¿Cómo gestionar la Comunicación Organizacional durante una crisis?

utpl
03/04/2020

Categorías:
Futuros alumnos, Investigación, UTPL

En una situación de emergencia la **información es la materia prima más preciada e importante**: aquello que todos buscan y necesitan para tomar decisiones, para ganar o perder visibilidad y credibilidad y, sobre todo, para **brindar una respuesta oportuna, rápida y adecuada**.

Durante la emergencia sanitaria decretada en el país por el contagio del COVID-19, **la información que emiten empresas e instituciones públicas y privadas es esencial** pues facilita la evaluación de las necesidades en los ámbitos hospitalario, económico y social. Además, **esta información contribuye a la toma de decisiones que resultan de impacto nacional e internacional.**

Una variable esencial en la atención de una emergencia es la interacción con los medios de comunicación, los cuales buscan la producción y circulación oportuna de información que contribuya a generar confianza y credibilidad. Dicha interacción se realiza con autoridades nacionales, organismos internacionales, organizaciones de acción humanitaria, población afectada y otros actores que demandan datos, cifras, informes y recomendaciones que orienten su trabajo.

En este contexto nos preguntamos: ¿cómo han afrontado las empresas ecuatorianas la emergencia sanitaria? ¿Qué tipo de mensajes están emitiendo? ¿Qué se recomendaría a las empresas para afrontar esta crisis y comunicar adecuadamente?

Mónica Abendaño, **[1] docente de Departamento de Ciencias de la Comunicación de la UTPL e integrante del** Grupo de Investigación en Comunicación Estratégica **[2],** considera que en esta emergencia sanitaria, el principal problema es el exceso de información, sumado a las *fake news* (noticias falsas), lo que afecta a los propósitos iniciales de las empresas.

En este caso, **se considera idóneo que las empresas se enfoquen también en los públicos internos** (sin que esto implique descuidar a los clientes o proveedores), **dado que los colaboradores requieren una comunicación clara sobre las decisiones que adopta la organización para la cual trabajan**, a medida que avanza la emergencia.

Para alcanzar esta premisa, Abendaño **proporciona las siguientes recomendaciones:**

1. Prevención

El éxito para sobrellevar una crisis es la prevención, es decir, anticiparse a un hecho, siempre y cuando un diagnóstico previo lo permita. De esta manera se podrá rediseñar o adaptar estrategias a los nuevos entornos.

Menciona que las empresas tienen estilos distintos de afrontar las crisis. Cita como ejemplo a Marathon Sports. Su comunicadora corporativa en Ecuador, Verónica Gómez, señaló que ante la emergencia sanitaria decidieron acompañar a los colaboradores desde un primer momento, informando sobre la situación del país y las medidas adoptadas como empresa para salvaguardar la salud de todos. Además, considerando el teletrabajo, animan a los colaboradores mediante el envío de material informativo sobre equilibrio emocional, actividades que se pueden realizar en familia y otras enfocadas a formar una comunidad.

2. Liderazgo, veracidad y diálogo propositivo

Los elementos clave para enfrentar la comunicación de crisis dentro de las empresas son:

- **Liderazgo**: Un líder al frente de la crisis y trabajando de la mano con el comité de crisis.
- **Información veraz y oportuna**: Siempre informar con la verdad y en su momento.
- **Diálogo propositivo**: Trasmitir tranquilidad y mensajes que animen a los públicos.

3. Activación de la comunicación interna

La experta señala que la comunicación externa inicia con la coordinación interna y por eso es recomendable:

1. Analizar la situación para saber hacia dónde puede evolucionar la crisis.
2. Identificar un portavoz y los mensajes que trasmitirá durante la crisis.
3. Informar desde el primer momento. El silencio no es una buena opción.
4. Escuchar y valorar los comentarios de los afectados por la crisis.
5. Identificar los canales de comunicación interna aptos en ese momento.
6. Disponer de un plan de comunicación para evitar la improvisación.

4. Verificación de información

Es difícil en los primeros momentos discernir entre lo cierto y lo falso. Por eso, **el comité de crisis debe prepararse, inclusive, para responder a los ataques o denuncias.** Y la información que debe prevalecer es la que empuje, la que aporte, la que ayude a salir a la empresa de la crisis.

Es imprescindible desechar aquella información que confunda a los públicos. Un paso importante es verificar la información antes de compartirla en páginas web o en redes sociales.

Una vez que la información es verificada, la empresa debe aprovechar los canales informativos (redes sociales, páginas web, medios de comunicación tradicionales y digitales) para enviar mensajes claros y oportunos que trasmitan empatía a sus colaboradores y públicos externos.

> “En esta emergencia sanitaria los mensajes, en lugar de ser rumores, deben convertirse en transmisores de información real, generar cercanía y esperanza, motivar a ser solidarios y colaboradores con las decisiones que se están tomando y que benefician a todos, para que cuando esta emergencia finalice nos mantengamos unidos, con el ánimo de continuar sacando adelante a nuestro país y soñando en grande”. Mónica Abendaño, docente de Comunicación UTPL.

También puedes descargar la Colección de Comunicación Estratégica **[3]** trabajada por expertos nacionales e internacionales, en coordinación con el Departamento de Ciencias de la Comunicación de la UTPL.

[4]

Investigación sobre comunicación de crisis por COVID-19

El Grupo de Investigación en Comunicación Estratégica de la UTPL, [5] perteneciente al Observatorio de Comunicación de la UTPL [6], en alianza con otras universidades, analiza la comunicación de criris durante la emergencia sanitaria declarada por COVID-19. Para colaborar de forma anónima con esta investigación, puedes **acceder aquí a la encuesta "Covid_19Ec"** [7].

Source URL: https://noticias.utpl.edu.ec/como-gestionar-la-comunicacion-organizacional-durante-una-crisis

Links
[1] https://investigacion.utpl.edu.ec/es/mabendano
[2] https://observacomutpl.ec/grupos-de-investigacion/gestion-de-la-comunicacion-estrategica/
[3] http://observacomutpl.ec/wp-content/uploads/2019/11/Coleccion-de-Comunicacion2019.pdf
[4] https://observacomutpl.ec/wp-content/uploads/2019/11/Coleccion-de-Comunicacion2019.pdf
[5] https://www.facebook.com/GrupoComunicacionEstrategica/
[6] https://observacomutpl.ec
[7] https://observacomutpl.ec/covid_19ec/