

---

# Cómo gestionar la crisis COVID-19

—

marzo de 2020

Con la colaboración de



---

**AECOC**

---

## Índice

<b>1. Las personas</b> People first	<b>pag 3</b>
<b>2. El negocio o la operativa</b> “hope for the best, plan for the worst”	<b>pag 10</b>
<b>3. La comunicación</b> La comunicación de crisis es esencial	<b>pag 13</b>
<b>4. Las recomendaciones del gobierno y marco legal</b> Sólo una fuente de información y atentos a la ley	<b>pag 15</b>

---






# 1. Las personas

## - People first



La premisa que debe guiarnos respecto a la gestión de las personas en la crisis del **COVID-19** es la prevención y protección de la salud de las personas y la responsabilidad de cada empresa a no contribuir a la expansión del virus en la sociedad.

Por personas nos referimos básicamente a los empleados de las organizaciones:

-  Personal de oficina
-  Fuerza de ventas
-  Operarios de líneas de producción
-  Personal almacenes o plataformas logísticas
-  Personal de call center (si no está externalizado)

Otro grupo de personas externas a nuestra plantilla y que debemos también tener en consideración podrían ser consumidores o proveedores. Nos referimos por ejemplo a aquellas personas que acceden a nuestros establecimientos y con los que nuestro personal podría tener contacto físico.

En definitiva, es importante que cada empresa tenga claro su **mapa de públicos internos y externos en relación a su impacto directo o indirecto con el tema COVID-19.**

Nuestro plan de actuación de crisis relativo a las personas debe incluir medidas de prevención y sensibilización para la salud de las personas, protocolos específicos de atención a nuestros empleados, medidas laborales, actuaciones operativas y una exquisita comunicación muy cuidada en fondo, forma y tiempos.

### **¿Tengo perfectamente identificados todos mis públicos internos y externos afectados por esta crisis?**

Ten identificados todos tus públicos afectados directa o indirectamente por esta situación. Hablamos de tus empleados, tus clientes, tus proveedores, tus representantes sindicales, las administraciones públicas que interactúan de forma habitual con tu empresa, tus consumidores, los medios de comunicación, tus laboratorios de referencia, etc.

En definitiva, todas aquellas personas físicas o jurídicas con las que, en algún momento de tu actividad, mantienes un contacto para alguna acción en concreto y que pienses que esta situación le puede afectar.

Debes tenerlos en cuenta a todos y cada uno de ellos y deberás tener un plan de acción identificado en función del escenario que se presente en cada momento.

---

### ¿Conozco todos los instrumentos legales que tengo a mi alcance para afrontar esta situación (teletrabajo, vacaciones, etc)?

Si dispones de un servicio de asesoramiento externo es hora de utilizarlo. Estamos ante una situación que requiere el uso de todos los instrumentos legales que tienes a tu alcance para poder evitar la interrupción de tu negocio, como por ejemplo, pueden ser vacaciones anticipadas, establecer jornadas diferentes (por ejemplo: pasar de tres turnos de producción a dos), distribución irregular de la jornada (convenio colectivo y en su defecto art. 34.2 del Estatuto de los Trabajadores), licencias no retribuidas, etc. O bien realizar un expediente de regulación de empleo temporal (ERTE) por causa de fuerza mayor que requerirá siempre autorización de la Autoridad Laboral), o bien un ERTE por causas económicas, organizativas, productivas y/o técnicas que deberás acordar con la representación legal de tus trabajadores con éstos mismos en caso de no existir. El Gobierno ha dictado, en estos días excepcionales, diferentes normas que deberás tener en cuenta.

<https://www.boe.es>

Sean cuales sean las medidas decididas, ponlas en marcha siempre de la forma correcta siguiendo los consejos de expertos laborales.

También debes tener en cuenta que dentro de tu empresa existen diferentes realidades que deberán ser tratadas de forma diferente ya que por ejemplo, si dispones de una red comercial es posible que no pueda teletrabajar. Adapta cada mecanismo legal que tengas a tu alcance a tus diferentes colectivos, por lo que reiteramos que resultará imprescindible el asesoramiento de un profesional.

