

El Principio Del Fin

Por: Daiana Alvarez (*)

Una crisis es un acontecimiento de absoluta gravedad en la vida empresaria, es una situación inesperada e inevitable, que implica nervios y un alto grado de improvisación. Es necesario hacer una diferenciación entre lo que es una crisis y lo que es un riesgo: El riesgo es una situación negativa, que puede evitarse e inclusive detenerla, para que no se convierta en una crisis. Las crisis, en cambio no pueden ser modificadas de inmediato, es una situación tan compleja al punto de perjudicar la existencia de la empresa.

En el caso de las empresas de servicios, particularmente en las compañías de transporte aéreo, la seguridad es uno de los pilares fundamentales. Cuando se produce un acontecimiento inesperado, como puede ser un accidente con una de las aeronaves, hay una profunda investigación del mismo, donde participan los peritos de la compañía, los peritos oficiales y los peritos de los fabricantes de las aeronaves, las investigaciones terminan en conclusiones, las conclusiones terminan en una recomendación y estas se incorporan al conocimiento, a la experiencia y a los manuales.

Las cuatro preguntas fundamentales ante una crisis son:

1) ¿Qué es la crisis?: A las crisis hay que analizarlas. Es importante tener en cuenta que en los accidentes aéreos no hay una sola causa, es decir, hay una multiplicidad de situaciones encadenadas que ayudan para que determinada situación se transforme en una crisis.

2) ¿Cuándo sucede?: Todas las crisis dan señales de advertencia tempranas, hay que estar al tanto, de manera permanente, en el momento en que existe una

emergencia para disminuir la gravedad de determinada situación, debido a que los riesgos o emergencias son controlables.

3) ¿Por qué sucede?: Cuando se trata de determinar las causas de un accidente de aviación, hay tres posibilidades, un error humano, una falla mecánica o un atentado. Toda organización posee una tecnología central, en el caso de las empresas aéreas, como empresa de servicios, debe ir mas allá de la revisión del buen estado de las maquinas. La gente es la que en ultima instancia controla y maneja las maquinas, de hecho, se estima que el 80 % de los accidentes se deben a errores humanos y no a fallas mecánicas.

4) ¿Quiénes?: Quiénes han sido afectados por la crisis. Quiénes deben gestionar la crisis. Quién comunica.

“Para establecer relaciones con la prensa, seria conveniente tener una sala de crisis dentro de las organizaciones”

Las empresas aéreas invierten mucho dinero y tiempo en las comunicaciones, con el objetivo de construir una imagen sólida y confiable. La reputación de la empresa es un activo que se construye a través del tiempo en la mente del publico, para proyectar una imagen positiva de la empresa. Y una empresa que ha logrado ser reconocida y respetada por la gente, ante un acontecimiento tan desgraciado, como el de las crisis, puede dañar seriamente la imagen en cuestión de segundos y recuperar la confianza del publico es una tarea muy difícil, hasta puede comprometer la existencia de la empresa en el mercado.

El personal aeronáutico esta permanentemente capacitado y entrenado para actuar de la mejor manera posible ante una crisis. Se los capacita con clases teóricas y simulacros, estos últimos son la mejor herramienta que se utiliza para la capacitación de la tripulación de cabina

(pilotos, copilotos, asistentes de cabina de pasajeros, comisarios de abordaje) y la tripulación terrestre, que es el personal de mantenimiento de las aeronaves.

Todas las organizaciones tienen que tener un gabinete de crisis, compuesto por:

- *El presidente de la compañía.*
- *Un vocero entrenado para comunicarse con la prensa.*
- *Un especialista en redacción y producción del mensaje que se quiera transmitir.*
- *Una persona altamente relacionada con la prensa.*
- *Un abogado.*

LOS SEGUNDOS DESPUÉS DE LA CRISIS

Las crisis son eventos que se presentan en cualquier momento y en cualquier área, afectando a la empresa globalmente. Cuando comienza una crisis una de las áreas más sensibles es la de las comunicaciones con la prensa. Los periodistas demandan mucha información a la empresa, y esta actitud es comprensible ya que ningún diario sale en blanco, ningún medio visual puede dejar de transmitir imágenes y ninguna radio puede estar sin transmitir mensajes, es decir, los periodistas de los medios gráficos tienen que escribir, los periodistas televisivos tienen que mostrar imágenes y los periodistas radiales tienen que hablar.

Para ello, hay que trabajar junto a los periodistas de manera permanente, sin esperar a que ocurra una crisis, con el objetivo de mantener informada a la comunidad, acerca de la empresa para que la misma sea reconocida, respetada y confiable.

El vocero, cuya función es comunicar e informar a la prensa, tiene que relacionarse con ellos profesionalmente, para evitar complicaciones que puedan agravar la situación y para que la versión que dé a conocer de los hechos sea respetada. En este caso, la información y las comunicaciones tienen que ser inmediatas y precisas hacia la prensa y el público, tanto en el momento en que se produce el fenómeno de la crisis como después de la

misma, que afecte al funcionamiento de la empresa.

Para establecer relaciones con la prensa, sería conveniente tener una sala de crisis dentro de las organizaciones, para evitar el acoso de los periodistas para facilitar la comunicación bilateral entre la empresa y el periodismo, disponiendo de todos los recursos necesarios, tales como grabadores y micrófonos.



Después de un acontecimiento inesperado como una tragedia aérea, donde hubo heridos, y tal vez pérdidas de vidas humanas, hay un público que a mi criterio, es el que merece absoluto respeto, la comprensión y la comunicación permanente, me refiero a los familiares y amigos de las víctimas. Una vez que se produce el accidente, hay que contactarlos y darles a conocer la lista de pasajeros y habilitar líneas telefónicas para que, en el momento del accidente, puedan contactarse con la empresa. Este público tan importante y limitado, tiene derecho a estar informado permanentemente acerca de cómo esta siendo manejada la crisis, es por ello que pienso que es importante la comprensión de la empresa para con ellos, ya que aquí más allá de todos los factores económicos perdidos, hay vidas detrás del desastre, que por cierto son irreparables. La compañía debe responsabilizarse por el hecho desde un primer momento y reparar los daños causados, no solo las pérdidas materiales, sino acompañar a los familiares y amigos de las víctimas en su dolor, en primer lugar por una cuestión de respeto, de solidaridad, de ser humano. Y en segundo lugar por una razón de imagen. →

Daiana Alvarez

Licenciada en Relaciones Públicas, vuelca su interés especialmente al área de administración empresarial de empresas aerocomerciales focalizándose en la aplicación de prácticas de seguridad proactiva en dichas empresas.