



GESTIÓN DE CRISIS

Utilícese para el cuidado
de la reputación



ODINSA

Empresa de concesiones del

 **GRUPO ARGOS**

Nuestro manual establece los lineamientos generales para:

- Administrar un proceso de gestión de riesgo o crisis en los países donde tiene presencia Odinsa, en el marco de sus valores, de su Código de Buen Gobierno Corporativo y de lo que indica la ley.
- Tomar las medidas preventivas necesarias para evitar que los eventos de crisis impacten negativamente la reputación de la compañía.
- La conformación y funcionamiento de los equipos responsables de las comunicaciones en cada situación y su modo de activación.
- El manejo de la información y la construcción de los mensajes clave.
- La definición de los voceros oficiales ante los grupos de interés.
- La matriz del análisis de riesgos de reputación y los lineamientos estratégicos para el manejo de las comunicaciones en cada caso.
- Fortalecer las relaciones con los diferentes actores de influencia de acuerdo con la situación presentada, especialmente con las autoridades e instituciones competentes, con el fin de que sean validadores del trabajo que realiza la compañía.

DEFINICIONES



Una crisis es una situación excepcional de alto impacto y alcance que puede afectar significativamente la operación de la compañía, sus resultados o su reputación. Se presenta cuando se materializa un riesgo de la organización.



La estrategia es el camino que permite alcanzar los objetivos de comunicación de la compañía y minimizar el impacto de la crisis en su reputación. Ésta es definida por el Comité de Crisis de acuerdo con la naturaleza de la situación excepcional y consiste en cinco alternativas: puede ignorar la situación; puede atacar y desvirtuar versiones; puede defenderse; puede evitar la confrontación o puede aceptar los problemas, los errores e inconvenientes y plantear soluciones concretas.



La definición del mensaje es una parte crítica del proceso de la comunicación. Es el qué decir, cuándo, cómo y a quién. El mensaje debe ser claro, contundente y directo y debe enriquecerse con datos, hechos y argumentos que expliquen o soporten la gestión de la compañía frente a la situación. Incluso puede evolucionar en la medida en que la crisis se desarrolla, pero no es aconsejable cambiarlo.



El **objetivo de comunicación** puede resumirse como la forma en la que la organización quiere ser percibida por las diferentes audiencias. Para lograr una comunicación efectiva en momentos de crisis, lo más importante es establecer unos objetivos de comunicación claros que serán los pilares para diseñar la estrategia a seguir.

El mensaje es una posición, un enfoque que, en la medida en que se repite, llega a un mayor número de personas y fortalece la coherencia de la compañía.

En el desarrollo del mensaje es fundamental tener en cuenta las siguientes recomendaciones:



Las tácticas son acciones puntuales a desarrollar, en el marco de la estrategia planteada, para alcanzar los objetivos. Hay tantas tácticas como la creatividad, el presupuesto o el tiempo lo permitan.



El Comité de Crisis es un grupo asesor, establecido previamente, que y plantea las alternativas de acción, basándose en el análisis de la información disponible.



El vocero es la persona responsable de hablar en nombre de Odinsa ante diferentes grupos de interés. Es la cara pública de la compañía y quien ha sido entrenado para hablar ante diferentes audiencias. En momentos de crisis, únicamente el presidente o los altos directivos de la compañía (a quien el presidente designe) serán los responsables de brindar información de primera mano a medios de comunicación y demás audiencias externas. Elegir acertadamente al vocero a la hora de afrontar una situación de crisis es tan importante como tener claro el mensaje a transmitir. El vocero actúa siempre bajo la Política de Vocería definida por la compañía en la Política de Comunicaciones. Esta persona debe formar parte del Comité de Crisis.

● CRITERIOS DE ACTUACIÓN ●



Responsabilidad



En todo proceso de gestión de crisis primará el sentido de responsabilidad que la organización tiene hacia:

- El respeto a la vida de las personas y a su salud.
- La actuación coherente con las normas legales.
- Los valores de Odinsa y sus concesiones, en el marco del Código de Buen Gobierno Corporativo.



Idoneidad



Se refiere a las competencias (conocimientos, habilidades y comportamientos) necesarias para dirigir, atender y resolver en forma efectiva una situación de riesgo o crisis, de manera coherente y consistente con los valores de la organización.



Oportunidad

Se refiere a actuar en el momento que se requiere y en los tiempos apropiados.



Confidencialidad

Todo colaborador de Odinsa que, entre en contacto o maneje información que se relacione con situaciones de riesgo o de crisis deberá mantenerla bajo reserva, así como seguir el flujo de comunicación establecido en este Manual.



Objetividad

Se deberá actuar de acuerdo con las políticas de la organización en el manejo de los protocolos aplicados a los distintos procesos, y siempre fundamentados en hechos y datos que permitan dar claridad a las situaciones con argumentos científicos o técnicos, y de carácter interno o externo.

● COMITÉ DE CRISIS ●

Contamos con un **Comité de Crisis** que evalúa y define la estrategia a seguir y plantea las alternativas de acción, basándose en el análisis de la información disponible.

- Al comité llega toda la información sobre la situación, sus causas, consecuencias, evolución y posibles soluciones. Este las analiza, crea escenarios y plantea alternativas de acción.
- Tiene miembros permanentes o invitados ocasionales, si la situación así lo requiere.
- Se debe reunir dos veces al año para hacer una evaluación y dar un concepto sobre los potenciales riesgos de comunicaciones que pueda enfrentar la compañía. Y, en dado caso, activar el procedimiento de manejo de crisis.



ODINSA

Empresa de concesiones del



GRUPO ARGOS