

*Grado en Publicidad y Relaciones Públicas*  
Curso académico 2020-2021

## **Anexos**

# **¿Comunicación de crisis también en startups? El caso ThePowerMBA**

Autor:  
Sergio Morales Porras  
u1954279

Tutor del trabajo:  
Andrea Oliveira



## Contenido

1. Hilo continuo de la discusión en Twitter .....	1
2. Tabla de estrategias de respuesta a crisis .....	2
Tabla 2: Categorías y tácticas de respuesta a crisis .....	2

## 1. Hilo continuo de la discusión en Twitter

1. @chocotuits 26/06/2020 5:05 PM tuitea: Hola @ThePowerMBA. Esta muy feo que me hayáis metido en vuestra web como parte de vuestro equipo y como CDO de Ontruck. Las dos cosas os las habéis inventado. ¿Seríais tan amables de eliminarme de la web?
2. @thepowermba 26/06/2020 6:00 PM tuitea: ¡Buenas Carlos! No entendemos muy bien este tweet (emoji pensando). Te hemos puesto en la página de “Aprende con los mejores” porque grabamos clases contigo para nuestro primer máster (te dejamos este link para que lo veas: <https://t.co/8YXDQayzXg?amp=1>)
3. @thepowermba 26/06/2020 6:02 PM tuitea: No obstante, si quieres que te quitemos, dónoslo y lo hacemos de inmediato. Un saludo y buen finde (emoji guiño).
4. @chocotuits 26/06/2020 6:06 PM tuitea: Os lo explico: 1.No soy parte de vuestro equipo. Estuve un par de horas en vuestra oficina hace dos años para grabar una entrevista y no he vuelto a saber nada más de vosotros. Que digáis que soy parte de vuestro equipo es engañoso. 2.No soy ni he sido nunca CDO de Ontruck.
5. @chocotuits 26/06/2020 6:08 PM tuitea: Para evitar futuros malentendidos, os ruego que dejéis de usar mi entrevista en vuestro curso. Decidme si necesitais comunicación formal por email o si con esto os vale. Gracias (emoji guiño)
6. @chocotuits 26/06/2020 7:48 PM tuitea: Me dicen que sigo apareciendo en “Nuestro Equipo”. Para no tener que revisar todas las URLs. ¿podéis dejar de usar mi imagen? Gracias.
7. @kikecorral 27/06/20 1:01 AM tuitea: @chocotuits puedes explicar a toda esta gente que ha escrito porqué dedicaste 2 o 3 horas a grabar clases con nosotros y ahora lo niegas??
8. @kikecorral 27/06/20 10:02 AM tuitea: Yo solo digo que intentamos ser pulcros con esto. Hemos grabado a más de 70 profesionales durante estos 3 años y es la primera vez que nos pasa esto. Simplemente pido explicación de su reacción porque no la entendemos. No hace falta que se me ataque por ello.
9. @kikecorral 27/06/20 10:40 AM tuitea: Carlos, ya estás fuera de todo. SI no fuimos claros el día que grabaste con nosotros te pedimos disculpas. Lo único que quería con mis Twitts es que explicaras que si habías grabado con nosotros, que por el contexto parecía que no lo habías hecho y nos dejaba en muy mal lugar. Thx
10. @kikecorral 27/06/20 12:04 AM tuitea: Sinceramente me parece increíble que vengas a nuestras ofis, grabes con nosotros y ahora vayas diciendo esto... De veerdad que no lo entendemos. Si hubiéramos cogido un vídeo de Internet lo entendería... pero es que te grabamos no una sino varias clases...

## 2. Tabla de estrategias de respuesta a crisis

Tabla 1: Categorías y tácticas de respuesta a crisis

Categoría de estrategia	Descripción	Táctica	
Inexistencia	Tratan de eliminar la crisis porque si no hay crisis no hay posibles asociaciones negativas que puedan afectar a la imagen corporativa. Se sostiene entonces que no hay crisis y por lo tanto la organización no es responsable de ningún daño.	Negación	Declaración de que no ha pasado nada, que la crisis no existe.
		Aclaración	Extiende la "Negación" explicando por qué no hay crisis.
		Ataque	Enfrenta a aquellos que afirman que la crisis existe.
		Intimidación	Amenaza con utilizar los recursos de la organización contra un determinado actor. También demandas judiciales y violencia verbal.
Distancia	Aceptan la crisis y tratan de crear aceptación pública mientras trabajan en la reducción de la relación entre la crisis y la organización. Se entiende que a menos relación con la crisis menos sentimientos negativos se transmiten a la organización. Subrayan la no intencionalidad o la causa externa de la crisis.  Suelen ser las estrategias elegidas por los tipos de crisis "Paso en falso".	Excusa	Tratan de minimizar la responsabilidad de la organización en la crisis. Común en esas crisis de tipo "Accidentes".
		Justificación	Tratan de minimizar los daños asociados a la crisis; negando la gravedad de esta, declarando que la víctima merecía lo sucedido, alegando que la crisis ha sido tergiversada o manteniendo que la crisis no es tan grave como otra similar.
Congraciarse	Tratan de obtener la aprobación pública para la organización. Se logra asociando aspectos positivamente aceptados a la organización. Por lo tanto, tratan de balancear con acciones positivas aquellas negativas que causaron de la crisis.	Refuerzo	Recuerda a los públicos los aspectos positivos de la organización para que superen los negativos derivados de la crisis.
		Transcendencia	Trata de enmarcar la crisis en un contexto más amplio que los públicos acepten. Pasar de los detalles de la crisis a una consideración abstracta. También ayuda a crear identificación con audiencias al compartir valores en un contexto más amplio.
		Elogiar a los demás	Se utiliza para ganar la aprobación de aquel a quien se aprueba.
Mortificación	Tratan de ganarse el perdón del público y obtener la aceptación de la crisis. Tratan de crear sentimientos positivos al responder a la crisis. Por lo tanto, la organización acepta, en cierto nivel, la responsabilidad de la crisis y toma medidas.  Son las estrategias naturales para responder a crisis del tipo "Transgresiones".	Remediación	Ofrece algún tipo de compensación o ayuda a las víctimas para que el público acabe olvidando el hecho.
		Arrepentimiento	Trata de pedir el olvido de los hechos. La organización se disculpa. Los efectos negativos de la crisis serán menores si el público acepta las disculpas y olvida los errores.
		Corrección	Trata de tomar medidas para evitar que se repita una crisis en el futuro. Se crean mecanismos para proteger a las audiencias de futuras crisis.
Sufrimiento	Es la categoría más diferente. Trata de ganar la simpatía de los públicos. Posiciona a la organización como una víctima injusta de una entidad externa. Por lo tanto, define la crisis como externa y no controlable, hecho por el cual la organización no tiene ninguna culpa, sino que es una víctima.  Es la estrategia correcta en el caso de una crisis de "Terrorismo", ya que la organización es víctima de un agente externo.		

Fuente: Elaboración propia a partir de Coombs (1995)