



Unipar

CATEGORÍA 5

Comunicación en Situación de Crisis

TÍTULO

Sanar después de la tormenta. La respuesta de Unipar después de la inundación de Bahía Blanca

NOMBRE DE LA EMPRESA

Unipar

DEPARTAMENTO / ÁREA

Dirección de Comunicación y Sustentabilidad

RESPONSABLE

Laura Gutiérrez



Sobre nuestra compañía

Unipar es un importante productor químico y petroquímico con operaciones en Brasil y en el Polo Petroquímico de Ingeniero White, en Bahía Blanca. Produce derivados del cloro, soda cáustica y PVC, destacándose como uno de los mayores proveedores para las industrias de saneamiento y construcción civil. Además de su liderazgo en estos sectores, Unipar provee soluciones esenciales para industrias diversas como la de papel y celulosa, limpieza, aluminio, textil, minera y farmacéutica, entre otras.

La empresa cuenta con una plantilla de aproximadamente 1,400 empleados. En Argentina ocupó en 2024 el puesto #11 entre las mejores empresas para trabajar en el ranking Great Place to Work.

Unipar



Una ciudad bajo el agua

El 7 de marzo de 2025, Bahía Blanca vivió su mayor catástrofe climática: en ocho horas cayeron casi 300 mm de lluvia, lo que representa casi dos tercios del promedio anual de precipitaciones. El 80% de la ciudad —con 300.000 habitantes— se vio afectado. El saldo fue devastador: 18 personas fallecidas, 90.000 hogares dañados, 1.500 evacuados, y una infraestructura urbana colapsada. La emergencia combinó caos operativo, colapso sanitario y angustia social.

Se estimaron pérdidas económicas superiores a los 400 millones de dólares. Se cayeron por varios días los servicios de electricidad, telefonía e internet dificultando las comunicaciones y el contacto personal. El sistema de drenaje urbano colapsó ante la magnitud del temporal, dejando barrios enteros bajo el agua y poniendo de manifiesto la vulnerabilidad de la infraestructura urbana ante fenómenos climáticos extremos. La caída de puentes y las roturas y grietas en pavimentos, calles de tierra y rutas dificultaron la circulación por semanas. Las tareas de limpieza de las casas, comercios e instituciones involucraron a gran parte de la población, entre vecinos afectados y brigadas espontáneas de jóvenes autoorganizados

para colaborar en la limpieza y retiro de muebles y bienes dañados. La situación de la ciudad movilizó una campaña nacional de donaciones sin precedentes.

El Polo Petroquímico no fue la excepción. El temporal puso en riesgo instalaciones industriales, líneas de suministro y por sobre todo, a las personas.

La magnitud del fenómeno generó temor, incertidumbre y desinformación. Los principales desafíos para la empresa fueron proteger la integridad física de su gente, asegurar el estado de sus instalaciones, mitigar cualquier riesgo ambiental y acompañar emocional y materialmente a los públicos afectados.



Diagnóstico

Frente a una crisis climática y social de esta escala, el silencio o la demora en comunicar podría haber agravado la situación, erosionando la confianza interna y externa. Era imprescindible actuar con velocidad, sensibilidad y coherencia.

La empresa contaba con planes de contingencia operativos, pero esta vez se trataba también de una crisis humanitaria, que exigía una respuesta comunicacional más amplia: cercana, constante y enfocada en el bienestar de las personas, en su integridad, no solo física y material sino también espiritual.

Por eso, el equipo de Comunicación, junto con las áreas de Seguridad e Higiene, Salud Ocupacional y Recursos Humanos, definió una estrategia multicanal para informar con claridad, cuidar emocionalmente y mostrar presencia activa en un momento donde la comunidad y los colaboradores necesitaban sentirse acompañados.

Desde el inicio, la comunicación no se pensó como institucional, sino como una forma de estar presentes, escuchar, orientar y aliviar.



Objetivos

- Proteger la salud física y emocional de los colaboradores.
- Brindar información clara y útil para mitigar riesgos post-inundación.
- Coordinar mensajes internos y externos de manera clara, empática y accesible.
- Acompañar a la comunidad afectada con una comunicación oportuna y a través de la red de contactos y referentes de Unipar.
- Reforzar el compromiso de Unipar con su gente, su entorno y su cadena de valor.



