

TRABAJO DE GRADO
Opción Seminario-Diplomado.

Optimizando la Comunicación Empresarial en Colombia: Estrategias de Branding y
Marketing para Mitigar la Percepción Negativa en Tiempos de Crisis

Autor: Juan Carlos García Cardona¹

Asesor temático: Heiller Oswaldo Abadía Sánchez²

Asesor metodológico: John Edison Amortegui Granada³

Corporación Universitaria Remington
Especialización en Gerencia del Mercadeo
Sede Pereira
2023

¹ Estudiantes de Especialización en Gerencia de Mercadeo. Corporación Universitaria Remington. Cra 6 N° 20-43 Pereira, Risaralda. E-Mail: juancarlos1982garcia@gmail.com

² Asesor temático y docente seminario pregradual branding y relaciones públicas en la era de la conectividad, especialización en gerencia de mercadeo. Uniremington, Cra. 6 No 20 - 43 - Centro. Pereira Risaralda. E-mail: heillerabadia@gmail.com/
heiller.abadia@ucp.edu.co

³ Sub director académico. Uniremington, Cra. 6 No 20 - 43 - Centro. Pereira Risaralda. E-mail: john.amortegui@uniremington.edu.co

Resumen

El informe al que se hace mención en el presente texto, pretende instruir al lector sobre lo visto en el seminario de branding y relaciones públicas en la era de la conectividad, ofrecida por el doctor en comunicación estratégica, Heiller Abadía Sánchez y docente de la universidad Católica de Pereira y universidad Remington, este informe, da a conocer apartes de la importancia de la comunicación corporativa y su adecuado manejo ante las situaciones de crisis. El informe hace énfasis en la importancia de contar con una buena gestión de comunicación para manejar de crisis, aclarando que la comunicación no busca solucionar la crisis en sí, sino minimizar los efectos sobre la imagen y percepción negativa que el público objetivo pueda tener sobre la organización y la marca que representa. Este informe tiene el propósito de resaltar la importancia de una buena gestión de comunicación frente a una crisis, conocer experiencias de casos donde el manejo de la comunicación no ha sido la más adecuada, lo que ha implicado que se generen mayores riesgos económicos y de imagen para una organización, pues sin las comunicaciones se estaría a puertas de una desaparición organizacional, pues hoy en día el comercio electrónico esta dominando los mercados. Los momentos de crisis son sorpresivos, pero las comunicaciones deben estar dentro de un marco de planeación, coordinado y con seguimiento, existen manuales de comunicación que permiten conocer este tipo de detalles, para lo cual la organización debe estar en permanente seguimiento. Las empresas deben aprender a reconocer los indicios de una crisis, sus señales o posibles comienzos, si bien no es posible predecir situaciones de crisis, estas pueden ser sujetas de prevención identificando factores como el peligro y la urgencia que hace que se constituya la crisis.

Palabras claves: Crisis, Adecuada comunicación, Imagen, Percepción.

1. Introducción:

De manera cotidiana el mundo recibe bombardeos constantes de información, tanto de manera directa como indirecta, hoy por hoy los noticieros brindan una información más ágil y superficial, existen numerosas formas de brindar comunicación, entre las que se cuenta la comunicación verbal, la comunicación escrita, la comunicación digital, la comunicación visual

entre otras, (Aicad, 2023). La comunicación puede ser definida como el proceso por medio del cual se transmite información de un ente a otro. Es el intercambio de sentimientos, opiniones o cualquier otro tipo de información mediante el habla, escritura u otras señales. (Michma, 2023)

En el idioma español, una sola letra o una sola tilde puede cambiar todo el sentido de la palabra, por ende, el significado de una oración o de lo que una persona quiere dar a entender, así un ejemplo claro es camino y caminó, en el cual la primera palabra ‘camino’ se refiere a un sendero, ruta, etc., así mismo, es la primera persona del presente de indicativo del verbo caminar; mientras que ‘caminó’ es la tercera persona del singular del pretérito indefinido del verbo caminar. (Quora, 2021).

