

Propuesta de capacitación

Taller
“Gestión de crisis
corporativas”



Modalidad presencial o en línea



- A. Objetivo
- B. Plan de trabajo
- C. Propuesta formativa
- D. Coaching adicional
- E. Cronograma
- F. Inversión



A. Objetivo



El objetivo del taller es proporcionar los conocimientos y habilidades para la implementación de un sistema de prevención, detección y atención a crisis, orientado al cuidado de la reputación e imagen de las organizaciones y al cuidado de la gente.

**“En una crisis se toma conciencia del riesgo pero
se reconoce la oportunidad”**

John F. Kennedy

B. Plan de trabajo

PLAN

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.



C. Propuesta formativa



| Módulos | 1 | 2 | 3 | 4 |
|---------------------------|---|---|---|---|
| Tema | “Introducción a la gestión de crisis” | “Sistema de prevención y preparación de crisis” | “Plan efectivo de gestión de crisis” | “Monitoreo y cierre de crisis” |
| Duración por módulo | Sesión 1 | Sesión 2 | Sesión 3 | Sesión 4 |
| Actividad de introducción | <ul style="list-style-type: none"> Actividad rompehielo | <ul style="list-style-type: none"> Video: análisis FODA | <ul style="list-style-type: none"> Actividad: ¿qué harías en cada una de estas crisis? | <ul style="list-style-type: none"> Video-infografía: aprendizajes de una crisis |
| Sesión teórica | <ul style="list-style-type: none"> ¿Qué es una crisis corporativa? Cómo afectan las crisis a la reputación e imagen corporativa. Tipos de crisis corporativas. Etapas de una crisis. Presencia de marca durante la crisis. | <ul style="list-style-type: none"> Medios de detección temprana de crisis. Análisis FODA en la organización. Mapa de riesgos. Medios de denuncia de colaboradores. Desarrollo de manual de manejo de crisis. Definición de voceros. | <ul style="list-style-type: none"> Diagnóstico de la crisis. Comité de crisis. Definición de plan de acción general. Establecimiento de línea de comunicación. Plan de comunicación. | <ul style="list-style-type: none"> Medios de medición de efectividad. Documentación y seguimiento. Hallazgos y aprendizajes. Plan de acciones de mejora y prevención. |
| Recursos | <ul style="list-style-type: none"> Videos: casos de crisis corporativas y su impacto. Juego: clasificación de tipos de crisis. | <ul style="list-style-type: none"> Juego: mapa de riesgos. Juego de memoria: elementos de un manual de manejo de crisis | <ul style="list-style-type: none"> Juego une las líneas: diagnóstico de crisis. Actividad: grabación de mensaje a medios - crisis corporativa. | <ul style="list-style-type: none"> Actividad en pareja o equipo: mapa de hallazgos y aprendizajes. Actividad: fases del plan de mejora. |
| Práctica | <ul style="list-style-type: none"> Ejercicio 1: análisis de casos de empresas con crisis reputacional. Ejercicio 2: definición de las etapas de una crisis. | <ul style="list-style-type: none"> Ejercicio 1: desarrollo de un FODA Ejercicio 2: preparando a un vocero. | <ul style="list-style-type: none"> Ejercicio 1: roleplay de comité de crisis. Ejercicio 2: desarrollo de un plan de acción. | <ul style="list-style-type: none"> Ejercicio 1: preparando un plan de mejora. |
| Ejercicio/tarea | <ul style="list-style-type: none"> Evaluación parcial módulo 1: definición de los tipos de crisis que afectan a tu organización | <ul style="list-style-type: none"> Evaluación parcial módulo 2: desarrollo de FODA, mapa de riesgos y manual corporativo. | <ul style="list-style-type: none"> Evaluación parcial módulo 3: desarrollo de plan de manejo de crisis (simulación) | <ul style="list-style-type: none"> Evaluación parcial módulo 4: desarrollo de bitácora de hallazgos y plan de acciones de mejora |

Módulo 1:

“Introducción a la gestión de crisis”

Objetivo del módulo:

Conocer qué es una crisis, cómo se conforma y cómo afecta a la organización.