### ¿Estoy adoptando o he adoptado todas las medidas de higiene necesarias?

Esta crisis requiere estar siempre al día de las recomendaciones que el ministerio de sanidad está continuamente lanzando a la población en cuanto a medidas de higiene se refiere. Existen a tu disposición numerosos contenidos comunicativos que puedes difundir entre tus empleados.

<https://www.mscbs.gob.es/profesionales/saludPublica/ccayes/alertasActual/nCov-China/ciudadania.htm>





A través de estas indicaciones podrás chequear con tu responsable de prevención de riesgos laborales (internos o externos) si has adoptado o no las medidas de higiene adecuadas.

Además, no olvides ponerte en contacto con la mutualidad con la que colaboras habitualmente, ellos también pueden ayudarte.

Ante esta situación excepcional lo mejor es seguir estrictamente los protocolos establecidos por el ministerio de sanidad.

---

Si eres una empresa con recursos limitados te indicamos alguna de las medidas de higiene a tener en cuenta:

-  Disponer de gel hidroalcohólico
-  Evitar las reuniones y en caso de ser estrictamente necesario limitar el aforo y asegurarse que las personas pueden mantener un metro y medio de distancia de seguridad
-  Si hay posibilidad de conseguir, usar mascarillas y guantes en caso de estar en el exterior y entregar los pedidos siguiendo estas normas
-  Tomar la temperatura a tus empleados, etc.

<https://www.mscbs.gob.es/profesionales/saludPublica/ccayes/alertasActual/nCov-China/home.htm>

### ¿Saben mis trabajadores qué tienen que hacer en caso de contagio?

Es importante que todos los trabajadores estén informados de cómo proceder frente a un contagio (personal o en su entorno cercano) y es una responsabilidad de la empresa facilitar toda la información y equipos necesarios para evitar dicho contagio dentro de su entorno laboral.

Para facilitar siempre una información contrastada y creíble lo mejor es usar los contenidos que nos proporciona el Ministerio de Sanidad y usar nuestros canales y herramientas de comunicación internos.

No hace falta tener herramientas digitalizadas de comunicación. En esta situación, podemos usar a nuestros mandos intermedios, o encargados de producción por ejemplo como personas transmisoras del mensaje. Todos los medios, herramientas y personas en las que podamos confiar para transmitir mensajes de calma y tranquilidad pueden sernos útiles.

En este caso, es importante también que la empresa, dentro de su esfera de responsabilidad, muestre atención y preocupación por las personas que pueden estar en casa reclusas al estar contagiadas ellos o alguien de su entorno.

Y no olvidemos que, para que todo el mundo sepa qué hacer, es importante tener establecidos los protocolos internos de comunicación e identificadas las personas que nos pueden hacer de portavoces.

---

### ¿Conozco cuáles son mis obligaciones como empresario?

Las empresas que mejor paradas van a salir de esta situación son aquellas que sepan exactamente qué hacer, cómo hacerlo y cuándo hacerlo, adaptándose a cada uno de los escenarios a los que se enfrentan, que evolucionarán a medida que la situación avance.

Como empresarios debemos conocer cuáles son exactamente aquellas obligaciones que tenemos. En este sentido existen numerosas publicaciones diarias a través de las redes sociales (especialmente LinkedIn) que nos pueden ayudar a conocer como por ejemplo, qué medidas laborales podemos o no aplicar y cuándo, o si tenemos la obligación de dotar a nuestros trabajadores de los equipamientos adicionales que se requieren para determinados trabajos, si tenemos que dotar a nuestros trabajadores de los medios y herramientas necesarias para teletrabajar.

