

## 5. Comunicación en situación de crisis

---

- Capítulo: General
- **Caso: Suministro de gas a la comunidad de Los Ángeles afectada por inundaciones**
- Nestlé Chile
- Gerencia de Comunicaciones Corporativas
- Responsables: Gerardo Imbarack, Alejandra Aguirre, Alejandra Pizarro

### Introducción

[Las inundaciones que afectaron el centro y sur de Chile en junio de 2023](#) causaron la muerte de dos personas, más de 33 mil damnificados y severos daños a la infraestructura, incluyendo la red que suministra gas a Los Ángeles, ciudad donde se ubica una de nuestras fábricas lácteas, poniendo en riesgo este vital insumo para más de 7 mil vecinos e instituciones como el hospital.

Frente a esta crisis, en una oportuna coordinación público-privada, Nestlé abrió su Planta Satélite de Regasificación para abastecer a la comunidad, lo que permitió la continuidad del suministro, generándose una oportunidad de comunicación conjunta para cooperar, ganar buena voluntad y mejorar la reputación corporativa de la empresa frente a sus stakeholders de la zona.

### Estrategia

Objetivo: Posicionar a Nestlé como una empresa ágil, abierta y colaborativa dispuesta a actuar en escenarios complejos en pos de su comunidad, a través de una estrategia proactiva y conjunta de prensa y asuntos públicos.

Una crisis no es una campaña de comunicación, por lo que no se puede planificar como tal. Sin embargo, una vez encontrada una solución técnica, se definió una estrategia de comunicación para visibilizar el aporte de Nestlé a la comunidad, buscando instalar este posicionamiento en cada uno de ellos:

- Prensa= Nestlé es una empresa ágil e innovadora que busca crear valor compartido en su comunidad
- Autoridades= Nestlé es una empresa confiable y abierta al desarrollo privado y alianzas públicas
- Industria= Nestlé es un socio confiable con quien hacer negocios
- Empleados= Orgullo de ser parte de Nestlé, porque abre sus instalaciones y ayuda a nuestra comunidad y familias a mantener acceso al gas.

### Ejecución del plan

La colaboración fue la clave para afrontar esta crisis y convertirla en una oportunidad comunicacional. Los departamentos clave involucrados fueron la división técnica, manufactura, recursos humanos y comunicaciones & asuntos públicos de Nestlé.



Good food, Good life

Sin embargo, la colaboración no fue sólo interna. Nestlé mostró también su capacidad de conectarse externamente, permitiendo el acceso y la transmisión de gas a empresas y autoridades para asegurar el suministro, a través de nuestra Planta Satélite de Regasificación.

De esta manera, a pocas semanas de la rotura de la cañería del gas en el Rio Laja, producto de las inundaciones, Nestlé accedió a que las empresas abastecedoras de gas, exploren una solución inédita, consistente en conectar, desde su planta satélite de regasificación, a la comunidad en una obra gruesa que tomó varios días y contra el tiempo, ya que el suministro se estaba agotando.

Así, la originalidad de la solución fue crucial para desarrollar una solución rápida e impactante, lo que se evidenció en la estrategia de comunicaciones que consideró:

- Prensa= medios locales invitados a fábrica Nestlé Los Ángeles a una visita con autoridades donde se realizó un punto de prensa para dar a conocer esta solución. Este recorrido y punto de prensa consideró la vocería del seremi de energía, SEC, compañías abastecedoras de gas y de la gerente de fábrica Nestlé Los Ángeles. Tras la visita, se realizó gestión de prensa, mediante un comunicado, con medios nacional y locales.
- Digital= La estrategia de comunicación consideró una campaña digital con publicaciones en redes sociales, artículo en el sitio web y un newsletter informativo para líderes de opinión claves
- Comunicaciones internas= Información e involucramiento activo durante todo este proceso con los colaboradores de Nestlé, a través de una cobertura en todos los canales internos: correo electrónico, pantallas de TV, intranet, otros,
- Asuntos Públicos= representantes del gobierno local (intendente, seremi, alcaldía) fueron informados desde el primer momento de esta alternativa, la cual una vez implementada, fueron invitados a visitar las instalaciones de Nestlé para ver la conexión de gas implementada. A la fecha, siguen conectados con Nestlé, a través de una relación con el equipo de fábrica explorando otros proyectos.

## **Resultados y evaluación**

- Número de publicaciones en prensa: 22 notas en medios Tier 1 / VAP: USD 25.026
- 2K alcance en 3 publicaciones en redes sociales (orgánico) / Sentimiento 100% positivo
- 10 invitados (autoridades y medios de comunicación) visitaron la fábrica para ver la solución implementada.