Es por ello, que expresar un buen lenguaje o una buena comunicación puede marcar una gran diferencia entre lo que se quiere comunicar y lo que el receptor percibe, de allí, para las organizaciones, en especial aquellas gubernamentales, resulta sumamente importante contar con oficinas de prensa o comunicación, pues en momentos de crisis o de situaciones adversas lo que menos se quiere es generar pánico o desinformación a la comunidad, y por ello, la comunicación en momentos de crisis resulta de vital importancia,

En Colombia, existe la Ley 1523 de 2012, por la cual se adopta la política nacional de gestión del riesgo de desastres y se establece el Sistema Nacional de Gestión del Riesgo de Desastres y se dictan otras disposiciones, esta norma menciona, para el caso del sector público, que la crisis o emergencias son situaciones que se caracterizan por la alteración o interrupción intensa y grave de las condiciones normales de funcionamiento u operación de una comunidad, causada por un evento adverso o por la inminencia del mismo, que obliga a una reacción inmediata y que requiere la respuesta de las instituciones del Estado, los medios de comunicación y de la comunidad en general., de lo anterior se resulta como lo establece la norma, los medios de comunicación y por ende la información que pueda dar a una comunidad frente a un momento adverso o de crisis, pues la política nacional define toda la normativa frente al manejo de situación en múltiples situaciones de riesgo en el país, y en todas aquellas coloca el rol de la comunicación como un pilar fundamental para la atención de los momentos de crisis o emergencias.

Para el sector privado, y en especial todo lo relacionado con el Branding, según Ana Román, del blog microbiotv, las nuevas tecnologías, herramientas y formas de comunicación han traído nuevas plataformas y herramientas para comunicarse con el cliente de una manera tan

directa y personalizada que antes era impensable, pero también han multiplicado los riesgos que pueden afectar a la reputación de una marca, que ahora pasa a estar más expuesta a cualquier contratiempo susceptible de derivar en una crisis (Roman, 2023).

En el sector público y caso concreto el estado colombiano, para que se dé una adecuada comunicación en la entidad debe primero escuchar activamente a la otra persona, retroalimentar y ser respetuoso ante la diferencia. Las habilidades sociales y de integración, adecuadamente desarrolladas en el trabajo, permiten obtener objetivos afectivos e instrumentales; los primeros se refieren a relaciones satisfactorias con los demás y los segundos a actividades exitosas en lo laboral. (DAFP, 2023)

2. Contenidos, resultados y discusiones:

2.1. La Comunicación en Crisis:

La comunicación, comprensión y proceso. La comunicación como tal es un fenómeno natural; es una manifestación biológica; es una necesidad de la vida; es un comportamiento primario de los seres vivos. Sus raíces son antiguas y profundas, de manera que aquello que conocemos como la comunicación humana, es solo el último eslabón de un proceso y de un fenómeno que ha acompañado a la vida durante muchos miles de años. (Molina, 2022)

La crisis es una situación de cambios profundos, súbitos o violentos que ponen en riesgo la vida de las personas o estructuras. La comunicación de crisis llega para ayudar a mitigar la emergencia, cuando se da una crisis en una organización, puede poner en peligro la imagen y la existencia de esta, así como la de las diferentes partes interesadas, la comunicación de crisis es la gestión estratégica de un conjunto de técnicas destinadas a reaccionar de manera oportuna en situación de complejidad o riesgo que ponen en peligro la existencia de la empresa y sus integrantes. (Sánchez, 2023)

La comunicación de crisis, no busca eliminar la crisis en sí, sino disminuir o minimizar los posibles impactos o consecuencias que tenga la crisis sobre la organización, el sector y el manejo de la imagen, un caso concreto visto en el seminario, fue el de Pony Malta, donde un

rumor de una cadena de Whatsapp sobre la mala calidad de la bebida por la presencia de un cuerpo humano en los tanques de producción, desató toda una serie de aspectos negativos para la compañía que producía la bebida (Matinez, 2016). Pese a que la empresa salió a diferentes medios a desvirtuar dichos audios, su imagen tardó muchos años en recuperarse de lo que al final de cuentas fue una broma generada por una persona que nunca fue encontrada por las autoridades pertinentes.

2.2 Como se identifica una crisis:

En cualquier situación de crisis, se confluyen varios aspectos o características, entre ellos, la sorpresa, es decir, el evento de que algo ocurra en el momento que no se espera, (Sánchez, 2023).