<https://www.sepe.es/HomeSepe/Personas/distributiva-prestaciones/quiero-cobrar-el-paro/afectadoERE.html>

<http://noticias.juridicas.com/>

<https://moma-crisis.com/blog/>

### ¿Mantengo un diálogo abierto con los representantes de mis trabajadores?

La comunicación clara y frecuente con los representantes legales de los trabajadores, o en su defecto con tus trabajadores (cuando haya novedades trascendentes en la situación en la empresa), son uno de los stakeholders claves en esta situación.

Si el mantener un diálogo abierto con los representantes de los trabajadores ayuda siempre al normal desarrollo del negocio, en esta situación aún más. Porque los representantes de los trabajadores son claves en:

1. Poner en marcha medidas laborales colectivas que puedas presentar, como por ejemplo pueden ser las medidas incluidas en el ERTE (a excepción del ERTE por causa de fuerza mayor).
2. Evitar un conflicto laboral en el futuro (esta situación tan extrema es temporal pero sus consecuencias son imprevisibles para la mayoría de los sectores).
3. Gestionar situaciones personales e individuales.

---

Sin duda, ahora es el momento de activar un diálogo con los representantes de los trabajadores para intentar entre todos solventar esta situación.

Si, por el contrario, es imposible el diálogo por un asunto histórico, ten en cuenta siempre a este stakeholder en todas las acciones que vayas a poner en marcha y sus posibles riesgos.

### **¿Tengo los protocolos de comunicación interna que necesito en este momento?**

La comunicación es clave en cualquier situación de crisis y esta situación no es una excepción.

Un protocolo de comunicación interna debe contener ante todo: los responsables de su gestión, los circuitos de aprobación y los contenidos que sí o sí deben estar sometidos a dichos circuitos de aprobación.

Además, debes incluir en este protocolo qué instrumentos, formatos y canales usas en función de los contenidos que tengas que comunicar. Y no olvidar que tu cadena de comunicación a través de las personas y sus funciones pueden ser claves.

### **¿Estoy usando los canales e instrumentos correctos de comunicación? ¿Y a las personas adecuadas?**

Debes tener claramente identificados qué canales e instrumentos de comunicación estás utilizando normalmente. En situaciones de excepcionalidad la improvisación no tiene cabida, por lo que ante la duda de construir un canal nuevo de comunicación, te recomendamos que primero identifiques si los que tienes sirven para el fin que te propones. Si no es así, analiza los riesgos de crear un canal nuevo en estas circunstancias y si ves que dichos riesgos no existen adelante.

Asegúrate de tener un plan de comunicación interna donde tengas claramente identificados el qué, el cómo, el cuándo y a quién se va a dirigir la comunicación.

---

### ¿Conocen mis trabajadores y empleados los instrumentos y mecanismos laborales que se están poniendo en marcha ante esta situación?

La comunicación interna es clave para que trabajadores y empleados conozcan todas las acciones que se están llevando a cabo.

Dentro del protocolo de comunicación interna te recomendamos que incluyas un anexo donde tengas bajo control y por versiones (así sabrás qué y cómo lo has enviado) todos los comunicados internos que has hecho.

Te recomendamos que ante comunicaciones especialmente sensibles te pongas en contacto con tus asesores. En estos momentos, la comunicación interna debe ayudarte a crear un clima de confianza. Además en situaciones sensibles siempre deberás tener un asesoramiento legal en aquellas comunicaciones internas que quieras activar.

### ¿Dispone mi plantilla de todos los mensajes clave para hablar con los clientes? ¿Y con los consumidores?

Dentro de tu mapa de stakeholders, tu plan de acción para cada uno de ellos en función del escenario en el que te sitúes debes incluir un apartado de materiales a elaborar.

Como bien sabemos, la red comercial o el call center son dos públicos de interés claves para ayudarte en tu negocio y, como son ellos los que hablan con tus clientes / consumidores, debes asegurarte que disponen de un documento de mensajes clave de tu organización.

