

¿Comunicación en tiempos de crisis? Consejos del Tec de Monterrey



¿Como es la **comunicación en crisis** en el contexto del [COVID-19](#)?, ¿cuáles son los grandes **retos de las organizaciones** en esta área?

[Rodolfo Rubio](#), vicepresidente de Comunicación del [Tec de Monterrey](#), comparte algunos **principios a tomar en cuenta** y también explica cómo está enfrentando el Tec el reto.

A través del webinar [Comunicación en tiempos de COVID-19](#) Rubio comentó que ante la [crisis por pandemia](#) la comunicación se da en un ambiente de incertidumbre y volatilidad que va a durar mucho tiempo.

*“¿Qué es lo que queremos hacer con **la comunicación en tiempos de crisis**? Propiciar comportamientos racionales, organizados y comprometidos que contribuyan a su resolución”, señaló.*

COMUNICACIÓN EN TIEMPOS DE INCERTIDUMBRE

Rubio explica que con la pandemia vivimos en un **ambiente VUCA** (Volátil, Incertidumbre, Complejidad, y Ambiguo, por sus siglas en inglés), que describió así:

- Volátil (Volatility)

Lo que hoy es, mañana ya no, inmediatamente, muy rápido, las fuerzas que suceden se manifiestan con alta energía y gran velocidad, lo cual nos cambia la jugada, afirmó.

- Incertidumbre (Uncertain)

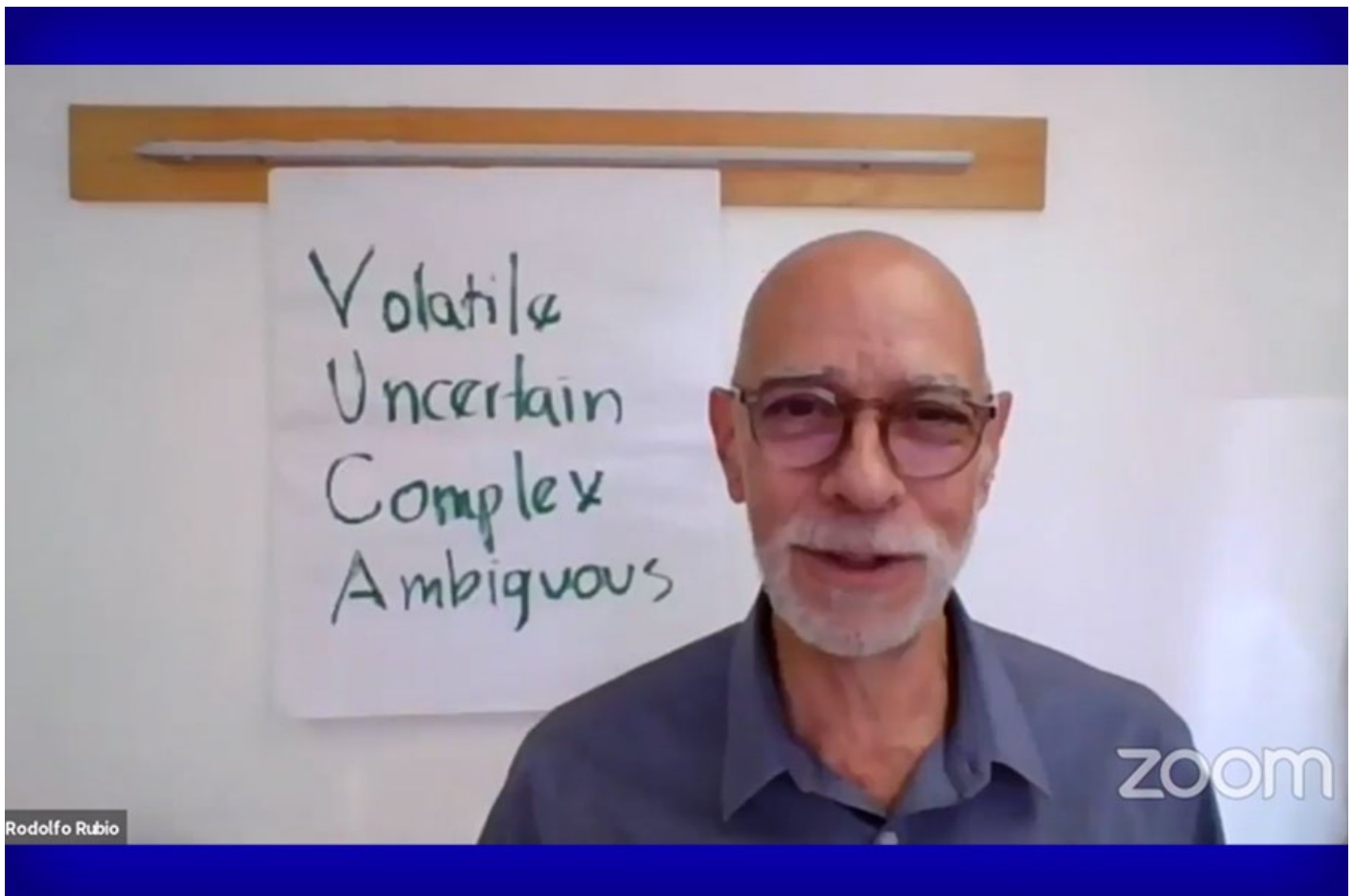
Dice que no sabemos exactamente qué va a pasar, porque estamos enfrentando una situación que no habíamos tenido como humanidad, instituciones o familias.