Públicos clave

- Colaboradores y sus familias.
- Personal contratado.
- Comunidad vecina al Polo Petroquímico.
- Prensa local y redes sociales.
- Clientes, proveedores y aliados estratégicos para garantizar la continuidad de los compromisos comerciales.



Estrategia de comunicación

La reacción de la empresa fue muy rápida y en esa anticipación se revela su estado de preparación para la respuesta a la emergencia, potenciado a partir de la experiencia, también traumática, del temporal de diciembre de 2023.

El comité de crisis se constituyó en la tarde del jueves, ante el pronóstico de condiciones meteorológicas severas para la madrugada del viernes, y se decidieron y comunicaron medidas tempranas: suspender la asistencia de personal a la fábrica y tareas de mantenimiento programadas, bajar carga de la producción para preparar los equipos para una posible falta de suministro de materia prima y energía, dotar de reservas de agua potable a los comedores, restringir tareas de logística y despacho y asegurar la permanencia y continuidad del turno noche, al no poder asegurar el recambio necesario de turno.

Centrados en el objetivo de comunicar para cuidar y reparar, Unipar activó en pocas horas un plan integral de comunicación de crisis para informar, contener y acompañar tanto a nuestros colaboradores como a la comunidad.

En paralelo, nuestros colaboradores, con un fuerte compromiso solidario se movilizaron de forma organizada y comenzaron a juntar donaciones para entregar en las zonas afectadas (White y Cerri) o realizar operativos de limpieza en hogares de personas que no podían hacerlo solas.

La estrategia de Unipar combinó canales internos y externos, coordinación con áreas clave (Higiene, Seguridad y Salud, Recursos Humanos, Operaciones), enfoque humano, mensajes claros y presencia sostenida.

La estrategia se basó en cinco ejes complementarios:

- 1 Asistencia material, médica y emocional al personal afectado.
- 2 Mensajes claros y empáticos, diseñados para reducir la ansiedad, cuidar la salud y fortalecer el vínculo con la Compañía.
- 3 Multicanalidad: WhatsApp y contactos con referentes comunitarios, cartelera interna, mail, TV corporativa, redes sociales, intranet, notas de prensa y talleres/charlas presenciales.
- 4 Enfoque humano, con contenido creado junto a especialistas en salud mental y sanitaria.
- 5 Acción territorial visible, con donaciones y brindando un acompañamiento presencial y sostenido a la comunidad.

Contención y comunicación

Unipar Conecta En Vivo

Crisis 7 de marzo ¿Cómo reaccionamos?

Rápida reacción de nuestros equipos ante la crisis

¿Qué pasó?

- Lluvieron 200mm en 12hs.
- 70% de la ciudad sufrió afectación.
- 16 fallecidos, 2 desaparecidos y +1400 evacuados.
- Piso de nuestras unidades.
- Falta de suministro de insumos esenciales (alimento, gas, energía).

Fábrica / Operaciones

- Estabilización de las producciones para no afectar a los clientes.
- Garantizar la atención de los pedidos en planta.
- Reorganización para la planta en marcha.
- Plan de contingencia para el suministro de insumos.

Colaboradores

- Relevamiento de todo el personal (estado de situación) en 48hs.
- Programa de Asistencia económica a los colaboradores afectados.
- Programa de donación de licencias a todos los colaboradores.
- Campaña de comunicación sobre higiene y cuidado de la salud física y mental.
- Avance del pago del bono anual.

Comunidad

- Programa de donación de insumos dentro a la comunidad.
- Asesoría de atención de los pedidos al Municipio.
- Campaña de comunicación sobre higiene, cuidado de la salud e importancia de la salud mental.
- Relacionamiento con la Municipalidad para acceder a recursos.
- Acompañamiento a nuestro CDC en sus situaciones personales e institucionales.

Unipar

Procedimiento para entrega de lavandina

Debido a la situación actual de la ciudad, la decisión es priorizar la seguridad y bienestar de nuestra gente. Por eso se ha tomado la medida de activar temporalmente la donación de lavandina, será tanto a colaboradores directos como a contratistas permanentes para que puedan contar con un insumo esencial en falta.