Por eso, debes elaborar un documento de mensajes clave de tu organización y su posicionamiento dentro de esta crisis y adecuarlos a cada público. El tono de estos mensajes es diferente en función del colectivo al que te diriges. Además, no olvides hacer un ejercicio de elaboración de un documento de preguntas y respuestas (Q&A) para que tus trabajadores dispongan de una herramienta ante las diferentes situaciones que se puedan originar con los clientes / consumidores.

Tus mensajes clave y tus documentos de Q&A deben recoger, sobre todo, todas aquellas medidas que hayas adoptado dentro de tu organización para paliar los efectos de esta crisis, ya sea como medida de protección hacia la salud de tus empleados o para asegurar la continuidad de tu negocio.



---

## ¿Dispongo del protocolo de actuación para la comunicación con los consumidores?

Debes tener claramente identificados los canales habituales de comunicación con tus consumidores, ya sea por temas publicitarios (spots tv, redes sociales, puntos de venta, packaging) o por gestión de reclamaciones (call center, web).

La gestión de esta crisis requiere de una coordinación interna importante.

Elabora tus mensajes clave y adapta los a los canales de comunicación que tienes abiertos en los formatos que usas habitualmente. Evita aprovechar esta crisis para hacer campañas de comunicación dudosas y lanza mensajes de confianza para tu consumidor. Todas las comunicaciones sobre las medidas que adoptas para evitar el contagio entre tus empleados y la sociedad en general serán bien recibidas.

Y no olvides a tu call center. Son las personas que están en permanente contacto con tus consumidores. Durante estos días puede ser que hayas tenido que anular algún evento con tus consumidores (por ejemplo entradas para un evento deportivo, dotar de un premio a una promoción ya publicada, etc.) Si es así, no olvides mantener informado al consumidor del porqué de la misma alegando siempre la causa mayor e intentando llegar a una solución satisfactoria para todos. En estos casos es mejor adelantarse.

## ¿Tengo un plan de actuación adaptado a cada colectivo? (Especialmente pensado para empresas con plantas de producción, o red comercial que viaja continuamente (gestores de venta) o con almacenes logísticos, etc.)

Las consecuencias de esta crisis son tan diferentes como actividades empresariales existen en el mercado. Por eso es muy importante que tengas claramente definidos los planes de acción con todos los escenarios posibles en función de la evolución de la crisis.

Debemos tener previsto, en caso de ser productores, que nuestra planta deba cerrar, que debamos anular viajes o cerrar almacenes logísticos. Es momento de tener activados los BCP (Business Continuity Plan) que ya tienes y, en caso de no disponer de ellos, poder establecer con todos los departamentos afectados una serie de acciones para evitar el parón del negocio. Si éste fuera inevitable no olvides recordar las medidas legales que como empresario tienes a tu disposición, así como las ayudas económicas que ha puesto en marcha el gobierno.

<https://boe.es/boe/dias/2020/03/18/pdfs/BOE-A-2020-3824.pdf>

---

### ¿Tengo establecidas las herramientas para controlar/mitigar la rumorología (salidas laborales, contagios entre compañeros, falta de cash flow, etc.)

Ten controlado en tu plan de comunicación interna los canales formales e informales que existen en tu organización. Si en la cultura de tu empresa está muy presente la rumorología, no olvides activar un plan de antenas (identificar personas que pueden ayudarte a identificar y neutralizar los rumores) y dótalo de contenidos fiables y creíbles. Repite, si es necesario, tu comunicación interna para crear “estado de opinión” y ofrece canales de comunicación abiertos para aclarar las dudas y comentarios que tengan tus trabajadores. Estos canales pueden ser una dirección de email (si tu volumen de empresa lo requiere, pero no olvides que se deben responder todos) o bien un grupo de personas que disponen de los mensajes clave importantes y pueden hacer de altavoces.