- Complejidad (Complex)

Todas las situaciones son multifactoriales, resolver un tema no puede ser con una sola causa, la causalidad es muy compleja y hay una interrelación de factores, menciona.

- Ambiguo (Ambiguity)

Señala que ya no hay blancos y negros, hay una falta de claridad y cuando la gente dice sé claro en lo que quieres decirme, no vas a poder decir sí o no.



width="900" loading="lazy">

El directivo enumeró entonces **3 grandes retos** a los que se enfrentan las organizaciones para poder comunicar de una manera efectiva:

1) Una falta generalizada de confianza

Cuando uno pierde la confianza el comportamiento de las personas no es racional, dice.

2) Una sobresaturación de información

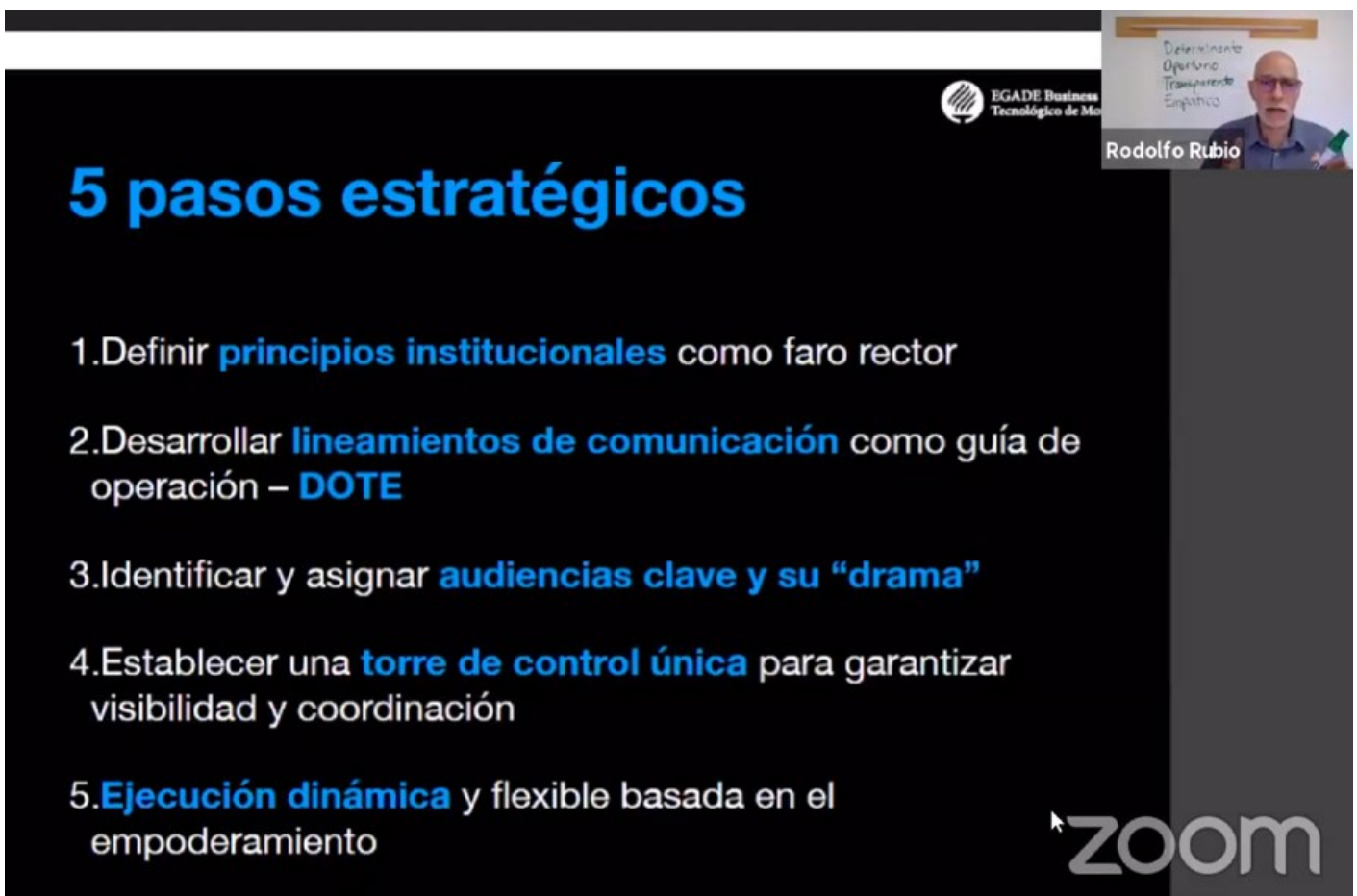
"Llega un momento en el que la gente ya no quiere leer los mensajes, porque además todos son expertos, influencers o publishers; como institución o directivo estás compitiendo con miles de personas que están publicando información", compartió.

