



HAY QUE ABANDONAR LA VISIÓN TRADICIONAL DE LA GESTIÓN DE CRISIS COMO UNA SERIE DE MEDIDAS DE URGENCIA PUESTAS EN PRÁCTICA PARA REACCIONAR ANTE ACONTECIMIENTOS NEGATIVOS PUNTUALES, CON EL FIN DE PRESERVAR LOS INGRESOS ECONÓMICOS A CORTO PLAZO DE LA ORGANIZACIÓN. AL CONTRARIO, LA GESTIÓN DE CRISIS HA DE SER UN PROCESO DE GESTIÓN A LARGO PLAZO, INTEGRADO EN LOS PLANES ESTRATÉGICOS DE LA ORGANIZACIÓN, QUE CAPACITE A LA EMPRESA PARA ACTUAR EFICAZMENTE ANTE UN POSIBLE CONFLICTO Y PRESERVE SU IMAGEN Y REPUTACIÓN.

Superar una crisis

➤ Los problemas de liquidez, falta de ingresos, el cierre de una planta, los recortes de personal, la imposibilidad de pagar a los proveedores o entidades financieras, los expedientes de regulación de empleo y un largo etcétera, son situaciones que dan lugar a noticias negativas para el entorno de una empresa que afectarán a su futuro inmediato y que requieren la intervención de sus responsables.

El 95% de las empresas, tarde o temprano, suelen sufrir una crisis a lo largo de su existencia con efectos negativos en su imagen pública, en su credibilidad y también en su cuenta de resultados. Pero tan sólo el 10% de las compañías que padecen algún problema grave aprovechan esta circunstancia para corregir errores, sacar conclusiones y, además, salir fortalecidas.

PREVENCIÓN ES LA PALABRA CLAVE

¿Cómo prepararnos para algo que no sabemos cuándo, cómo ni dónde ocurrirá? Siendo previsores. Prevención significa tener todos los escenarios posibles planteados y planificadas las actuaciones en función de estos distintos posibles escenarios. Significa no dejar la gestión a la improvisación o a las ideas brillantes del momento del directivo en turno cuando una empresa se encuentra inmersa en una crisis.

Sobre el escenario realista de la situación, es preciso elaborar un plan de actuación que permita visualizar el calendario de hechos y poder vincular compromisos con el entorno afectado. Este plan tiene que ser riguroso y contemplar todos los detalles. Lo recomendable es recibir la asistencia de un profesional externo con experiencia en este tipo de desarrollos. El pragmatismo es fundamental para sobrevivir en estas situaciones.

La mayoría de las empresas, cuando tienen la crisis encima, reaccionan con nerviosismo y sin método; y además, tienden a no recapacitar, a buscar culpables, a no dejarse asesorar por las personas que entienden, y por si fuera poco, a gestionar la crisis en solitario. La profesionalidad pasa por tener preparado, de antemano, un equipo gestor de crisis y un manual de procedimientos donde se especifique qué se debe hacer, quién debe hacerlo y cómo debe gestionarse.

Ante una crisis, es mejor comunicar, aunque sea poco, que negarse a hablar. Y, por descontado, no mentir. La mentira nunca es rentable y en toda situación de crisis, tarde o temprano, se sabe la verdad. La verdad, además, genera siempre buena reputación y a la postre beneficios económicos.

EL 95% DE LAS EMPRESAS SUFRE UNA CRISIS DURANTE SU EXISTENCIA