

# CLAVES PARA DIRIGIR EN TIEMPOS DE CRISIS

POR CARLOS ANDRÉS PÉREZ

Presentada por



Charla Preparada para el





# CLAVES PARA DIRIGIR EN TIEMPOS DE CRISIS

POR CARLOS ANDRÉS PÉREZ



## EDUCACIÓN

Candidato a Doctor en Ciencia Política por la Universidad Complutense de Madrid.

Máster en Ciencia Política por la Universidad de Salamanca.

Máster de Estudios Políticos Aplicados de la Fundación Internacional de Administración y Políticas Públicas en Madrid, España.

Tiene cursos de Telegenia y estudios de Estrategia Política en Alemania con la Fundación Konrad Adenauer.

## CAMPO PROFESIONAL

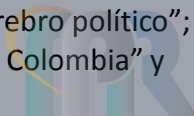
Se ha desempeñado como asesor de campañas electorales y mercadeo de gobierno en Colombia y Centro América en el tema de manejo de reputación, crisis y comunicación estratégica.

## DOCENCIA

Ha dictado entrenamiento en marketing político para diferentes partidos y fundaciones como : Fundación Konrad Adenauer, National Democratic Institute (NDI), Corporación Pensamiento Siglo XXI, Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), Instituto Centroamericano de Estudios Políticos (INCEP). Ha sido profesor invitado y conferencista en varias universidades o centros de formación en Colombia, El Salvador, Alemania, Perú, Guatemala y México.

## AUTOR

Es autor de los libros: “Comunicación y Marketing Político” (3 ediciones), “Claves para Dirigir en Tiempos de Crisis: Liderazgo Bajo Presión” (2 ediciones) y “Pistas para entender el cerebro político”; y coautor de los libros: “Participación Ciudadana y Desarrollo de la Cultura Política en Colombia” y “Manual de Comunicación Política Local.”



# Próximamente de venta en MPR





*Claves para dirigir  
en tiempos de crisis*

---



Richard Nixon  
Agosto de 1974

"All the News That's Fit to Print"

# The New York Times

LATE CITY EDITION  
 News This Week and Today  
 For and with the World  
 19th St., N.Y. 10036  
 Phone 212-512-2000

