



QUE NO LO TOMEN POR SORPRESA, UNA GESTIÓN ADECUADA DE INCIDENTES

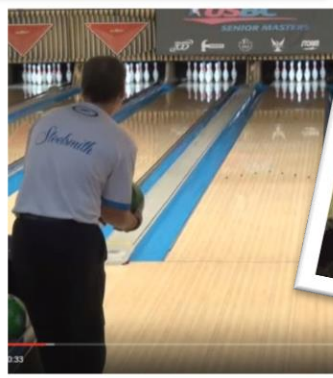
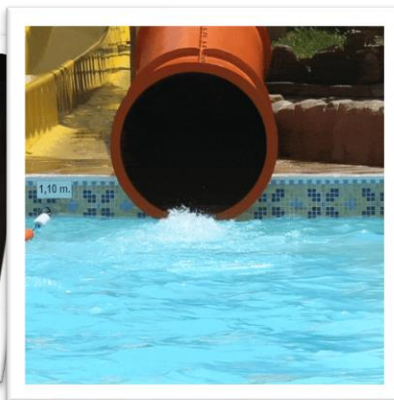
ALMA RODRÍGUEZ
SIX FLAGS MÉXICO
Septiembre 4, 2019

Expectativa de Seguridad

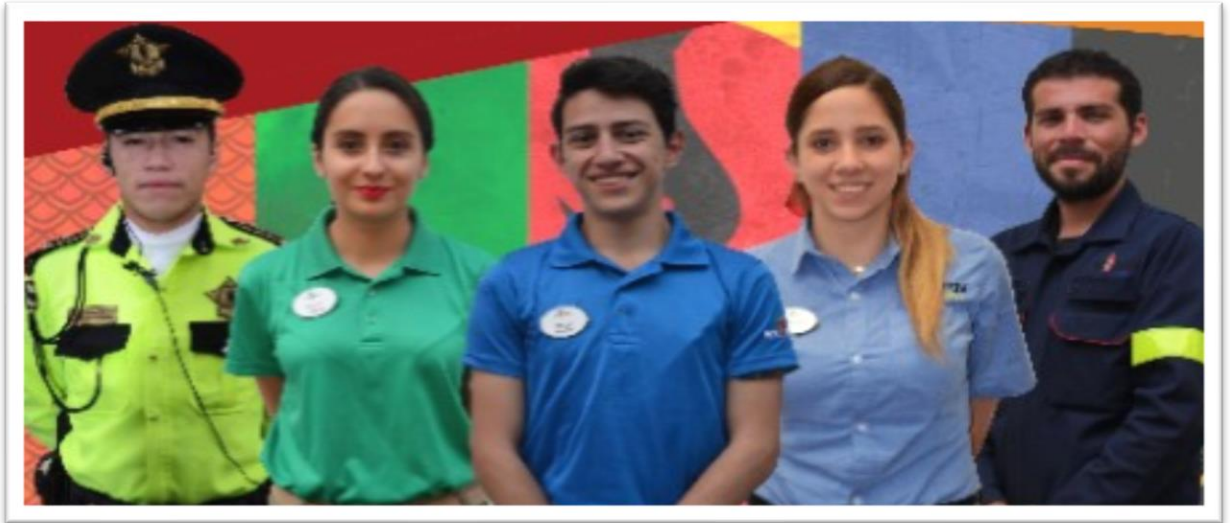




Expectativa Visitantes



Expectativa Empleados

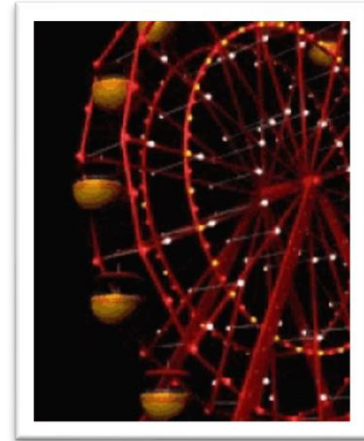


Expectativa se cumple:

Gestion de Riesgos



Inspecciones documentadas y ejecutadas
por Inspectores/Audidores calificados



Documentación completa para las
autoridades



¿Por qué la gestión de riesgos?