Son situaciones adversas que pueden ocurrir en cualquier momento y es algo que no se puede producir, como pasa con los terremotos, que la ciencia aún no ha descubierto como predecirlos pero que se hacen esfuerzos para su preparación en caso de presentarse; pues actualmente, los terremotos no se pueden predecir. (Varas, 2012)

Otro aspecto importante es que el evento que desencadena la crisis es único, es decir, es muy difícil que dos crisis se presenten con las mismas características. Cada una es única y genera diferentes consecuencias. (Sánchez, 2023)

Otra característica importante es la urgencia, en la crisis debe actuarse con rapidez y agilidad, como el fuego, de no apagarse a tiempo se corre el riesgo que se propague y se extienda hasta consumir todo a su paso, la crisis deber ser atendida de manera inmediata sin entrar a apresurarse, así, por ejemplo, si la crisis ha estallado en Twitter, hay que dar reacción allí primero. Se debe enlazar el comunicado en esta red social y luego en el resto de canales que se utilicen. Incluso si no se conocen en detalle todos los hechos, es recomendable hacer una declaración pública, pues, si no se reacciona con suficiente rapidez, aumenta la oportunidad del resto de influir en la opinión pública. Además, así se evita dar la impresión de que la empresa u organización no se toma el asunto en serio o que no está preparada para hacerle frente. (Iono, 2022)

2.3 Como Resolver una Crisis:

La mejor manera de resolver una crisis es haciendo que esta no suceda, sin embargo como ya se mencionó anteriormente, los momentos de crisis son sorpresivos y ocurren de la manera más inesperada, las crisis en las empresas pueden proceder de una campaña de desinformación, de un sabotaje, de un ataque terrorista, de la actuación de un insider, de un ciberataque, de una filtración de datos personales de los clientes o incluso de un problema operacional o legal que afecta a la continuidad de negocio (Lisa Institute, 2022), así las cosas, ninguna organización está libre de tener un momento de crisis, y en virtud de ello todas las organizaciones deben considerar la planeación de que algún evento adverso ocurra hoy o mañana.

De manera personal, lo visto en el seminario por parte del profesor Heiller Abadía Sánchez, doctor en comunicación estratégica y docente de la universidad Remington deja reflexiones importantes, sobre todo la experiencia e información documentada a lo largo de los años, que generaron valiosos aportes para evitar cometer errores catastróficos en el manejo de la crisis, dentro del seminario se hizo énfasis en 5 recomendaciones que no se deben cometer para no repetir los errores que en muchos casos tienen altos costos económicos, entre ellos, la falta de planificación, el no dar respuesta en un tiempo ágil, no tener una buena coordinación, mentir en la información, no saber manejar los medios de comunicación y redes sociales, estos son los errores que han ocasionado bastantes dificultades para las organizaciones, ejemplo de ello, analizando un poco dentro del seminario una situación de crisis en la ciudad de Pereira, departamento de Risaralda, fue lo ocurrido con la muerte de 2 chimpancés en circunstancias aún no identificadas, donde la muerte de los animales queridos por la comunidad generó toda clase de rechazo de la población local y nacional, el silencio fue evidente por parte de las autoridades locales a los medios de comunicación, las imágenes y videos fueron mostrados por personas de la comunidad generando especulaciones y teorías de toda clase hasta el punto de llegar a acusaciones políticas, todo esto basado, en aparentes improvisaciones por parte de la alcaldía y al brindar información no clara ni concisa frente a los hechos ocurridos, frente a los medios de comunicación, La gerente del Bioparque explicó que la muerte de los animales era la única opción que se tenía debido a la alta peligrosidad que representan los chimpancés, que están categorizados en el código rojo del parque (Colombiano, 2023).