VOL. CXVIII... No. 43,281

NEW YORK, FRIDAY, AUGUST 9, 1974

RUNNING HEAD: FORD  
 RATES 50¢/5¢/10¢/10¢

11 CENTS

## NIXON RESIGNS

### HE URGES A TIME OF 'HEALING'; FORD WILL TAKE OFFICE TODAY

**'Sacrifice' Is Praised; Kissinger to Remain**

**The 37th President Is First to Quit Post**

**ON VICE PRESIDENT**

**POLITICAL SCENE**

**RISE AND FALL**

**JAWORSKI ASSERTS**

**NO DEAL WAS MADE**

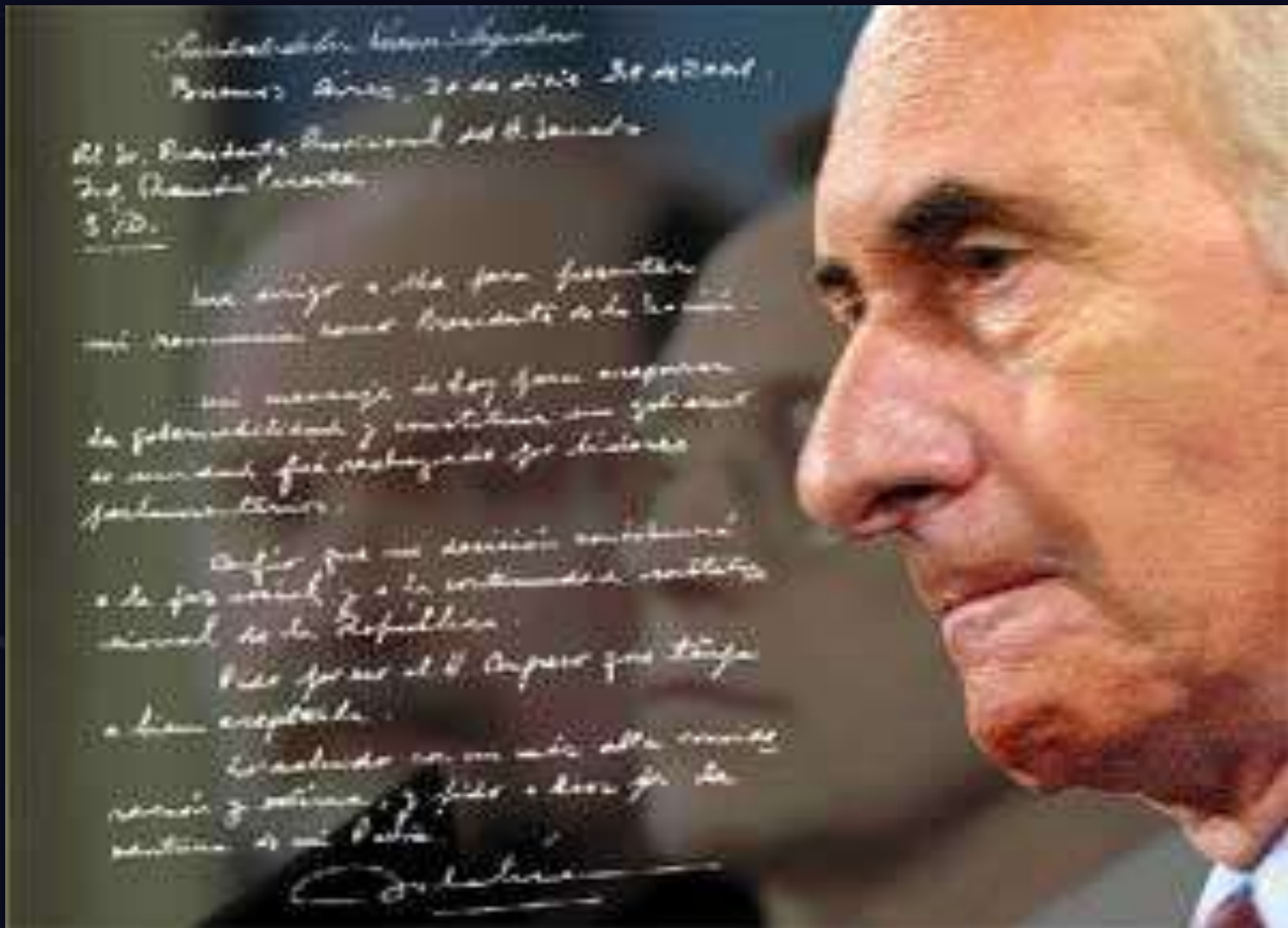




Gonzalo Sánchez de Lozada

Octubre de 2003





Fernando De la Rúa

Diciembre de 2001



# Las consecuencias de una crisis

- Pérdida de aceptación.
- Ingovernabilidad.
- Desarrollo de las políticas públicas se frena.
- Caos social (manifestaciones).
- Pérdida de confianza.



# Prepárese

- Establezca sus amenazas.
  - Social.
  - Crecimiento económico.
  - No tiene respaldo en el legislativo.
- Desarrolle un manual para enfrentar una eventual crisis.
- Prepare a su personal.
- Trate de evitar siempre una crisis.

# ¿Por qué se generan las crisis?



- Cambios radicales que llegan por sorpresa.
- Se transforma el entorno de la entidad.
  - Pérdida de identidad.
  - Pérdida de sentido de pertenencia.
- Cuando no hay preparación para los malos tiempos.

# Antes de la crisis

- Análisis del peor escenario (casos concretos).
- Capacitación para el personal y elaboración del manual de crisis.
- Definir cómo sería el manejo de comunicación:
  - Mensaje.
  - Portavoz.
  - Elementos de comunicación.



# Peor y mejor escenario

- Defina casos concretos y recréelos:
  - Huelga de funcionarios.
  - Temas de difícil comprensión.
  - Descenso niveles de popularidad.
- Organice simulacros.
- Acostumbre a su gente
  - a pensar qué harían si...
- Recomiende lo más indicado.



# Capacitación

- Proporcione entrenamiento de alguien calificado para enfrentar el momento de crisis.
- Segmente los grupos del partido/gobierno y determine responsabilidades.
- Todos los funcionarios deben tener algo que hacer en el momento de una crisis.

# Comité de crisis

## PERMANENTE

- Departamentos más sensibles.
- Delegado Dirección de la entidad.
- Comunicaciones y Relaciones Públicas.
- Evaluar amenazas permanentes.
- Identifica las crisis.

## ESPECÍFICO

- Departamentos afectados.
- Delegado Dirección de la entidad.
- Comunicaciones y Relaciones Públicas.
- Define estrategias a seguir.
- Resuelve la crisis.

# Manual de crisis

- Cada entidad debe tener un manual de crisis, único y diferente.
- Debe ser el resultado de las necesidades individuales de cada segmento.
- Elaborado para la entidad, dirigido por un profesional fuera de ella.