Contenido temático:

- 1 ¿Qué es una crisis corporativa?
- 2 Cómo afectan las crisis a la reputación e imagen corporativa.
- 3 Tipos de crisis:
 - Laboral
 - Corporativa o institucional
 - De seguridad y salud
 - De producto o proceso
 - De desastre natural
 - Política o social
 - Informática
- 4 Etapas de una crisis.
 - Pre-crisis
 - Crisis
 - Post-crisis
- 5 Presencia de marca durante la crisis.

Módulo 2:

“Sistema de prevención y preparación de crisis”

Objetivo del módulo:

Aprender cuáles son y cómo se utilizar adecuadamente las herramientas de prevención y preparación en caso de crisis.

Contenido temático:

- 1 Medios de detección temprana de crisis.
- 2 Análisis FODA en la organización.
- 3 Mapa de riesgos.
- 4 Medios de denuncia de colaboradores.
- 5 Desarrollo de manual de manejo de crisis.
- 6 Definición y preparación de voceros.

Al finalizar cada módulo el participante tendrá como tarea la realización de un ejercicio para generar avances sobre su evaluación final

Módulo 3:

“Plan efectivo de gestión de crisis”

Objetivo del módulo:

Aprender a realizar e implementar un plan efectivo de gestión de una crisis una vez que ésta ha iniciado.

Contenido temático:

- 1 Diagnóstico de la crisis.
- 2 Comité de crisis:
 - Definición de miembros
 - Roles
 - Funciones
- 3 Definición de plan de acción general.
- 4 Establecimiento de línea de comunicación.
- 5 Plan de comunicación.
 - Estrategia
 - Medios
 - Mensajes
 - Participantes
 - Medición de efectividad

Módulo 4:

“Monitoreo y cierre de crisis”

Objetivo del módulo:

Comprender la importancia de asegurar el seguimiento de la crisis y conocer los mecanismos para un adecuado cierre de la misma.

Contenido temático:

- 1 Medios de medición de efectividad.
- 2 Documentación y seguimiento.
- 3 Hallazgos y aprendizajes.
- 4 Plan de acciones de mejora y prevención.

Al finalizar cada módulo el participante tendrá como tarea la realización de un ejercicio para generar avances sobre su evaluación final

Evaluación final:



- Consistirá en:
 - ✓ Presentación de su plan integral de gestión de crisis (simulación de una situación de crisis en una organización)
 - ✓ Calificación a través de una lista de verificación previamente validada con el cliente.
- En caso de cumplir con los criterios de evaluación, el participante recibirá un certificado de cumplimiento de la capacitación.
- Se entregará al cliente un reporte de las observaciones realizadas por cada uno de los participantes durante todo el taller, dando recomendaciones de las áreas de mejora a trabajar e iniciando posteriormente las sesiones de coaching (en caso de ser contratadas por el cliente).

D. Coaching adicional





En caso de aceptación del cliente, se trabajará un programa de coaching personalizado para cada participante de acuerdo a las observaciones realizadas en el reporte y conforme al siguiente formato:

Propuesta de coaching adicional:

