



# GESTIÓN DE CRISIS, REPUTACIÓN Y COMUNICACIÓN CORPORATIVA



## DESCRIPCIÓN GENERAL

Las crisis son sucesos imprevistos que pueden presentarse en cualquier momento y afectar seriamente el normal desarrollo de las operaciones de una organización. Un serio incidente ambiental, una huelga, un incendio, un conflicto social, la muerte de un trabajador y hasta el comportamiento inadecuado de un ejecutivo son algunos casos que ponen en riesgo la reputación, la marca e imagen de una empresa. Al final, una crisis pone en evidencia la capacidad y preparación que tiene una organización para disminuir el impacto económico y financiero que, de todas maneras, se va a producir.

Esto se vuelve aún más crítico en la actualidad si consideramos que la mayoría de las crisis de reputación se genera en las redes sociales. La experiencia de recientes casos demuestra que las empresas, públicas y privadas, no están preparadas para enfrentar una crisis al no contar con planes de prevención y, mucho menos, con voceros bien capacitados.

Durante una emergencia, la comunicación se convierte en una tarea estratégica. Por ello, los equipos tienen que ser preparados para responder, en forma eficaz, para minimizar los impactos sobre la reputación de la empresa

## DIRIGIDO A

Ejecutivos y profesionales de todas las áreas que tienen funciones de dirección, jefatura y supervisión, quienes aprenderán cómo proceder, desde el punto de vista comunicacional, ante una eventual situación de crisis para la empresa.

## OBJETIVOS

- Identificar qué es una crisis, cómo reaccionar y enfrentarla, así como analizar la mejor manera de preparar a la empresa y a los equipos internos ante una situación de ese tipo.
- Identificar escenarios de crisis y definir estrategias para responder con efectividad a situaciones críticas
- Identificar los factores (internos y externos), así como actores que aceleran y acrecientan una crisis.
- Gestionar la comunicación ante una eventual crisis y, en esas circunstancias adversas, actuar de manera coherente a los principios de la empresa.
- Elaborar y transmitir mensajes claves (consistentes, homogéneos y creíbles) ante la opinión pública para minimizar la exposición negativa de la compañía.

## TEMARIO

- Principales Riesgos y Desafíos de las Empresas Modernas: Intangibles: Reputación, Imagen y RSE, Importancia de la Prevención y Mapeo de Riesgos.
- Naturaleza de una Crisis: ¿Qué es una Crisis?, Tipos de Crisis. Cómo Reconocerla, ¡Notodo problema es una crisis!.

- Gestión de la Crisis: Qué Hacer Cuando la Crisis Estalla, Cómo nos Preparamos, Formación del Comité de Crisis, Identificación de Voceros.
- Plan de Comunicación y Estrategias: Cómo enfrentamos a los Medios, A quién Comunicamos Primero, Elaboración de Mensajes Claves, Errores Comunes.
- Redes Sociales y Riesgo Reputacional: Transparencia, Qué Responder, Cómo Responder con Empatía.
- Aprendizaje Post Crisis y Control de Daños, Como Restituir Reputación y Devolver Confianza, Casos de Estudio

**EXPOSITOR: JOSÉ VÍCTOR SALAZAR ACUACHI**

**DURACIÓN: 24 HORAS**