



PS6 – Gestión de crisis

1. Objeto

El 95% de las organizaciones, independientemente de su tamaño y sector de actividad, se enfrentarán en algún momento de su existencia a una crisis imprevista que puede tener como consecuencia un impacto negativo sobre sus empleados, operaciones, resultados financieros, el medio ambiente o la salud pública. La mayoría no sabe cómo actuar ante este tipo de situaciones. Menos del 10% de las empresas disponen de un manual o comité de crisis que les ayude a combatir una situación de crisis.

Mientras que las crisis son impredecibles, su impacto catastrófico sobre la empresa si puede minimizarse a través de la implementación de Planes de Gestión de Crisis. Estos Planes permiten a las empresas planificar acciones ante situaciones críticas mediante la identificación y análisis de los riesgos y el diseño de procesos para su mitigación. De la misma forma, contribuyen a preparar respuestas a través del control y la gestión eficaz de su comunicación corporativa. Por último, facilita la puesta en marcha de planes de contingencia que permitan al negocio volver a una situación de normalidad en el menor tiempo posible conservando clientes y cuota de mercado.

Cuando una organización se enfrenta a un suceso inesperado no hay tiempo para pensar en estrategias, ni buscar motivos o culpables, sino soluciones. La rapidez de actuación en estos casos es esencial, por lo que cada uno de los pasos a seguir debe estar planificado para que, llegado el caso, la activación de los procesos recogidos en el Plan de Gestión de Crisis se realice de forma automática, asignando los recursos necesarios: humanos, económicos, financieros, técnicos y materiales, que faciliten el control de la situación. Es básica, pues, una definición clara de las responsabilidades y funciones, y que éstas se desarrollen alineadas con la estrategia global de la organización, obteniendo la máxima información relevante y comunicando siempre la verdad.

Asimismo, el Plan de Gestión de Crisis debe estar aprobado y sancionado por la alta dirección de la compañía, en tanto que es un instrumento diseñado para responder a problemas a gran escala.

2. Alcance

- Identificar las vulnerabilidades de la empresa
- Establecer alternativas que minimicen el impacto negativo de una situación de crisis.
- Asegurar la continuidad de la empresa tras una crisis
- Determinar los protocolos de comunicación.

3. Resultado

1. Asegurar una respuesta rápida y eficaz que minimice los efectos negativos de la crisis sobre las personas, el medio ambiente, clientes, accionistas e imagen corporativa.
2. Garantizar la continuidad del negocio mediante un plan de contingencia cuya finalidad es salvar la actividad de la compañía y con ella sus clientes y cuota de mercado.
3. Proteger los intereses de la organización y de todas las personas asociadas al negocio.
4. Asegurar la cooperación con las autoridades y servicios de emergencia.
5. Comunicar de una forma efectiva y dejar una impresión positiva en la opinión pública.