Existen 5 claves para gestionar una crisis de comunicación, entre ellas, identificar los públicos que pueden generar o ser una crisis, estos pueden ser tanto internos como externos. Para

ello, se puede analizar las menciones de marca, las publicaciones en medios, las reseñas de los clientes y también las opiniones de los empleados. (Lewis, 2023)

Una segunda clave es identificar los posibles escenarios de crisis, para este punto, y como se indicó antes, es importante imaginar incluso los peores de los casos. Crear posibles escenarios permitirá crear diferentes procesos de actuación y planteará recursos y necesidades específicas para responder a ellas en caso de que se produzcan. Como tercera clave está en mantener una relación constante con los medios, un buen plan de comunicación y de relaciones públicas que contemple acciones de comunicación de riesgo será un buen punto de partida. Hoy en día es igual de importante tener una relación constante con los influencers o aquellas personas que pueden ejercer acciones positivas para la gestión de una crisis. Como cuarta clave está en mantener una atención constante de la opinión pública y monitorear para comprender qué está pasando en todo momento necesitamos monitorear y analizar los comentarios, publicaciones o posibles peligros para la marca.

Por último, la quinta clave menciona la preparación del manual, la cual, una vez detectados todos estos puntos, se prepara un manual de crisis. Un documento que contendrá toda en detalle toda esta información, objetivos, un mapa de públicos por tipos de crisis y una guía de acciones. Además, es importante disponer también de un argumentario, un decálogo de mensajes básicos y de posibles portavoces. (Lewis, 2023)

Cuando se presenta una crisis hay diferentes estrategias que se pueden utilizar para gestionarla de forma adecuada y minimizar los efectos causados. (Sánchez, 2023).

Silencio: cuando la crisis no es tan grave y puede pasar en pocos días, la organización puede comunicar un mensaje pertinente y guardar silencio. Si no hay contrincante, no hay polémica y la situación puede calmarse, Sin embargo, la organización puede demostrar a la opinión pública que está evadiendo responsabilidades, generando una imagen de culpabilidad.

Si se niega a las entrevistas de la prensa, los periodistas buscarán fuentes no oficiales que pueden agravar la situación.

Recuerda que esta estrategia del silencio es válida dependiendo de la magnitud de la crisis y el poder mediático que puede provocar por sus alcances.

Negación: es una estrategia que consiste en negar el hecho hasta el final. Hay que aclarar que la negación se la utiliza cuando las acusaciones o situaciones que se presentan son falsas o no hay algo que justifique el hecho.

Si hay pruebas, es inconveniente que se realice esta estrategia, ya que puede afectar la credibilidad de la empresa. Si se pierde la confianza por parte del público objetivo, puede reflejarse en el rendimiento económico y financiero.

Transferencia de responsabilidades: se trata de una estrategia que consiste en pasar la responsabilidad a un tercero, de tal manera que no se afecte la empresa.

El tercero debe justificarse y la empresa también sobre la situación presentada.

Confesión: La estrategia consiste en el reconocimiento de las responsabilidades por parte de la empresa. En este sentido la organización debe tener plena disposición con la prensa.

3. Conclusiones y anotaciones finales:

Culminado el proceso de lectura del informe obtenido tras el seminario de branding y relaciones públicas en la era de la conectividad, se puede concluir que un adecuado manejo de comunicación puede minimizar la percepción negativa que tienen los clientes, consumidores o agentes externos de la organización frente a un momento de crisis presentado, pero a su vez un inadecuado manejo de esa información puede ocasionar una mayor crisis para la organización, trayendo consigo consecuencias muy negativas sobre la imagen de la organización, o mayor aún, una imagen negativa de la marca que haga que perdure por muchos años, generando un riesgo irremediable para la organización.

Las organizaciones deben velar más por prevención y planificación para afrontar momentos de crisis, la falta de preparación y de planeación lleva a errores, los cuales no tienen sentido en un mundo globalizado y donde las experiencias buenas o malas están debidamente documentadas en la red.

Una adecuada planeación y preparación previa a un eventual riesgo, permitirá no predecir dicha crisis, pero si generar una pronta respuesta frente a una crisis que permita una reacción en el menor tiempo posible, así evitar que la crisis se esparza como el fuego con consecuencias negativas a lo largo del tiempo.

Todas las organizaciones deben contar con personal idóneo en materia de comunicaciones, sean estas personas que laboren al interior de la organización o personas externas que puedan orientar a la alta gerencia sobre el manejo de medios de comunicación,

planes de comunicación, manejo de redes etc, todo esto a fin de afrontar momentos de crisis desde las comunicaciones para disminuir o minimizar una posible mala percepción de la crisis.