Será de lunes a viernes de 08h a 20h y sábados de 08h a 12h, teniendo como fecha límite el 31/03/2025. La cantidad máxima a retirar será de 20 litros por persona y en recipientes de un volumen mínimo a 5 litros.

El procedimiento se realizará de la siguiente manera:

- El colaborador alcanzará el recipiente al sector de carga de líquido (Unidad Productiva UE - Unidad IB), identificado con su nombre y apellido.
- Personal de carga de líquido coordinará el llenado y la hora del retiro, dependiendo de la disponibilidad del sector, fijada por su líder operativo.
- Luego de contar con el recipiente cargado, deberá pasar por Portera Central y completar el registro correspondiente.
- Personal de Portera Central dispondrá del registro para firmar el retiro de la lavandina y entregará la ficha de seguridad.

Consideraciones para el recipiente

Deben ser tambores o bidones de plástico que permitan observar el interior del envase, sin deformaciones o roturas que impliquen la pérdida del producto. Debe estar lavado y seco, en caso de uso previo.

Importante: el retiro de la lavandina de la planta será responsabilidad de cada colaborador, quedando prohibido el retiro de este en transporte de combi y/o vehículos contratados por Unipar.

Unipar

Vacunación Antitetánica

Si sufriste golpes o heridas, consulta con Salud Ocupacional.

Si no tenés el esquema completo de vacunación, podés recibir la dosis correspondiente en planta.

Información importante

- Protege contra la difteria y el tétanos.
- Es de indicación universal (todas las edades).
- Se requiere un refuerzo cada 10 años para mantener la inmunidad.
- Es gratuita.

¡Ingresá al portal y mirá los centros de vacunación!

Si tenés alguna duda o consulta comunicate con **salud ocupacional al 45930006**.

Unipar

Polvo en suspensión

Recomendaciones

- Usá mascarilla/barbijo para limpiar, incluso al aire libre.
- Mantené puertas y ventanas cerradas para evitar la entrada de polvo.
- Si entró polvo en tu casa, utilizá paños húmedos para limpiar las superficies y aspiradora para el piso, si contás con una.
- Si salís al aire libre, utilizá lentes de lectura o de sol y limitá el uso de lentes de contacto.
- Si tenés dificultad respiratoria y tos persistente, alergia, fatiga y/o palpitations, consultá con un profesional de salud en los centros habilitados.
- Tomá abundante líquido.

No se aconseja que participen en las tareas de limpieza: niños/as, personas mayores, mujeres embarazadas o personas con enfermedades agudas o crónicas como asma, EPOC, alergias, enfermedades cardiovasculares, entre otras.

Unipar

Fuente: Secretaría de la Salud | Municipalidad de Bahía Blanca

A nivel interno

En las primeras 72 hs se realizó el relevamiento del estado de situación del 100% de los empleados y se solicitó lo mismo a las empresas contratistas.

Con esa información se canalizó la entrega de donaciones reunidas por los propios colaboradores no afectados y se coordinó la colaboración voluntaria para la limpieza de casas, traslado de elementos y personas.

El personal de Salud Ocupacional realizó el seguimiento de los colaboradores afectados, aportando medicamentos para tratamientos y soporte psicológico en los casos requeridos.

Se distribuyeron créditos de hasta 10 millones de pesos a tasa cero en un máximo de 48 cuotas a 40 colaboradores con daños severos en sus casas.

