



II.- Guía práctica: Claves de la comunicación empresarial en situaciones de crisis económica

I.-COLECCIÓN DEL KIT DEL EMERGENCIA PARA EMPRESAS EN CRISIS-

Contenido de la guía:

Esta guía práctica tiene como objetivo ofrecer al empresario una serie de **claves o recomendaciones** para gestionar correctamente **la comunicación interna y externa** cuando la empresa atraviesa una situación de crisis económica..

Índice

1.- Ideas previas: principios que deben guiar la comunicación en crisis.

- Principios de continuidad de la actividad.
- Contención de la incertidumbre.

2.- Claves de la comunicación interna y externa. (puntos clave)

- Comunicación interna: trabajadores, socios y equipo directivo
- Comunicación externa: clientes e inversores.

3.- Conclusiones y recomendaciones finales

- Conclusiones y reflexiones para todo empresario en crisis.

Notas importantes:

- Este documento es una guía práctica de carácter exclusivamente orientativo e informativo, cuyo propósito es servir de apoyo al empresario que atraviesa una situación económica compleja.
- Este documento carece de validez oficial y no podrá ser presentado ante ninguna Administración ni organismo público, teniendo únicamente un carácter informativo y de orientación general.
- Cada empresa presenta sus propias características y opera en un sector determinado. Al igual que las personas, las compañías son distintas, por lo que cada caso debe analizarse de manera individual, atendiendo siempre a sus particularidades.
- En AMG Legal es un despacho especializado en insolvencias empresariales, ofrecemos asesoramiento jurídico y ponemos a disposición nuestra experiencia para acompañar a los empresarios que afrontan una coyuntura económica delicada en su negocio.

2.- Ideas previas: principios que deben guiar la comunicación en crisis.

- Principios de continuidad de la actividad.
- Contención de la incertidumbre.

2.1.- Principio de continuidad de la actividad.

- Lejos de la idea habitual sobre el proceso concursal, **el objetivo es alcanzar un acuerdo** con los acreedores para seguir con la actividad.
- Debe procurarse la **continuidad de la actividad empresarial con la mayor normalidad posible**.
- Desde el punto de vista comunicativo, **transmitir mensajes alarmistas** puede provocar:
 - caída de ventas,
 - pérdida de confianza de clientes y proveedores,
 - desmotivación y falta de concentración en la plantilla

 La excepción a este principio es cuando continuar la actividad suponga un **agravamiento relevante de la situación económica**.

2.2.- Contención del incertidumbre

- Comunicar bien no significa negar la realidad, sino **evitar alimentar la incertidumbre**.
- Mostrar seguridad en esta situación es tener claro el contexto y los siguientes pasos que se vayan a ir dando.
- Por ello, debemos evitar:
 - Mensajes negativo o demasiados alarmistas
 - Ocultar información que pueda luego salga a luz por otras vías
 - Cambios constantes de discurso o versiones contradictorias.
 - Negar problemas cuando estos son evidentes. Especialmente para los trabajadores.

3.- Los puntos clave de la comunicación interna y externa.

A continuación, te indicamos **las claves prácticas de comunicación interna y externa** que cualquier empresario deberá tener en cuenta en situación próxima o inminente a la insolvencia.

1.- Comunica la situación antes que lo hagan los rumores. Anticípate a las posibles filtraciones

2- Procura que socios, directivos y plantilla reciban la información de forma simultánea

3.- Convoca una junta extraordinaria para informar a socios e inversores, evitando tonos alarmistas.

4.- Documenta las decisiones y los pasos que se van adoptando. Como prueba de toda la labor de comunicación.

5.- Comunica de forma clara, honesta y frecuente.

6.-Muestra empatía: no todas las personas reaccionan igual ante una situación de incertidumbre.

7.- Permite un turno de preguntas, delimitando las respuestas. Prepara un listado de posibles preguntas y respuestas. Muestra seguridad.

8.- Transmite un mensaje homogéneo. Asegura que todos los mandos intermedios transmitan el mismo mensaje.

9.- Refuerza la idea de equipo, compromiso y valores compartidos.

10.- Asesórate siempre con profesionales especializados de la información a facilitar.

11.- Prepara un plan de comunicación interna y externa.

12.- Con proveedores impagados o con riesgo de impago, comunica de forma individual y directa.

13.- No niegues problemas cuando son evidentes para clientes o proveedores.

14.- Sé realista: evita falsas promesas y no constituyas garantías ni reconozcas deudas sin asesoramiento previo.

15.- Sé cauto con el uso de las redes sociales:

1.- Si no es necesario **no te expongas.**

2.- Si la situación ya es muy compleja valora **elaborar un comunicado.**

3.-Evita entrar en discusiones con usuarios.

4.- Desactiva o limita la opción de comentarios para evitar malos entendidos.

3.- Conclusiones y reflexiones para el empresario.

- ☐ **La anticipación del empresario es clave para contener la incertidumbre, proteger la actividad y ganar tiempo en una situación de crisis empresarial.**
- ☐ **La comunicación no resuelve por sí sola la insolvencia, pero una mala comunicación puede agravarla de forma irreversible.**
- ☐ **Tomar decisiones y no optar por una postura pasiva es la mejor fórmula para el empresario y su empresa.**
- ☐ **Es primordial evitar mensajes alarmistas; siempre habrá que mostrar seguridad, transparencia y serenidad.**
- ☐ **Sé cauto con las redes sociales.** Cuando la situación resulta evidente, limitarse a un comunicado evitando debates entre usuarios.

**El presente documento constituye un trabajo original de AMG Legal y se encuentra amparado por la normativa vigente en materia de propiedad intelectual. Queda prohibida su reproducción, distribución, comunicación pública, transformación o cesión, total o parcial, por cualquier medio o procedimiento, salvo autorización expresa y por escrito de AMG Legal. Asimismo, se prohíbe su modificación o transmisión a terceros sin el consentimiento previo y expreso de la titular.