



Universidad Católica Andrés Bello

Facultad de Humanidades y Educación

Escuela de Comunicación Social

Mención Comunicaciones Corporativas

Trabajo Final de Concentración

**ANÁLISIS DEL MANEJO DE LA GERENCIA DE CRISIS Y CÓMO ESTO INFLUYE
EN SU IMAGEN CORPORATIVA
CASO CINE CITTA**

Grau Cruz, Iwin Javier

Muñoz Badillo, Andrea Valentina

Tutor:

Dra. Zambrano, Xiomara

Caracas, julio 2023

DEDICATORIA

Para mis padres y mi abuela.

A mi papá, por alentarme a siempre mostrar la mejor versión de mí, tanto personal como profesionalmente.

A mi mamá, por enseñarme el significado de constancia y acompañarme en este camino universitario en todo momento.

A mi abuela, quien siempre me apoyó y vivió llena de orgullo con cada uno de los logros que pudo verme alcanzar.

Porque sin el apoyo de mis padres no habría sido posible llegar tan lejos.

Para mi abuela, que siempre estará conmigo y me acompañará y guiará en cada paso que vaya a dar.

-I. Javier G. (Montesinos) Cruz.

A mis padres y a mi hermana, porque sin ellos no fuese la persona que soy hoy en día, por apoyarme en todo momento e inspirarme a ser lo mejor tanto personal como profesionalmente.

A mi novio, por estar siempre a mi lado y ser mi muro de contención a lo largo de este trabajo.

-Andrea Valentina Muñoz Badillo

AGRADECIMIENTOS

A Dios y a la Virgen de Fátima, por siempre guiar e iluminar mi camino.

*A mis padres por brindarme siempre todas las herramientas que he necesitado para
cumplir con mi formación académica.*

*A mi familia, por apoyarme y aconsejarme en cada momento que lo he necesitado y
ser mi fortaleza.*

A Andrea, por ser mi compañera y haber podido construir este proyecto juntos.

*A la profesora Xiomara Zambrano, por haber guiado y corregido cada paso de este
TFC.*

*A Valerie, por acompañarme en cada momento y motivarme cuando más lo he
necesitado.*

*A mis amigos, por compartir la vida universitaria conmigo y hacer de ella una
increíble etapa.*

*A la UCAB, por ser mi casa de estudios y siempre preocuparse por formar a
personas de bien, también por brindarme los conocimientos técnicos necesarios y
de la mejor calidad para ser profesional.*

-I. Javier G. (Montesinos) Cruz.

A mis padres nuevamente por ser mi guía en todo momento, por brindarme la oportunidad de recibir mis estudios a lo largo de mi vida y por enseñarme los valores necesarios para crecer como persona.

A Luis, por acompañarme en cada momento de mis días y por ser mi inspiración para formar un futuro profesional y familiar.

A Javier, por ser el mejor compañero que la vida me pudo dar.

A mis amigos, por apoyarme en el transcurso de este proyecto.

A la profesora Xiomara Zambrano por su guía a lo largo de estos meses.

A la UCAB por ser mi casa de estudios y mi alma mater brindándome los valores y los conocimientos necesarios para mi formación.

A mis amigos, por apoyarme en el transcurso de este proyecto.

-Andrea Valentina Muñoz Badillo

RESUMEN

La gestión de la comunicación en una situación de crisis es vital para las organizaciones porque influye directamente en la imagen y reputación de la empresa ante la comunidad.

Es por ello que los investigadores consideraron pertinente tener como objetivo principal de este trabajo el análisis del manejo de la crisis por parte de Cine Citta y su impacto en la imagen corporativa de la empresa y en su entorno debido al incendio que ocurrió el 31 de enero del 2022 en su tienda mayorista que a su vez consumió el edificio residencial con el que limitaba. También como objeto está el estudio de cómo influyó la gestión de la crisis en la imagen corporativa de la empresa, ya sea de manera positiva o negativa y la reacción de los grupos de interés durante el acontecimiento y cómo ha evolucionado su comportamiento en la actualidad.

Para la investigación se empleó un enfoque mixto porque se abordó desde las perspectivas cualitativas y cuantitativas. Las técnicas de recolección de datos se concretaron gracias a una encuesta online dirigida a una muestra de 100 individuos consumidores de Cine Citta y habitantes del municipio Baruta, cinco entrevistas a los vecinos directos del local que sufrió la crisis y a la Alcaldía de Baruta, y un monitoreo de redes sociales en donde se recolectó información correspondiente para este estudio sobre las víctimas y los grandes medios de comunicación que cubrieron y siguieron el caso.