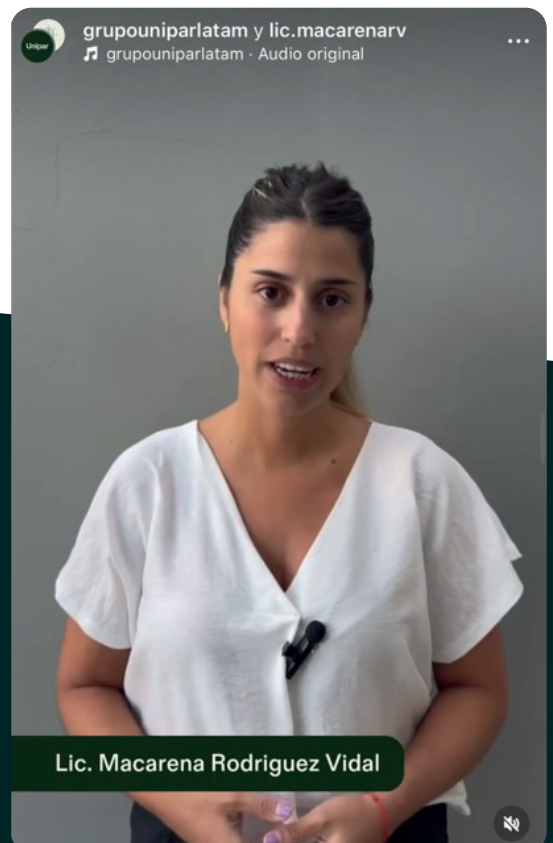
■ Campaña con recomendaciones sanitarias: limpieza segura de hogares, lavado de ropa, lavado correcto de manos, manejo de residuos, precauciones ante polvo en suspensión y barro, prevención y tratamiento de infecciones, procedimientos seguros para manejo de medicación que requiere cadena de frío.

■ Campaña con consejos de autocuidado emocional en etapas de crisis.

■ Activación de “Conecta en vivo especial”, evento interno que convocó a los principales referentes de la compañía para comunicar de forma directa y transparente el accionar de la Compañía y los siguientes pasos.

A nivel externo

- Réplica de la campaña interna con recomendaciones sanitarias y consejos de autocuidado emocional divulgados a través de redes sociales y canales de Whatsapp con vecinos. Publicaciones diarias en redes sociales (Instagram, LinkedIn y Whatsapp) entre los días 11 y 27 de marzo.
- Videos realizados por una psicóloga clínica: cómo transitar los días posteriores, cuidar el ánimo, acompañar a niños y adultos mayores.
- Serie de contenidos sobre donación de lavandina, para garantizar su correcto uso para el saneamiento de las instalaciones previniendo el contagio de enfermedades.
- Entrega de 500.000 litros de lavandina a hospitales, instituciones, municipio y vecinos.
- Guía digital de apoyo emocional difundida por canales digitales y entregada también en formato impreso a instituciones locales vinculadas con la Compañía.
- Ciclo de talleres comunitarios abiertos: “Sanar después de la tormenta”, dictado por profesionales de la salud mental y especialistas en emergencia. De participación libre, promovió un espacio de diálogo donde las personas puedan sentirse escuchadas, acompañadas y accedan a herramientas que les permita transitar el duelo y asumir el trauma.
- Opción, ofrecida a vecinos, de sesiones individuales con una psicóloga, para abordaje primario.



Resultados

100% de los colaboradores informados diariamente durante la emergencia.

Cero incidentes personales ni ambientales registrados en las instalaciones industriales.

Más de 15.000 visualizaciones en redes sociales de los contenidos de cuidado y prevención.

Alta participación en los talleres emocionales presenciales y virtuales. Accedieron 75 vecinos.

Reconocimiento por parte del municipio de Bahía Blanca por el compromiso social.

Feedback positivo de trabajadores y vecinos: se valoró especialmente la cercanía y el tono humano de la comunicación.

Fortalecimiento de la reputación institucional en medios y plataformas digitales.



Conclusión

La estrategia de Comunicación en contexto de crisis de Unipar por la inundación de Bahía Blanca es un ejemplo concreto de cómo una empresa puede hacer de la comunicación una herramienta de resiliencia y recuperación. No se trató solo de transmitir mensajes, sino de cuidar, acompañar y construir vínculos reales con las personas afectadas.

Con piezas de comunicación simples, con recomendaciones de qué hacer, cómo hacerlo, cómo cuidarse, Unipar promovió la resiliencia colectiva.

Una vez que el agua comenzaba a bajar, ofreciendo espacios para expresar emociones y herramientas para no quedar preso de ellas, la empresa posibilitó el fortalecimiento de lazos comunitarios, ayudando a que cada colaborador y cada vecino se sienta escuchado, comprendido y respaldado en el proceso de reconstrucción y recuperación.



Guía de apoyo emocional

Unipar