

CLAVES DE LA COMUNICACIÓN

#ATREVIACovid19

Susana Graupera

La importancia del nuevo posicionamiento de la industria para la reactivación

Es evidente que, mires donde mires, todos hemos afrontado situaciones nuevas y retos muy distintos a los que teníamos en la cabeza hace 3 meses. Y lo que nos queda aún. También nos hemos convertido en expertos en proteger lo básico, en replegarnos para protegernos. Esta coyuntura nos ha permitido a todos volver a colocar lo fundamental antes de lo importante.



Susana Graupera

Directora de Comunicación
Sectores Regulados ATREVIA



También nos ha cambiado la percepción de muchas cosas. Hace tres meses la industria tenía varios retos: mantener la producción, lograr la máxima rentabilidad, perseguir los ODS... El 14 de marzo todo cambió y se inició un largo viaje hacia la sostenibilidad de las personas.

Las personas también experimentaron su particular transición: hacia lo necesario, y hacia lo que estaba pasando fuera de sus casas para poder permanecer en ellas. Tuvieron el tiempo, que normalmente es escaso, para escuchar y ver lo que las distintas industrias estaban haciendo para ayudar y también, por qué no, para seguir vivas.

En contra de lo que ocurre muchas veces, la industria se transformó, viró y se puso a hablar y a dialogar con todos los grupos de interés: los hospitales, los ayuntamientos, las Comunidades Autónomas, los vecinos, sus empleados, sus familias...

Así que el relato del sector industrial, del energético, de sectores que habitualmente están en un segundo plano de cara a la opinión pública, ha revertido su posicionamiento en meses. Y ahora su importancia es incuestionable. El volumen de empleo que genera, su dispersión geográfica, su importancia para entornos locales y regionales donde su permanencia es crítica, es el ADN de su relato. La pandemia ha hecho que todos miremos hacia ellos. Ahora le toca a la industria mantener la escucha y el diálogo para poder seguir avanzando en la sostenibilidad.

Por ello, es importante que el sector industrial no pierda esta oportunidad de mantener esa ventana abierta hacia las personas, esa opinión pública que ha visto la importancia de tener industrias abiertas, operativas y dando servicio, como han hecho siempre.

Entre las principales claves para que el sector industrial no pierda esta oportunidad de mantener ese vínculo destacaría:

- **Seguir trabajando la relación con su entorno más cercano:** las fábricas tienen un papel esencial en su entorno; generan vida, trabajo, riqueza y arraigo, algo que en muchas poblaciones y regiones es ya una prioridad. El conocimiento y la relación con un entorno muy cercano suele tener muchos altibajos, provocado también por esa cercanía; por eso mismo es tan importante trabajar esta relación desde el conocimiento y la escucha continua.
- **Comunicación fluida:** no hay nada más dañino para la reputación que la incertidumbre. Por esa razón, es importante contar la actividad de la planta, si está desarrollando algún proyecto puntero, etc.
- **En primera persona:** no dejes nunca que otros ocupen tu espacio, que hablen por ti, especialmente si eres del sector industrial.
- **De lo local a lo global:** la industria necesita estar presente y tener voz en otros ámbitos. Donde se regula sobre su actividad, sector, medio ambiente.... donde se puede poner en valor su actividad, donde están los inversores, donde están los clientes, los proveedores....

Si la industria, desde el ámbito asociativo al corporativo, pone más atención a estos aspectos conseguirá que su actividad se entienda mejor, se elimine la incertidumbre que suele jugar en su contra y obtenga una relación mejor con todos sus grupos de interés.