Identificación y Evaluación

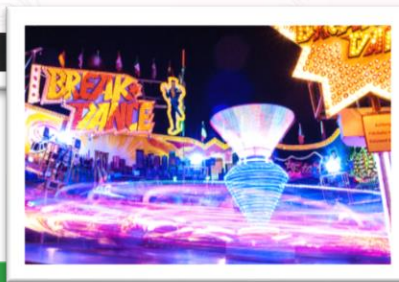


		Clasificación de Severidad Potencial			
		Menor	Moderado	Significante	Catastrófico
Probabilidad de que ocurra	Muy probable	Moderado	Alto	Extremo	Extremo
	Probable	Bajo	Moderado	Alto	Extremo
	Poco probable	Muy bajo	Bajo	Moderado	Alto
	Raro	Muy bajo	Muy bajo	Bajo	Moderado

Cultura de Seguridad

Programa de Seguridad

- Objetivo: 0 incidentes
- Capacitación Certificada
- Hacer Rutinas
- Check List
- Reportar y Corregir



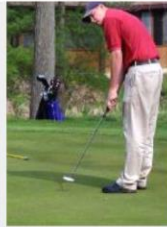
Lemas de seguridad

- “La seguridad es primero”
- “La seguridad por sobre todo”
- “Hacer de la seguridad un hábito”
- “Piense seguro”
- “La seguridad es nuestra prioridad # 1”
- “Safety First”
- “La seguridad es un Estado Mental”
- “La seguridad es una forma de vida”



Riesgo de Lesiones

Actividades Recreativas Comunes



Actividad	Lesiones
Patinaje sobre ruedas	912
Basketbol	799
Futbol Americano	704
Futbol Soccer	405
Pesca	85
Golf	52
Ejercicio con equipo	9
Billar (pool)	8
Campismo	5
Juegos en instalaciones fijas	3.8

Percepción Seguridad



- El 38% de los adultos califica “Extremadamente/Muy” seguros.
- Las calificación está muy por debajo del 50% vs 10 años antes.
- El nivel de nuevas historias sobre seguridad ha disminuido desde 2016 (55% vs. 62%). Es un nivel alto.
- El 46% está influenciado negativamente en su deseo de visitar un parque o atracción.
- El % de la opción “menos probable de visitar” ha incrementado y tiene el nivel más alto.

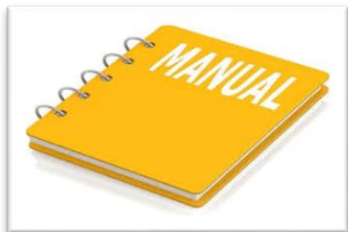
Esté preparado



“El peor momento para lidiar con una crisis es en medio de la crisis”

- Evalúe la vulnerabilidad. **Haga una lista por departamento.**
- Ponga atención a las **situaciones de “enojo”**, pueden impactar más.
- **Cree un plan** sobre qué debe hacer en secuencia, quien debe hacerlo y la fecha límite.
- **Haga simulacros con este plan.**
- Cree un formato de comunicado de prensa estándar.

Plan de Crisis



- Manual Escrito
 - Directorio de integrantes y suplentes
 - Rol de los integrantes
- Plan Operativo
 - Atención Médica
 - Estabilizar la escena
- Plan de Mercadotecnia
 - Atención a medios y redes sociales
 - Atención a familiares de lesionados

Redes Sociales... Está pendiente

- Hoy, cada opinión negativa es tratada como una crisis.
- Observe el comportamiento de su marca
- Tome la iniciativa:
 - Refuerce la orientación al cliente en sus empleados.
 - Escuche a sus visitantes y clientes,
 - Deje que hablen y muestre empatía.
 - 9 de cada 10 casos:
 - “solo quería una disculpa”
 - “quiero mi comida completa”



Comunicación durante una crisis

- Mantenga la calma. **Respire profundamente.**
- Los medios se enteran en cuestión de minutos.
- **Respuesta efectiva: veloz, exacta y creíble**
- **Reúna todos los hechos** y apéguese a ellos.
- No tenga miedo a decir “No lo sé”.
Tome nota y dé seguimiento.