Dentro de las conclusiones más relevantes se tiene que el 48,5% de los encuestados confirman que el manejo de la comunicación fue muy malo. En segundo lugar, el 41,2% de la muestra está en desacuerdo con la afirmación “la empresa Cine Citta se hizo responsable de los daños causados” y otro 20,6% comenta sentirse muy

en desacuerdo con la misma oración. El 64% de los encuestados calificaron a la empresa y a su manejo de crisis con considerables carencias de transparencia. Asimismo, se registró que el 52,6% de los individuos consideran que su perspectiva de la marca cambió negativamente luego del incidente. Y para evaluar la reacción de los públicos de interés de una forma más concreta se tiene que el 61,9% de las personas continúan comprando con normalidad después de lo sucedido.

En redes sociales se ven involucradas tres partes distintas en esta crisis, la empresa Cine Citta, la alcaldía de Baruta y las víctimas. Los medios de comunicación dieron voz a los vecinos del edificio calcinado y estos acusaron a la organización por no hacerse responsables de manera eficiente de sus actos y también denunciaron que la alcaldía solo cumplió con el rol de mediador en todo el problema, asimismo, Cine Citta y la alcaldía decidieron guardar silencio sobre las indemnizaciones.

Dentro de las entrevistas realizadas, resaltan algunos puntos en común, todos comentan que la relación del local con la comunidad era casi que inexistente, es decir, la responsabilidad social de parte de Cine Citta era deficiente. Además, hay una alta cantidad de rumores sobre la indemnización de los afectados por la falta de comunicación formal y de noticias por parte de la empresa.

Desde una perspectiva interna, la imagen de Cine Citta se vio afectada negativamente desde el primer comunicado que emitió por su falta de empatía ante la situación, el silencio que decidieron guardar también dio paso a la creación de rumores y una gran incertidumbre con lo ocurrido. Sin embargo, la crisis económica que atraviesa el país ha obligado a la comunidad a seguir siendo clientes de dicha empresa por su alta competitividad en precios y productos a la venta

Palabras clave: Gestión de comunicación, crisis, transparencia, imagen corporativa,

comunidad, responsabilidad social.

ABSTRACT

The management of communication in a crisis situation is vital for organizations because it directly influences the company's image and reputation within the community.

Hence, the researchers considered it relevant to have as the main objective of this study the analysis of crisis management by Cine Citta and its impact on the company's corporate image and its environment due to the fire that occurred on January 31, 2022, at its wholesale store, which also consumed the adjacent residential building. The study also aims to examine how crisis management influenced the company's corporate image, either positively or negatively, and the reaction of stakeholders during the incident, as well as the evolution of their behavior at present.

A mixed approach was employed for the research, combining qualitative and quantitative perspectives. Data collection techniques included an online survey targeting a sample of 100 consumers of Cine Citta and residents of Baruta municipality, five interviews with neighbors directly affected by the crisis and the Baruta Municipality, as well as social media monitoring to gather information about the victims and major media outlets that covered and followed the case.

Among the most relevant conclusions, it was found that 48.5% of the survey respondents confirmed that the communication management was very poor. Furthermore, 41.2% of the sample disagreed with the statement "Cine Citta took responsibility for the damages," while an additional 20.6% strongly disagreed with the same statement. 64% of the respondents rated the company and its crisis management as significantly lacking in transparency. It was also observed that 52.6% of individuals reported a negative change in their perception of the brand after the

incident. In terms of stakeholder reaction, 61.9% of the people continued to make purchases with the company as usual after the incident.

On social media, three different parties were involved in this crisis: Cine Citta, the Baruta Municipality, and the victims. Media outlets gave voice to the residents of the burned building, who accused the organization of not taking efficient responsibility for their actions and also denounced the municipality for merely acting as a mediator throughout the problem. Both Cine Citta and the municipality chose to remain silent regarding compensations.

The interviews conducted revealed several common points. All interviewees mentioned that the relationship between the store and the community was almost non-existent, meaning that Cine Citta had poor social responsibility. Additionally, there are numerous rumors about compensation for the affected individuals due to a lack of formal communication and news from the company.

From an internal perspective, Cine Citta's image was negatively affected from the first statement issued, which lacked empathy towards the situation. The silence they chose to maintain further fueled rumors and created a great deal of uncertainty. However, the economic crisis in the country has forced the community to continue being customers of the company due to its high competitiveness in prices and products for sale.