3) Es una era de transparencia, conectividad y responsabilidad totales

"Hoy ya no podemos guardar secretos, lo que hoy sucede se va a saber; todos estamos conectados, nuestros celulares nos hacen a todos reporteros; y responsabilidad es muy simple, alguien va a pagar, alguien va a ser responsable por eso que no se comunicó".

PASOS ESTRATÉGICOS

Durante el webinar también compartió los **5 pasos estratégicos** que tomó en el Tec para conseguir una **comunicación efectiva**.



5 pasos estratégicos

1. Definir **principios institucionales** como faro rector
2. Desarrollar **lineamientos de comunicación** como guía de operación – **DOTE**
3. Identificar y asignar **audiencias clave y su “drama”**
4. Establecer una **torre de control única** para garantizar visibilidad y coordinación
5. **Ejecución dinámica** y flexible basada en el empoderamiento

EGADE Business Tecnológico de Mo

Rodolfo Rubio

Determinante
Openness
Transparente
Empático

zoom

width="900" loading="lazy">

1) Definir principios institucionales como faro rector

"Esas grandes cosas que íbamos a privilegiar, en nuestro caso la seguridad de nuestra

comunidad, el compromiso con la continuidad académica de excelencia y hacer todo siendo fieles a los valores del Tec".

2) Desarrollar lineamientos de comunicación como guía de operación (DOTE)

Son 4 principios que el equipo de comunicación bautizó como **DOTE**, acrónimo para:

Determinante - Lo que comuniquemos no puede ser ambiguo.

Oportuno - No antes ni después, sino cuando tengas suficientes elementos para que la comunicación impacte.

Transparente - Todo lo que tengamos que decir lo vamos a decir, ¿Qué es todo?, todo lo que sea relevante para el contexto de ese comunicado.

Empático - No podemos escribir un comunicado que habla como si todo estuviera bien; la empatía tiene mucho que ver con ponernos en los zapatos de los demás.

3) Identificar y asignar audiencias clave y tener muy claro cuál su "drama"

Saber **quiénes son tus audiencias** y explicar que es lo que a cada audiencia en particular le preocupa, explica. Dio el ejemplo del drama para los profesores sobre proceso de tener que cambiar de un modelo de enseñanza presencial a uno digital.

4) Establecer una torre de control única

Esto con el fin de tener visibilidad y coordinación, dice. *"Así vas a tener visibilidad de todo lo que se está diciendo, para que puedas asegurarte que se está cumpliendo el **DOTE**, que los principios institucionales se cumplan, y que somos congruentes con el mensaje que queremos mandar".*

5) Ejecución dinámica y flexible basada en el empoderamiento

*"Estamos en **VUCA** y tratar de tener un control total sobre la situación es imposible; todos los voceros de tu organización están viendo a su audiencia, ten una ejecución dinámica, flexible y con empoderamiento.*

"No trates de controlarlo todo, enfócate en los hitos que marcan la línea para lo que venga después", explicó.



Viernes 26 de junio, 2020
1:00 pm en línea

**EJECUTANDO LA COMUNICACIÓN PARA IMPACTO
POSITIVO Y LA GENERACIÓN DE VALOR
PARTE 2**



Rodolfo Rubio
Vicepresidente de Comunicación
y Relaciones, Tecnológico de Monterrey

Registro



zoom

width="900" loading="lazy">

El webinar fue parte de la serie **A la altura del desafío: Liderazgo en el contexto de COVID-19** organizada por la **EGADE Business School**, en la que Rubio impartirá un segundo webinar el 26 de Junio.

En ese webinar el directivo abordará temas de **ejecución en comunicación en tiempos de COVID-19**, la importancia de los **procesos**, las **plataformas** para llegar a las audiencias, la importancia del **storytelling cautivador** y el balance entre **perfección y suficiencia**; para registrarte da click [aquí](#).

SEGURAMENTE QUERRÁS LEER TAMBIÉN:

SEGURAMENTE QUERRÁS LEER TAMBIÉN:

ESTE ES EL ESPECIAL DE CONECTA CON NOTAS SOBRE EL CORONAVIRUS:

EL ESPECIAL DE CONECTA CON NOTAS SOBRE LA CUARENTENA:

Y EL ESPECIAL DE CONECTA SOBRE LO QUE HACE EL TEC EN ESTA PANDEMIA: