



Reputación y #COVID19

Referenciación estratégica

Entrega #3- ¿Qué están haciendo las mejores?

30 de marzo de 2020



Estamos ante una crisis mundial sin precedentes. El Coronavirus no solo tendrá enormes impactos en nuestra salud y economía; también en la **Reputación** de empresas, gobernantes, líderes, instituciones, sectores y países. Los comportamientos de la sociedad serán más exigentes y estarán influenciados por su **percepción** sobre la manera como cada uno actúe y comunique. Saldrán bien librados quienes de manera responsable, coherente y empática, logren tomar decisiones acertadas y oportunas, para responder a las necesidades y expectativas de los diferentes grupos de interés.

Preservar la **Confianza** es el reto.
Humanismo es el llamado.
Conexión emocional es el camino.

Anny Martínez

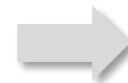


Referenciación Estratégica

Con frecuencia, ante los principales retos y desafíos organizacionales, a los consultores nos preguntan **¿qué están haciendo los demás?**

Con este ejercicio, de entregas periódicas de informes temáticos cortos y específicos, queremos aportar contenidos que sumen y agreguen valor a las personas que hoy tienen el inmenso reto de proteger la reputación de sus empresas o entidades, en medio de la coyuntura mundial de #COVID19.

- **Entrega 1-**
- **Trasformación de Logotipos- 25 de marzo de 2020**
- **Entrega 2-**
- **Afectación reputacional cerveza Corona - 27 de marzo de 2020**
- **Entrega 3-**
- **¿Qué están haciendo las mejores?- 30 de marzo de 2020**



Próxima entrega
1 de abril



Puedes consultar todas las entregas en mi cuenta de LinkedIn o puedes suscribirte escribiendo al correo annymartinezsas@gmail.com

Entrega 3 – ¿Qué están haciendo las mejores?

COVID-19 update

14 March 2020



ENTREGA 3- ¿QUÉ ESTÁN HACIENDO LAS MEJORES?

- **CASO:** Este año, LEGO fue anunciada como la empresa con mejor reputación del mundo según Reputation Institute y Apple fue elegida como la empresa más admirada del mundo según la revista Fortune. ¿Qué están haciendo ambas empresas para gestionar COVID 19?

- **CONTENIDO:**
 - ✓ LEGO
 - ✓ Apple

Las empresas con mejor reputación en el mundo 2020



1	LEGO
2	The Walt Disney Company
3	ROLEX
4	FERRARI
5	Microsoft
6	Levi's
7	NETFLIX
8	adidas
9	BOSCH
10	intel

Las empresas más admiradas del mundo 2020

FORTUNE

TOP 10 COMPAÑÍAS MÁS ADMIRADAS DEL MUNDO

- 1 Apple
- 2 Amazon
- 3 Microsoft
- 4 Walt Disney
- 5 Berkshire Hathaway
- 6 Starbucks
- 7 Alphabet
- 8 JPMorgan Chase
- 9 Costco Wholesale
- 10 Salesforce

ENTREGA 3- ¿QUÉ ESTÁN HACIENDO LAS MEJORES?

¿En qué coinciden ambas empresas?



Aprendizaje y diversión en casa para niños



Información veraz, oportuna y a la mano para enfrentar el COVID 19

- Sus primeras medidas estuvieron enfocadas en proteger sus empleados
- Comunican sus medidas a través de todos sus canales corporativos, siendo proactivos en sus anuncios.
- Ambas van más allá de acatar e implementar las medidas básicas para sus empleados y clientes y para garantizar su operación. Las dos empresas se conectan con las expectativas de la sociedad y en línea con sus propósitos corporativos lanzan **iniciativas mundiales para solucionar problemas globales:** LEGO lanza iniciativa para apoyar aprendizaje y diversión en casa y Apple lanza una App para ayudar al proceso informativo y de diagnóstico de COVID 19.
- Cierran todas sus tiendas alrededor del mundo, menos en China.
- Sus comunicados oficiales son empáticos con la sociedad. Comparten mensajes de gratitud, cuidado, optimismo y esperanza.
- Continuarán pagando el salario de todos sus empleados.
- Mantienen su comunicación comercial de producto. Refuerzan sus ventas online y anuncian lanzamientos.
- Hacen millonarias donaciones en línea con sus propósitos corporativos, y aportan a comunidades donde tienen plantas de producción.
- Mantienen la conexión emocional con sus públicos, con diseños de piezas cortas y atractivas para anunciar medidas COVID 19.



EMPRESA CON MEJOR REPUTACIÓN EN EL MUNDO

SEGÚN EL REPTRAK 2020 DE REPUTATION INSTITUTE

→ Acciones/medidas tomadas

- ✓ Acatamiento de todas las medidas sanitarias
- ✓ Teletrabajo para los empleados que pueden hacerlo
- ✓ Cuidados de salud y toma de temperatura periódica para los empleados activos
- ✓ Reducción del número de empleados trabajando en plantas
- ✓ Suspensión de la elaboración de algunos de sus productos
- ✓ Redefinición de las distancias en las zonas de trabajo
- ✓ Envío de las órdenes de pedido a sitios que el comprador elija y que no requieran de contacto
- ✓ Anuncio de retrasos en los futuros catálogos de LEGO debido a la situación
- ✓ Cierre de todas las tiendas en el mundo hasta el 12 de abril (excepto en China)
- ✓ Coordinación con las tiendas autorizadas para venta de LEGO para tomar las medidas necesarias de higiene y seguridad.
- ✓ Donación de un millón de dólares en Wuhan y Hubei (China) entre enero y febrero así como donación de máscaras a diversas ONG
- ✓ Donaciones a obras de caridad en República Checa, Hungría y México, países donde están ubicadas las platas de producción.
- ✓ Donación de 50 millones de dólares en favor de niños afectados por COVID
- ✓ Lanzamiento de la iniciativa “construyamos juntos”
- ✓ Permitirá que las personas que habían comprado boletas para LEGO Land las utilicen hasta el 31 de diciembre

→ Comunicación

- ✓ Publica en sus canales propios las medidas que ha tomado
- ✓ Diseña en su página web un link especializado para comunicar sus medidas “Nuestras actualizaciones COVID 19”
- ✓ Ha realizado dos anuncios corporativos a través de sus canales, en los cuales da a conocer las medidas que va tomando la compañía.
- ✓ Su comunicación en redes sigue orientada a interactuar con los seguidores
- ✓ Sus comunicados han estado enmarcados siempre en el propósito de la compañía y cierran siempre con una misma frase “mantente a salvo, mantenerte en casa y mantenerte fuerte”
- ✓ En sus redes la empresa se ha mostrado responsable pero al mismo tiempo mantiene el tono de su comunicación orientada a la diversión
- ✓ 14 de marzo: anuncia sus primeras medidas concentradas en el cierre de sus tiendas alrededor del mundo y menciona que continuará con el pago de salarios a sus empleados
- ✓ 30 de marzo anuncia dos nuevas iniciativas: a través de la fundación LEGO hace una donación de 50 millones de dólares en favor de los niños afectados por COVID y apoyar el proceso de aprendizaje y diversión de los niños en casa a través de Let's build it Together

LEGO: CONTRIBUCIÓN ENFOCADA EN LOS NIÑOS

- **14 de marzo:** anuncia sus primeras medidas concentradas en el cierre de sus tiendas alrededor del mundo y menciona que continuará con el pago de salarios a sus empleados
- **30 de marzo** anuncia dos nuevas iniciativas: a través de la fundación LEGO hace una donación de 50 millones de dólares en favor de los niños afectados por COVID y apoyar el proceso de formación y aprendizaje de los niños en casa a través de *Let's build it Together*



The health and safety of children and communities worldwide is our top priority.

We're temporarily closing our stores until at least March 27 in all countries except China; our retail team will continue to be paid. Our online store on LEGO.com remains open.

One of our company values is caring. The way everyone is looking after each other is truly inspiring. We're listening to you, and we take strength from the fact that play and learning can bring families together for moments of joy, even at the most uncertain times.

We will get through this together.

So please, stay safe, stay home and stay strong.



As millions of families stay at home, the **LEGO Group** and **LEGO Foundation** have joined forces to help children in these unprecedented times.

We will donate **US\$50 million** through the LEGO Foundation to support children in need. The donation will go to: Education Cannot Wait which provides education for children in crises; LEGO Foundation partners whose work with children is under pressure from COVID-19; and charity partners serving our local communities.

We also want to help families keep children playful and curious. We've created **LEGO.com/letsbuildtogether** and will launch **#LetsBuildTogether** across social media to inspire fun ways to play and learn at home.

Stay safe, stay home and stay strong.

LEGO: INTERACCIÓN DIVERTIDA



Crea la estrategia de lanzar un reto diario para interactuar con sus fans



Mantiene el humor



Comparte calendario de retos 30 días



Genera encuestas de opinión



Se proyecta al futuro hablando de sus próximos lanzamientos



Incentiva sus ventas online

Consultoría en Reputación

Sra. Isabel Martínez

LEGO: VALIDADORES EXTERNOS

 LEGO  @LEGO_Group · 23 mar.
Your LEGO building task for today - design a super cool car!
 #BuildTogether

273 174 1 mil

 Jaguar UK  @JaguarUK · 23 mar.
En respuesta a @LEGO_Group
Great idea! Can anyone make the New F-TYPE? 😊

8 29 379 

Otras marcas reconocidas responden e interactúan con los retos de LEGO

 How to Entertain Your Young Children During a Quarantine

PHOTOGRAPH: AMAZON
Bust Out the Toy Box
Lego Basic Bricks

Almost every parent I spoke to had one toy that keeps their child occupied for hours. Some mentioned an indoor toddler trampoline. Others mentioned dice or board games like *Dinosaur Escape*.

Entre sus recomendaciones para el aislamiento, blogs de psicólogos recomiendan a los padres armar LEGO con sus hijos

 LEGO  @LEGO_Group · 7h
We're shaken. AND stirred 😱

 Jon Opstad @JonOpstad · 27 mar.
Been isolating at home with my wife & kids for a week now. For my contribution to home schooling my kids (aged 6 & 4) I chose the most obvious thing - creating a shot-by-shot recreation of the jet pack sequence from THUNDERBALL out of LEGO. [turn sound on] #JamesBond @LEGO_Group
Mostrar este hilo


1:10 | 296,7 mil reproducciones


After seven days of isolation, Levi and Ayla have taken their boredom and transformed it into an 85 second coronavirus explainer - with the help of LEGO.

Surgen casos de fans utilizando sus LEGOS para explicar el COVID 19



APPLE: LA EMPRESA MÁS ADMIRADA DEL MUNDO

SEGÚN LA REVISTA FORTUNE

→ Acciones/medidas tomadas

- ✓ Cerró todas sus tiendas por fuera de China hasta el 27 de marzo
- ✓ Sus empleados continuarán recibiendo el salario
- ✓ Otorga incapacidades ilimitadas para sus empleados enfermos
- ✓ Ha donado más de 15 millones de dólares para contrarrestar el virus
- ✓ Incentivar entre sus empleados el esquema de donación 2 x1
- ✓ Flexibiliza y expande sus políticas de licencias de tiempo para aquellos empleados que deban recobrarse de la enfermedad, para quienes estén cuidando a un ser querido o quienes deban cambiar sus rutinas debido al cuidado de sus hijos por los cierres de colegios y escuelas
- ✓ Su Conferencia mundial de desarrolladores la trasladan a formato online
- ✓ Mantiene prestación del servicio a usuarios a través de las tiendas online y App
- ✓ Donan 10 millones de máscaras en Estados Unidos
- ✓ Ofrece consultas gratis a docentes e instituciones educativas sobre como darle continuidad a sus procesos de formación online para las personas en casa.
- ✓ Lanza la aplicación 'Apple COVID-19' acompañada de un sitio que pretende entregar una herramienta de detección y recursos para ayudar a las personas a mantenerse informadas y tomar las medidas adecuadas para proteger su salud durante la propagación del virus.

→ Comunicación

- ✓ Publican en todos sus canales las medidas que va tomando la empresa.
- ✓ En su boletín Apple News crea una sección de noticias sobre COVID para combatir las Fake News
- ✓ La comunicación de la compañía se ve reforzada por un presidente activo y visible como lo es Tim Cook, quien en la medida en que la empresa publica el avance de sus acciones, él hace lo mismo también en su cuenta personal de Twitter, reforzando los mensajes clave de Apple durante esta crisis.
- ✓ 14 de marzo: publican una carta de Tim Cook a la sociedad llamada "La Respuesta de Apple" donde anuncian las primeras medidas que toma la compañía frente a la crisis.
- ✓ La comunicación de la empresa en redes continua con el refuerzo a los productos de la empresa.
- ✓ Refuerzan el lanzamiento de nuevos productos como el Ipad Pro
- ✓ El tono empático de la comunicación de la empresa frente a COVID 19 lo pone Tim Cook en sus publicaciones, mediante las cuales con frecuencia está resaltando mensajes de esperanza, de apoyo, de optimismo y de gratitud hacia todos aquellos que ayudan a enfrentar la crisis.



APPLE: UN APORTE MUNDIAL Y UN CEO ACTIVO

SEGÚN LA REVISTA FORTUNE



En el home de su web anuncia el cierre de tiendas, pero sus canales continúan con ventas online y lanzamientos



Su Presidencia publica constantes mensajes emotivos al mismo tiempo que promueve las acciones que va tomando Apple, como la nueva App



Tim Cook @tim_cook · 27 mar.
Proud to share we've been able to source 10M masks for the US and millions more for the hardest hit regions in Europe. Our ops teams are helping to find and purchase masks from our supply chain in coordination with governments around the world.



Tim Cook @tim_cook · 5h
We owe an immeasurable debt to every doctor, every nurse, every first responder, every person who is putting their life on the line to save the lives of others. Heroes walk among us. #NationalDoctorsDay

189 2 mil 10,7 mil



REFERENCIAS

Reputation Institute

- Las empresas con mejor reputación en el mundo
- <https://www.reputationinstitute.com/>

Revista Fortune

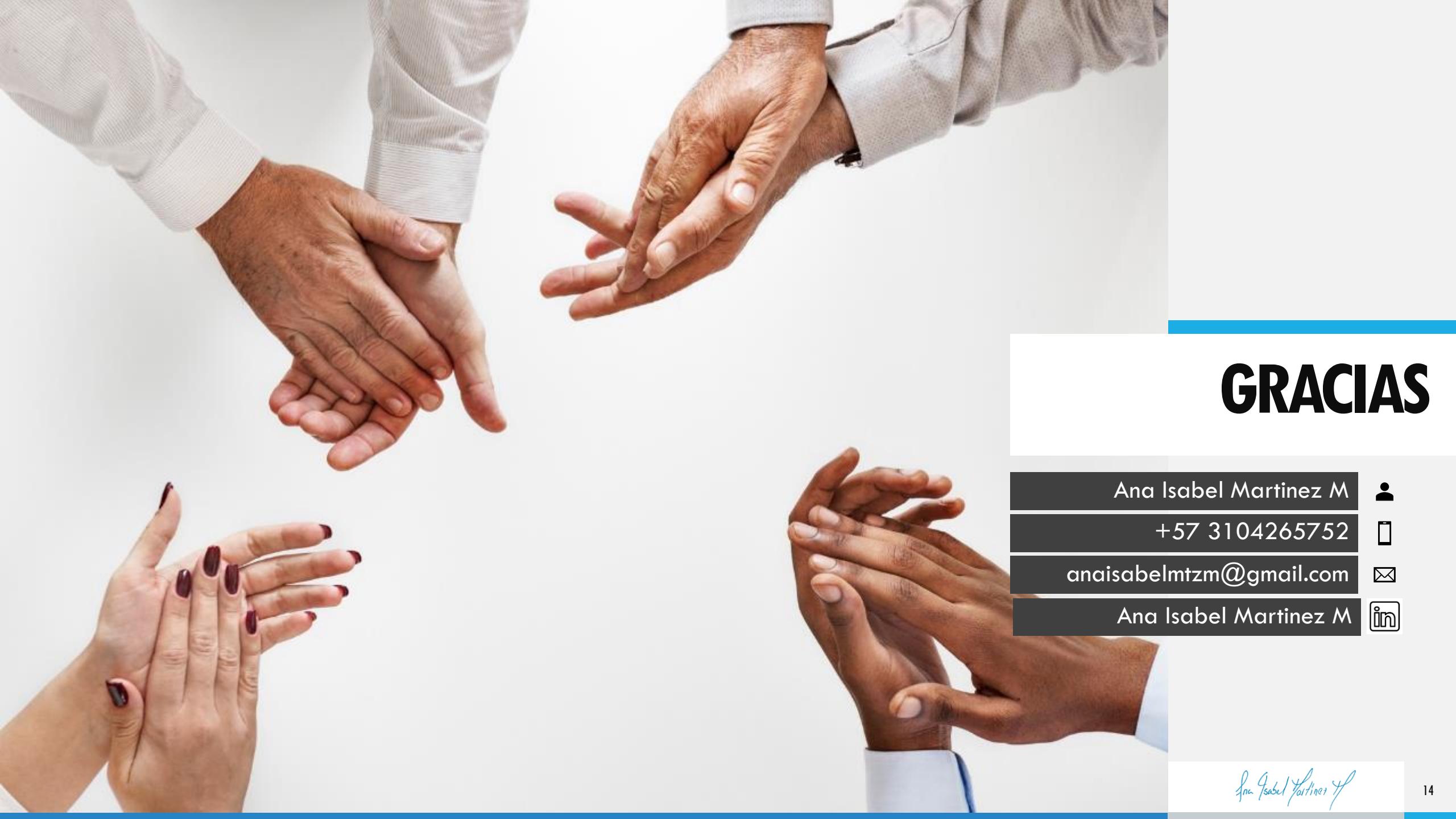
- Las empresas más admiradas del mundo 2020
- <https://www.fortuneenespanol.com/leadership/ranking-companias-mas-admiradas-del-mundo-2020/>

LEGO

- Updates on COVID
- <https://www.lego.com/en-us/service/help/online-help/contact-us/our-updates-on-covid-19-408100000019375>
- <https://legohouse.com/en-gb/info/covid-19>

Apple

- Apple's COVID 19 Response
- <https://www.apple.com/newsroom/2020/03/apples-covid-19-response/>



GRACIAS

Ana Isabel Martinez M



+57 3104265752



anaisabelmtzm@gmail.com



Ana Isabel Martinez M



Ana Isabel Martinez M