---

## 2. El negocio o la operativa

-

“hope for the best, plan for the worst”



Más allá de la gestión diaria que esta crisis nos exige a todos, es esencial que las empresas tengan:

- Analizados los riesgos derivados de la crisis de contexto que puedan suponer una interrupción de la actividad y los puntos de mayor impacto para el negocio.
- Definido un Business Continuity Plan (BCP) diseñado y de posible ejecución inmediata a nivel de recursos y capacidades de gestión.
- Identificados los puntos fuertes y débiles de la implementación de nuestro BCP.

Sólo a modo de ejemplo, algunos riesgos que nos llevarían a una interrupción total o parcial del negocio podrían ser:

- Cierre de plantas de producción o plataformas logísticas
- Reducción drástica de la actividad productiva o comercial
- Cierre o baja severa de actividad en clientes estratégicos
- Falta grave de liquidez/tesorería
- Fallos graves de los sistemas informáticos y/o telemáticos para sostener el teletrabajo de parte o toda la plantilla
- Fallos serios en suministros, elementos esenciales a la actividad o materias primas básicas
- Situaciones de conflicto laboral grave por prolongación de la situación de crisis general

---

### ¿Tengo perfectamente controlados a mi red de clientes y proveedores?

Verifica que tus sistemas informáticos te proporcionan la información correcta y actualizada sobre tus clientes y tus proveedores, dos stakeholders con los que seguramente deberás tener un plan de acción específico.

Si no dispusieras de esta información de forma automática, asegúrate que puedes disponer de la misma en menos de dos horas ya que, por ejemplo, si te ves obligado a cerrar deberás tener en cuenta a tus clientes y a tus proveedores y les deberás comunicar tu decisión.

Por otra parte, es importante que conozcas las consecuencias jurídicas de la toma de decisiones sobre clientes y proveedores por lo que te recomendamos que revises los contratos (si los tienes) para verificar que, por causa de fuerza mayor, los puedes rescindir (si fuera necesario) sin ninguna repercusión en tu negocio. Si tienes riesgos legales, asesórate bien antes de tomar ninguna decisión.

Es momento de compartir best practices. Puedes entablar conversaciones con tus clientes, proveedores y asociaciones empresariales a las que pertenezcas, con el fin de encontrar soluciones satisfactorias para ambas partes.

### ¿He establecido con mis proveedores un plan para el caso de falta de suministro de materias primas? ¿Tengo controlado mi stock a xxx días?

Adelantarnos a las consecuencias de esta crisis es fundamental. Sabemos que la mayoría de las empresas trabajan con stock 0 pero ahora es momento de adelantarse por si el suministro de materias primas falla. Este extremo es un punto muy importante a considerar en el BCP.

### ¿Tengo identificados proveedores alternativos a los habituales?

En nuestro BCP deberíamos tener identificados aquellos proveedores alternativos que existen en el mercado y que pueden proporcionarnos las materias primas o los servicios que necesitamos. Tenlos identificados y, si es posible, que estén acreditados bajo los sistemas de calidad que tienes establecidos en tu organización. Si no lo has hecho ya, ahora es el momento de anticiparse.

---

**¿Dispongo de un BCP donde están identificados nuestros riesgos mayores inasumibles, mayores asumibles junto con el plan de acción en el supuesto de que pasen?**

Debemos hacer un ejercicio de análisis sobre qué riesgos puede asumir nuestra empresa y durante cuánto tiempo, frente a aquellos que serán inasumibles. Este ejercicio es importante que se acompañe de un plan de acción porque si nos encontramos con alguna de estas situaciones ya previstas tendremos mayor capacidad de reacción.

Apelamos de nuevo a la coordinación y a la colaboración entre diferentes departamentos. Hay que organizarse para que, entre todos, este análisis sea posible y asumible.

**¿Tengo el contacto necesario con las entidades financieras para afrontar una falta de liquidez en un momento en concreto? ¿Conozco las alternativas?**

Este tipo de situaciones provocan normalmente un estrés en la liquidez de las organizaciones. En estos momentos, debo tener muy clara cuál es mi situación financiera y cuánto tiempo puedo operar o no con la misma. De nuevo, debo conocer cuáles serán mis alternativas legales si mi situación financiera no me permite continuar con mi actividad, y debo tener actualizados los contactos con las entidades financieras que en esta situación me pueden ayudar.

