

Decálogo para una comunicación corporativa de crisis en catástrofes

- 1. Evalúa el impacto antes de emitir cualquier comunicación.** Hay que conocer el alcance de la crisis y los daños y ponerse inmediatamente a disposición de las personas afectadas.
- 2. Crea un comité de crisis, que incluya (según tamaño de la empresa):**
 - Dirección General.
 - Dirección de Personas.
 - Prevención de Riesgos Laborales.
 - Producción en caso de empresas productivas.
 - Responsables de comunicación interna y externa.
 - En estas crisis es importante contar con otros perfiles como: repartidores, responsables de sedes afectadas... para tener información de todos los puntos de tu cadena y conocer necesidades reales y actualizadas.

El comité debe trabajar a dos velocidades en paralelo:

- Resolución de las urgencias. Foco en las personas y los daños afectados.
- Resolución de la reactivación del negocio lo antes posible.

- 3. Enfoque en la seguridad y bienestar de tus equipos:**
 - Asegúrate de tener controladas cuáles son las necesidades básicas que necesitan cubrir (vivienda, comida, agua...) y muestra tu ayuda. Realiza llamadas directas para generar tranquilidad y preocuparte por su situación.
 - Ponte al lado de los trabajadores afectados con medidas para facilitar la situación que están viviendo (permisos especiales, ayuda psicológica, apoyo económico, etc.).
 - Instaure el teletrabajo, si es posible, para reducir el tráfico y facilitar el desplazamiento de los equipos de emergencia.
 - Si se aplica un ERTE, ofrece la información lo más detallada y pormenorizada posible.
 - Informa en todo momento de las medidas que se toman o de las líneas de ayudas/subvenciones a las que se acoge la empresa.
 - Apóyate en las asociaciones empresariales y /o patronales a las que se pertenezca.

4. Selección de una única portavoz, con un mensaje claro, transparente, responsable y conciso:

- Empatía con los afectados. Mensajes orientados a ellos.
- Usa lenguaje preciso.
- No comuniqués información no veraz.
- Comunica solo hechos verificables y decisiones concretas.
- Evita especulaciones y falsas promesas.

5. Establece canales de comunicación alternativos y centralizados y comunica con frecuencia alta:

- Comunica diariamente durante la primera etapa.
- *WhatsApp* o *Telegram* son los canales más recomendables ya que los canales tradicionales (telefonía, mail) pueden estar inoperativos para algunas personas por el desastre.
- Usa siempre el mismo canal de información con cada público objetivo.

6. Informa a proveedores y clientes de la situación de la empresa. Si pueden o puedes seguir suministrando productos/ servicios o si está paralizada la actividad. Y si se conoce, fecha de reactivación de la actividad. Preocúpate para conocer sus necesidades y en qué les puedes ayudar.

7. Comunicación externa. Informa sin alarmismo de la situación:

- Primero ofrece información sobre las personas y su situación.
- Estado de la actividad: normal, reducida o paralizada.
- Fecha prevista de reinicio de la actividad.
- Incluir los canales para ponerse en contacto con la empresa.

8. Relación con los medios de comunicación. Elabora un comunicado con la información que en este momento es relevante para ellos:

- Personas afectadas y en qué situación quedan.
- Daños materiales de la empresa y qué medidas se van a tomar.
- No envíes informaciones “aprovechadas” sobre acciones solidarias que no lo son.
- Si eres una *pyme*, es preferible agrupar la información bajo la asociación o patronal que te represente y delegar la información.
- Si no has sufrido daños, y se va a continuar con la actividad, no envíes un comunicado a medios.

9. Monitoreo constante de medios y redes sociales para evaluar la percepción pública y las inquietudes de los diferentes públicos de interés.

Responder a dudas y desinformación para evitar rumores y *fake news* de manera diaria.

10. Fase post-urgencia:

- Cuando la situación esté bajo control, comunica los planes de recuperación, apoyo a la comunidad y medidas de continuidad del negocio. Es vital que estos mensajes ofrezcan una visión clara de las próximas etapas y muestren el compromiso con la reconstrucción.
- Continúa al lado de los equipos que necesiten una recuperación más a largo plazo de forma cercana.
- Actualiza tu base de datos de tus equipos, clientes y colaboradores para contactar rápido con todos tus grupos de interés para futuras ocasiones.
- Actualiza tus manuales de crisis con los aprendizajes de esta crisis y prevé otros posibles escenarios similares.