Comunicación durante una crisis

- **Muestre compasión**, particularmente si hay una lesión o una vida humana ha sido impactada.
 - **Todo lo que diga puede ser grabado.**
- **Corrija los errores** en los reportes de noticias.
- **Supervisar** los medios de comunicación sociales.
 - **Siempre diga la verdad.**

Comunicado inicial

- Oportunidad única de controlar el mensaje hacia el público.
- Formar una respuesta sin emociones y basada en hechos.
- Sirve para ganar tiempo, investigar y reunir información.



1. Debe ser corto y simple.
2. Confirme de forma genérica, sin detalles.
3. Explique prioridades y acciones iniciadas.
4. Involucre que las autoridades están
5. Mencione antecedentes genéricos relacionados con el incidente.
6. Reafirme que su prioridad es el público.
7. Asegure a los medios que los mantendrá actualizados.

Comunicado inicial

1. *“Entendemos que se ha producido X...”*
2. *“Estamos atendiendo las necesidades de los visitantes y las familias involucradas”*
3. *“El departamento _____ ha llegado al parque para ayudarnos con este evento”*
4. *“X juego abrió en __ (año). X juego _____ (gira, da vuelta, etc.). X millones de visitantes se han subido desde su apertura. El zoológico ha recibido de forma segura a X visitantes hasta la fecha y nunca había sucedido algo como esto”*
5. *“La seguridad de nuestros visitantes es nuestra prioridad número uno”*
6. *“Daremos información adicional en la siguiente sesión informativa a las ____ en ____”*

Manejo de Crisis: Lo que SI

- Identificar de 1 a 3 voceros. Uno debe estar a 30 minutos de la instalación.
- Incluir medios sociales en su plan (Facebook, Twitter, etc.).
- Escoger un telón de fondo genérico, liso sin logos.
- Reducir el drama evitando palabras emotivas.
- Verificar que alguien se ocupa de las víctimas y su familia.
- Solo incluya hechos con 100% de certeza.
- Avise a la autoridad, si es necesario.



Manejo de Crisis: Lo que NO



- No publique los nombres de los involucrados. Deje eso a las autoridades.
- No utilice palabras gráficas (víctima, trágico, escena, horrible, espantoso).
- No haga una cronología con detalles.
- Está bien si incluye la hora aproximada del incidente.
- No use jerga de la industria

Comunicación en Redes Sociales



- Reaccionar rápido pero no impulsivamente.
- Tener a la mano el plan de crisis y los formatos de comunicados de prensa.
- Comunicar con prontitud los hechos y acciones
- Esconder la cabeza o negar los hechos deteriora la confianza.

Comunicación en redes sociales

Cuando esté pasando por un incidente, es recomendable **detener cualquier comunicación** de marketing en redes sociales o correo, puede tomarse como insensible.



Reflexiones

“Estamos en el negocio de la Seguridad”

Qué vende tu negocio...?



Reflexiones

3 aspectos que reflejan seguridad



Cosmético



Limpieza



Oficina

Directora de Administración Recursos Humanos de Six Flags México y Hurricane Harbor Oaxtepec

- Licenciatura en Psicología por la Universidad Nacional Autónoma de México.
- 20 años de Experiencia
- Colabora activamente con IAAPA como integrante del Subcomité de Educación.
- Datos de Contacto

arodriguez@sftp.com

5537999622





QUE NO LO TOMEN POR SORPRESA, UNA GESTIÓN ADECUADA DE INCIDENTES

ALMA RODRÍGUEZ
SIX FLAGS MÉXICO
Septiembre 4, 2019