**¿Estoy al día de las ayudas que está poniendo a disposición el gobierno para este momento?**

Es importante estar al día de las medidas que el Gobierno está aprobando en esta situación excepcional.

<https://boe.es/boe/dias/2020/03/18/pdfs/BOE-A-2020-3824.pdf>

**¿Tengo contacto con las patronales que pueden recomendarme best practices?**

Es el momento de compartir best practices y de usar los recursos que las patronales están poniendo a nuestra disposición en esta situación. Si mantienes un contacto con la patronal de tu sector seguro que han puesto a tu disposición diferentes alternativas.

---

**¿Tengo claramente identificados todos los profesionales que pueden ayudarme en caso de situación crítica?**

Como empresa seguro que dispones de medios propios internos o externos que te asesoren en esta crisis. De no ser así, dirígete a las patronales o a AECOC que seguro que te pueden dar asesoramiento sobre lo que necesites.

---

### 3. La comunicación

-

### La comunicación de crisis es esencial



- Nuestra comunicación en tiempos de crisis es siempre esencial.
- Y con el Covid-19 lo es más que nunca, porque la gestión de esta crisis es extremadamente compleja y va a ser muy larga. Nuestros stakeholders tienen que sentir que estamos gestionando las cosas lo mejor que podemos y que estamos ahí para ellos.
- Debemos planificar nuestra comunicación de crisis interna y externa, sin olvidar a ninguno de nuestros públicos de interés.
- Y debemos cuidar con gran esmero el contenido, la forma y los tiempos.

**¿Conozco los medios de comunicación que se interesarán por mi empresa? ¿Tengo establecido un protocolo de actuación con los medios de comunicación?**

Los medios de comunicación se muestran especialmente interesados en las consecuencias que esta crisis va a generar en las empresas.

Si eres una empresa de un perfil alto con los medios de comunicación, debes considerar que no nos encontramos ante una situación normal por lo que debes decidir cuál será tu posicionamiento ante los medios de comunicación en este contexto. Recuerda que no es un contexto normalizado.

No puedes desatender las peticiones de los medios de comunicación pero no olvides que el manejo de la información queda en manos de la empresa. Disponer de un protocolo de actuación con los medios de comunicación te ayudará a gestionar esta crisis.

---

### ¿Tengo un protocolo de actuación para mis redes sociales con contenidos claros?

Como en todas las situaciones excepcionales, las redes sociales juegan un papel importante. Debemos activar los protocolos de actuación con las redes sociales que dispongamos en esos momentos. En este contexto, hay que activar los protocolos de los empleados en redes sociales y si fuera necesario reforzar su comunicación (especialmente en momentos complejos de conflicto social).

Y debemos adecuar nuestros mensajes clave al formato de redes sociales. Como cualquier otro canal de comunicación donde poder incluir mis mensajes, deberemos decidir si actuamos de forma proactiva o reactiva en redes sociales.

### ¿He decidido ser proactivo en comunicación externa (best practices / LinkedIn) y tengo un plan para ello con las fechas clave (momentos de comunicación) y con los contenidos?

La revisión de contenidos de diferentes empresas publicados a través de redes sociales nos demuestran que algunas de ellas (especialmente LinkedIn) lo están utilizando para proteger la reputación de las organizaciones, sin olvidar que el uso de estas redes sociales se enmarca dentro de toda la estrategia de comunicación.

Si has decidido ser proactivo en la comunicación externa, te recomendamos que dispongas de un plan estratégico definido, detallando los contenidos, formatos, canales y las herramientas a utilizar. Y no olvides que, en situaciones de crisis, el control sobre todo tipo de comunicación es fundamental.