Número máximo de sesiones individuales (por participante): 5

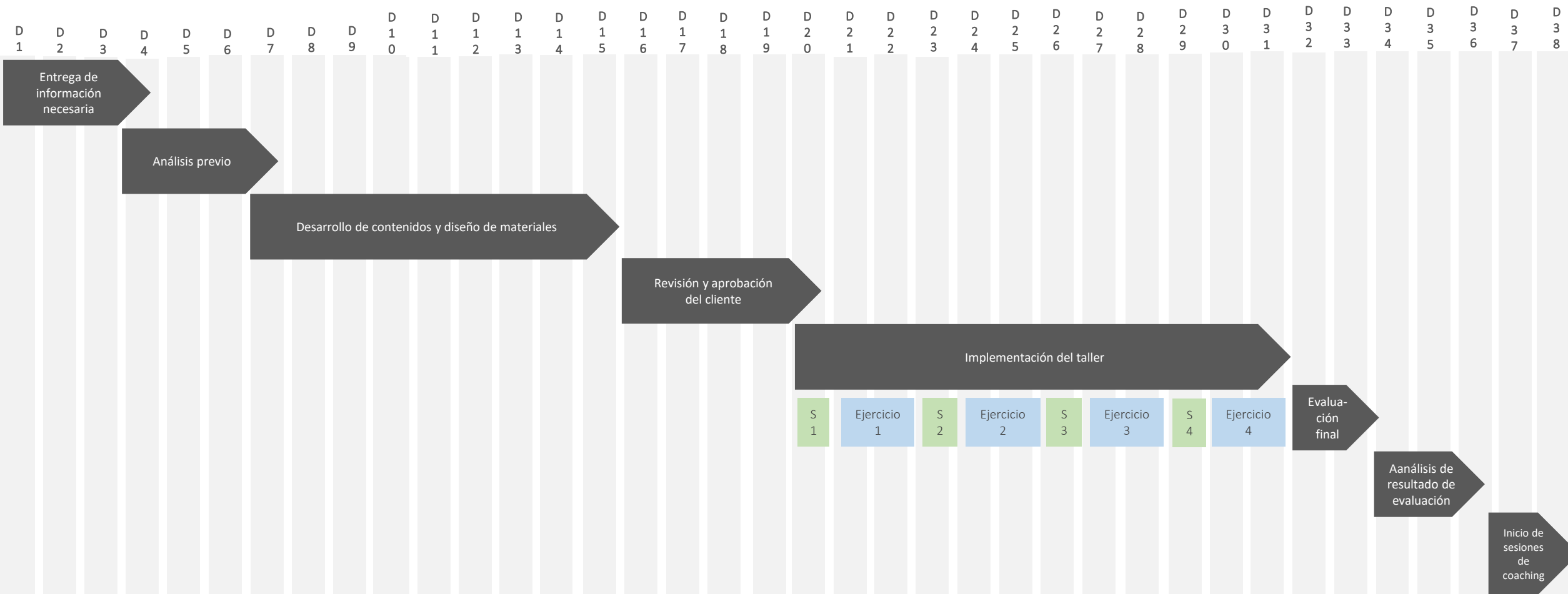
Duración de cada sesión: 2 horas

Temas de las sesiones:

- Impulso del liderazgo durante una crisis.
- Impulso a la reputación de marca.
- Preparación de voceros.
- La crisis no se acaba cuando parece que se acaba.
- Reforzamiento del plan de prevención de crisis.

E. Cronograma





*Conteo de tiempos en días hábiles.

F. Inversión





Taller “Gestión de crisis corporativas”:

Costo por participante: \$6,700

Incluye:

- Programa de 16 horas.
- Evaluación final
- Certificado de finalización
- Reporte individual

Coaching adicional

Costo de sesión por participante: \$800

Costo en paquete 5 sesiones: \$3,200 (por participante)

Requerimientos:

- Entrega de manual de identidad corporativa y elementos gráficos a utilizar: logotipo del cliente, paleta de color, templates corporativos.
- Sala para la sesión (presencial) o disponibilidad de red de internet estable para cada participante (en línea).
- Información del cliente útil para el armado de materiales y ejercicios.

- Los costos de la presente cotización no incluyen el 16% de I.V.A.
- Forma de pago: 50% al inicio del proyecto, 50% restante al finalizar el proyecto.
- No incluye renta de salones, sistemas de audio y video, proyectores, alimentos ni bebidas.



Damos estructura a tus ideas



daniela.paradela@aliadoscreativos.com.mx

55 8532 8234