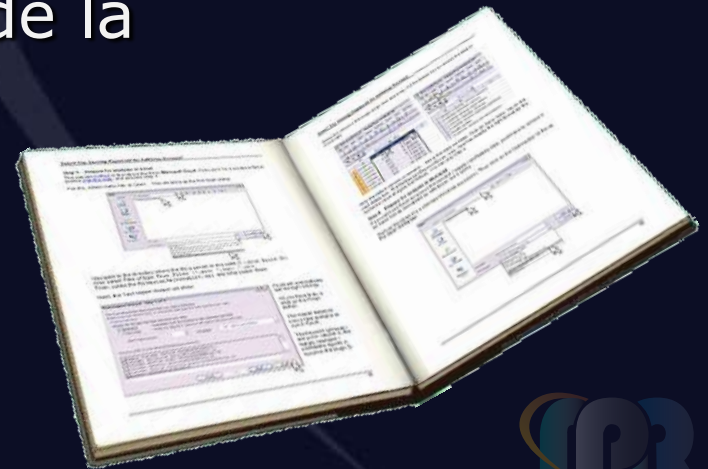


# Manual de Crisis

- ✓ Carta de navegación.
- ✓ De la mano de un entrenamiento para quienes lo pondrán en práctica.
- ✓ Para su elaboración:

Participación de toda la entidad.

Elementos de fuera de la entidad.





# Cuando llegue la crisis

- Mantener la calma.
- Iniciar un proceso de respuesta rápido y total.
- Mantenga un ritmo consistente de información y responda siempre.

- ¿Quiénes la provocan?
- ¿Quiénes son las víctimas directas?
- ¿Quiénes deben actuar dentro de la entidad, de acuerdo a sus responsabilidades con la crisis?

# Fases de una crisis

## -Primera fase-

- El contexto del gobierno empieza a sufrir modificaciones.
- Se detectan factores que amenazan el gobierno (aunque todavía no actúen).
- Los sistemas establecidos de blindaje empiezan a fallar.
- Actuar de manera preventiva.



# Fases de una crisis

## -Segunda fase-

- La capacidad de responder a los factores desestabilizadores no opera.
- La amenaza aumenta.
- Los sistemas de blindaje se desbordan.
- Actuar de manera reactiva.



# Fases de una crisis

## -Tercera fase-

- ¡La crisis llegó!
- El peor momento se presenta.
- Actuar de manera reactiva.
- Analizar estrategias de la amenaza y neutralizarlas.
- Desarrollar una estrategia para salir de la crisis lo menos golpeados posible.



# ¡Comunique siempre!

- Diseñe un vocero para la crisis y préstele entrenamiento.
- Mantenga canales de comunicación:
  - Funcionarios.
  - Usuarios.
  - Medios de comunicación
- Evalúe minuto a minuto sus estrategias de comunicación.
- Busque tratamiento favorable de los medios.

# Siga comunicando...

- Redoble esfuerzos con sus aliados.
- Responda TODAS las preguntas.
- Nunca deje la más mínima duda en sus respuestas.
- Sálgale al paso a los medios y cuando sea inminente, anuncie usted mismo la crisis al mismo tiempo que notifica el camino para solucionarla: mojar la pólvora.



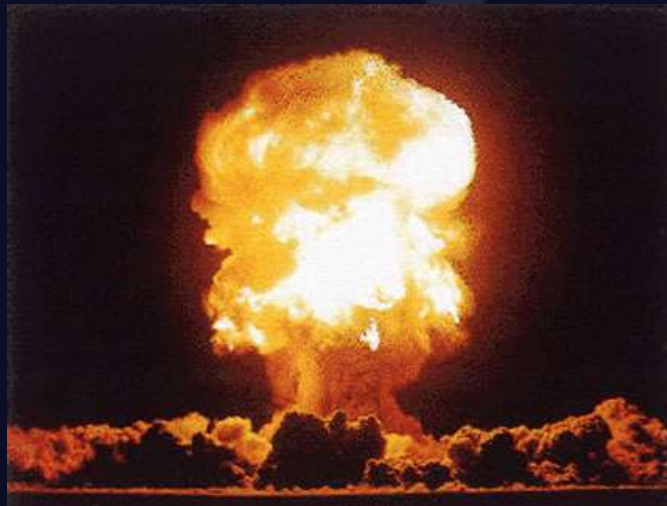
# Después de la crisis

- Reconozca los fallos que condujeron a la crisis y corríjalos.
- Restablezca la confianza.
- Sea el primero en decir que se equivocó.
  - Diga que lo siente.
  - Pruebe que lo siente.
  - Dígalo en persona.
  - Dígaselo a quienes dañó la crisis.



# Después de la tempestad...

- Nada volverá a ser igual.
- Los costos son enormes.
- Construir nuevos escenarios de vida laboral y productiva.
- Estar preparados para la próxima crisis.





- *Existen dos tipos de organizaciones: aquellas que han pasado por una crisis y aquellas que lo harán.*

*Hill & Knowlton*





Twitter: @carlosaperez



caperez@politicaymarketing.com