Cada uno de los colaboradores de las organizaciones, su personal de planta, desde el más humilde trabajador hasta la alta gerencia, deben tener nociones mínimas sobre una adecuada comunicación, puesto que cada uno es un mediador de comunicación de la empresa a donde quiera que vaya.

Aprender de los errores es crucial para toda organización, esto permite que no se vuelvan a repetir, por lo que documentar cada aspecto llevado a cabo en un momento de crisis y como se resolvió dicha crisis permite evitar mayores riesgos en el futuro que pueda afectar a la organización.

Una adecuada comunicación permite generar un mejor clima organizacional, tener una buena expresión y empatía donde se puedan transmitir adecuadamente pensamientos o sentimientos entre 2 o más personas puede generar lazos afectivos de comunicación, mejorando incluso la integración entre las personas que comprenden una organización.

Por más preparada que pueda estar una organización, no es posible evitar una situación de crisis, pero con una preparación y acciones preventivas constantes se puede mitigar o reducir la afectación a la misma organización cuando dicha crisis ocurra.

Lista de referencias

- Aicad. (2023). *www.aicad.es*. Obtenido de *www.aicad.es*: <https://www.aicad.es/10-formas-de-comunicarse-eficazmente>
- Colombiano, e. (2023). El colombiano. *¿Por qué mataron a Pancho y Chita, los chimpancés de Ukumari? Bioparque de Pereira responde*, págs. <https://www.elcolombiano.com/colombia/por-que-mataron-a-los-chimpances-pancho-y-chita-del-bioparque-ukumari-de-pereira-DD21996454>.
- DAFP. (2023). <https://www.funcionpublica.gov.co>. Obtenido de https://www.funcionpublica.gov.co/preguntas-frecuentes/-/asset_publisher/sqxafjubsrEu/content/la-comunicacion-e-integracion-en-una-entidad/28585938
- Enciclopedia. (2015). *www.encyclopedia.net*. Obtenido de <https://encyclopedia.net/crisis/>
- Iono. (2022). *Iono.com*. Obtenido de <https://www.ionos.es/startupguide/gestion/plan-de-comunicacion-de-crisis/>
- Lisa institute. (2022). *lisa institute*. Obtenido de <https://www.lisainstitute.com/blogs/blog/planes-gestion-crisis-empresa-consejos>
- Matinez, J. (2 de septiembre de 2016). *prezi*. Obtenido de <https://prezi.com/yfuj8em5vjip/manejo-de-crisis-caso-pony-malta/?fallback=1>
- Michma, Marina. (2023). *diseño de un radioenlace de microondas punto a punto para la “fundacion mi casa” en la comunidad de cucuta*. Obtenido de <https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/33451/EG-2998.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Minvivienda. (23 de 04 de 2012). *ministerio de vivienda, ciudad y territorio*. Obtenido de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=47141>
- Molina, M. A. (6 de octubre de 2022). *elementos de la comunicacion*. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/603443276/ELEMENTOS-DE-LA-COMUNICACION>

- Quora. (12 de 20 de 2021). *www.quora.com*. Obtenido de <https://es.quora.com/Cu%C3%A1les-son-algunas-palabras-que-cambian-de-significado-con-la-remoci%C3%B3n-o-colocaci%C3%B3n-de-una-tilde>
- Roman, A. (12 de 10 de 2023). *microbiotv*. Obtenido de <https://www.microbio.tv/blog/historia-comunicacion-crisis/>
- Sánchez, D. (12 de octubre de 2023). *comunicacion corporativa*. Obtenido de <https://www.duviansanchez.com/comunicacion-corporativa/que-es-la-comunicacion-de-crisis-y-como-gestionarla-de-forma-adecuada/#:~:text=La%20comunicaci%C3%B3n%20de%20crisis%20es,la%20empres a%20y%20sus%20integrantes>.
- Team lewis. (10 de enero de 2023). *Team lewis*. Obtenido de <https://www.teamlewis.com/es/revista/crisis-comunicacion/>
- Varas, G. (2012). actualmente los terremotos no se pueden predecir . *ministios*, págs. <https://www.pucv.cl/uuaa/ciencias/noticias/german-varas-actualmente-los-terremotos-no-se-pueden-predecir>.