



Enrique  
Alcat

Experto en Comunicación Corporativa y Gestión de Crisis

# CONSULTORÍA

## GESTIÓN DE CRISIS

### **Introducción**

*La palabra crisis es la más repetida en toda la prensa económica del mundo y no ahora, en momentos de recesión, sino también en épocas de normalidad y bonanza económica.*

*El 95% de las empresas (familiares, nacionales, multinacionales y pymes) sufren al menos una vez en su vida un episodio de crisis que afecta a su credibilidad, reputación y cuenta de resultados. Cuando salta una crisis, la mayoría de las veces sin avisar, el departamento de comunicación es imprescindible para saber gestionar las percepciones y pilotar un operativo complejo que precisa de profesionales, internos o externos, conocedores de las múltiples aristas que afectan a la empresa o institución.*

### **Objetivos**

#### **A. Objetivo general**

La capacidad de liderar, desde la comunicación, la gestión de las contingencias empresariales utilizando los procedimientos más adecuados para minimizar el impacto y conseguir transmitir confianza tanto a nivel interno como externo durante todo el recorrido de la crisis. Los profesionales deben desarrollar una serie de competencias y habilidades teniendo en cuenta los múltiples factores y circunstancias ante una crisis empresarial y deben estar entrenados y preparados para cuando suceda.

#### **B. Objetivos específicos**

Los participantes en estas sesiones conocerán:

- La importancia de la prevención ante cualquier crisis
- La gestión de crisis basada en el rigor, la metodología y los procedimientos más adecuados
- La gestión de las actitudes a todos los niveles
- Lo que hay que hacer y evitar en cada momento de la crisis
- Las estrategias más eficaces para todos los públicos afectados por la crisis
- Los pros y contras de cada decisión en toda crisis
- La importancia de los valores éticos y de la verdad en la resolución de conflictos y contingencias
- El estudio de casos reales

## **Contenidos**

### **1.- Introducción a la Comunicación en Situaciones de Crisis**

- 1.1.-Definición: qué entendemos por crisis en una empresa, entidad u organización. ¿Cuándo estamos realmente en una crisis?
- 1.2.-Criterios generales básicos a tener en cuenta en función del tipo de empresa, organización u organismo ante las situaciones de crisis.
- 1.3.- La relación con la dirección, los empleados, los medios de comunicación, las nuevas redes sociales, los afectados, los clientes, las administraciones, etc en situaciones de crisis.
- 1.4.- La puesta en marcha de todo el operativo de crisis: la fase previa y los procedimientos adecuados.

### **2.- El Plan de Comunicación en Situaciones de Crisis**

- 2.1.- La política específica de comunicación en situaciones de crisis.
- 2.2.- Cómo se prepara un Plan de Comunicación de Crisis: introducción, objetivos, públicos, plan de acción, acciones especiales, evaluación y seguimiento, etc.
- 2.3.- El equipo gestor en las situaciones de crisis: quién hace qué. Las responsabilidades de cada uno. El departamento de comunicación y los asesores externos.
- 2.4.- El plan de continuidad. Los diferentes niveles de crisis. La evolución de la crisis. Las medidas más adecuadas para cada ocasión.
- 2.5.- El seguimiento y medidas correctoras. El impacto real de la crisis en la organización y en las personas afectadas. La gestión del rumor y de las noticias falsas o interesadas.

### **3.- Las herramientas fundamentales para hacer frente a una crisis**

- 3.1.- La formación y sensibilización de los directivos y los empleados.
- 3.2.- Las sesiones de formación de portavoces en situaciones de crisis.
- 3.3.- El manual de crisis: qué es, para qué sirve, cómo se elabora.
- 3.4.- Los simulacros de crisis.
- 3.5.- Los mensajes claves y los argumentos.

### **4.- La gestión de las actitudes**

- 4.1.- Los valores éticos fundamentales en situaciones de crisis.
- 4.2.- La gestión de los miedos, el silencio y la presión añadida.
- 4.3.- Los pasos necesarios para ganar tiempo y reconducir la situación.
- 4.4.- Lo que hay que hacer y se debe evitar para recuperar la confianza y transmitir credibilidad.
- 4.5.- Las consecuencias derivadas de cada decisión: la asunción de responsabilidades y el objetivo común.

### **5.- Casos de Crisis. Discusión y análisis**

El estudio de casos reales donde se analiza qué se hizo bien, qué se hizo mal y qué se podía mejorar. Explicación de situaciones concretas de casos gestionados con la correspondiente autorización de la empresa