### ¿Tengo redactados los mensajes clave y los statements por públicos de interés?

Al igual que hemos comentado para la comunicación interna, los mensajes clave de la comunicación externa y su desarrollo son claves en este contexto. Antes de responder a un medio de comunicación (sea del tipo que sea) debemos saber qué vamos a decir, cómo lo vamos a decir y quién lo va a decir (portavoces).

Hay que estar preparados especialmente en momentos complicados para la operativa (cierre de plantas) o conflictos laborales.

---

### ¿He definido y formado a un portavoz para la gestión de esta crisis?

Para cualquier comunicación externa debes tener claramente identificadas aquellas personas que pueden servir de portavoz de cara a los medios de comunicación on y off y a las redes sociales. Identifica claramente aquellas personas que pueden ser portavoz de tu compañía. No hace falta tener un solo portavoz y lo ideal es que en aquellos aspectos más técnicos designes a un portavoz más experto en la materia.

Pero ten en cuenta siempre que debes elegir un buen portavoz. La imagen de tu empresa la representará dicha persona. Y lo mejor es que dicha persona esté formada en portavocía.

---

## 4. Las recomendaciones del gobierno y marco legal

-

### Sólo una fuente de información y atentos a la ley



- Nuestras recomendaciones, actuaciones y comunicaciones a empleados u otros públicos deben seguir en todo momento las recomendaciones de salud e higiene de las autoridades sanitarias competentes. Ninguna otra fuente es válida.
- Debemos contribuir, como empresa responsable, a ser el altavoz para reforzar entre nuestros públicos el #yomequedoencasa.
- Debemos estar muy atentos a la nueva legislación que constantemente está aprobando el gobierno para ayudar a empresas y sociedad a paliar el enorme impacto laboral y económico de esta crisis.
- En estos momentos, es muy importante tener a nuestro alcance un buen equipo jurídico que nos ayude a entender y aplicar las medidas legislativas de forma correcta y en la medida de lo posible en beneficio de nuestros trabajadores y de nuestra actividad operativa.

---

**¿Dispongo de toda la información que necesito en estos momentos?  
¿Conozco las medidas que está adoptando el Gobierno? ¿Conozco qué implicaciones pueden tener dichas medidas para mi empresa?**

Internet nos da acceso a toda la información que necesitamos en estos momentos. Es recomendable que, en cada área departamental, se designe a una persona para que se mantenga al día de las novedades informativas y legales que van surgiendo a lo largo del día.

Es muy recomendable en estos días poner alertas en nuestros buscadores con aquellas palabras clave que nos interese. De esta forma podemos tener acceso a la información que necesitemos a un golpe de click.

Para más información sobre como crear alertas en Google pulsa aquí.

<https://support.google.com/websearch/answer/4815696?hl=es>

**¿Tengo identificado con mis asesores los pasos a seguir en caso de adoptar determinadas medidas?**

Puede darse el caso que una vez he analizado mis riesgos, y establecido mi BCP, la peor de las situaciones previstas se origine. Por eso es importante adelantarse, porque si nos adelantamos podremos trabajar con nuestros asesores las diferentes alternativas que te ofrece la legislación laboral para adecuarse mejor a tu situación.

**¿He designado a una persona responsable de hacer un seguimiento de lo que está pasando y se está publicando?**

Es recomendable que, en cada área departamental, se designe a una persona para que se mantenga al día de las novedades informativas y legales que van surgiendo a lo largo del día. Esta persona también será la encargada de poner a disposición de toda la empresa dicha información por ejemplo una vez al día o una vez cada dos días (hablamos de una crisis que evoluciona por horas).



---

Ronda General Mitre 10 · 08017 Barcelona  
T. 93 252 39 00 · F. 93 280 21 35 · G-08557985

[www.aecoc.es](http://www.aecoc.es)

MOMA MANAGEMENT CONSULTANTS  
[www.moma-crisis.com](http://www.moma-crisis.com)  
[info@moma-crisis.com](mailto:info@moma-crisis.com)  
Carrer Luis Muntadas 8 de Barcelona