Keywords: Communication management, crisis, transparency, corporate image, community, social responsibility.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	15
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	17
1.1. Formulación del problema	17
1.2. Objetivos	18
1.2.1. Objetivo general.....	18
1.2.2. Objetivos específicos	19
1.3. Justificación del problema	19
1.4. Delimitación espacial y temporal	20
2. MARCO REFERENCIAL	22
3. MARCO TEÓRICO	24
3.1. Antecedentes de la investigación	24
BASES TEÓRICAS	25
3.2. La organización	25
3.2.1. Comunicaciones externas.....	28
3.2.2. Relaciones públicas.....	30
3.2.3. Imagen corporativa	31
3.2.3.1. Identidad, cultura y personalidad corporativa	32
3.2.3.2. Relación de la imagen corporativa con los medios de comunicación ...	33
3.2.4. Reputación corporativa	33
3.2.4.1. Criterios de una buena reputación corporativa	35
3.2.5. Responsabilidad Social Empresarial (RSE)	36
3.3. Grupos de interés.....	37
3.3.1. Clasificación de los grupos de interés	38
3.3.2. Comunidad	39
3.3.2.1. Actor social	39
3.3.2.2. Mediador social.....	39
3.4. Conflicto	40
3.4.1. Manejo del conflicto	41
3.5. Rumor	42
3.6. Crisis	44
3.6.1. Características.....	44
3.6.2. Causas de una crisis.....	45

3.6.3.	Tipos de crisis.....	46
3.6.4.	Indemnización.....	47
3.7.	Gestión de comunicación de crisis.....	47
3.8.	Imagen y reputación en momentos de crisis.....	49
3.9.	Alcaldía del Municipio de Baruta.....	50
3.9.1.	Servicio autónomo municipal de administración tributaria (SEMAT)	50
3.9.2.	Ingeniería municipal de la Alcaldía de Baruta	51
4.	MARCO METODOLÓGICO.....	52
4.1.	Modalidad de la investigación.....	52
4.2.	Tipo de investigación.....	52
4.3.	Diseño de la investigación	53
4.4.	Definición de variables.....	54
4.5.	Operacionalización de variables	54
4.6.	Población, unidad de análisis y muestra	57
4.7.	Instrumentos para la recolección de datos.....	58
4.8.	Confiabilidad del instrumento.....	59
4.9.	Validación del instrumento.....	60
4.10.	Procedimiento de campo	60
5.	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	61
5.1.	Descripción de resultados obtenidos	61
5.1.1.	Entrevista realizada al Director de Comunicaciones de la Alcaldía de Baruta, Luis Omaña.	61
5.1.2.	Entrevista realizada a los vecinos de Colinas de Bello Monte, locales y personas. 67	
5.1.3.	Encuesta aplicada a 101 consumidores de Cine Citta y habitantes del municipio Baruta.	80
5.1.4.	Monitoreo de redes sociales y medios de comunicación desde el suceso el 31 de enero de 2022 hasta la actualidad.	89
5.1.5.	Triangulación de datos.....	95
6.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	99
6.1.	Conclusiones.....	99
6.2.	Recomendaciones.....	104
	REFERENCIAS	107
	ANEXOS	113
	Instrumento de recolección de datos - Encuestas	113
	Instrumento de recolección de datos - Entrevistas	116

Carta de validación de los instrumentos de investigación.....	117
Entrevista a Luis Omaña, Director de Comunicaciones de la Alcaldía de Baruta.....	118
Entrevista a Cheo Carvajal, comunicador social, fundador de Ciudad Laboratorio	122
Entrevista a local número 1	141
Entrevista a local número 2	142
Entrevista a local número tres	144

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Tipos de organizaciones.....	27
Tabla 2. Tipos de medios de comunicación.....	29
Tabla 3. Grupos de interés	38
Tabla 4. Diferencias entre la imagen corporativa y la reputación corporativa.....	49
Tabla 5. Variables. Elaboración propia (2023).....	55
Tabla 6. Variables. Elaboración propia (2023).....	55
Tabla 7. Variables. Elaboración propia (2023).....	56
Tabla 8. Variables. Elaboración propia (2023).....	57
Tabla 9. Matriz de resultados “Entrevista realizada a Luis Omaña, Director de Comunicaciones de la Alcaldía de Baruta”	65
Tabla 10. Matriz de resultados “Entrevista realizada a los locales vecinos de la tienda mayorista de Cine Citta”	71
Tabla 11. Matriz de resultados “Entrevista realizada al periodista y vecino de Colinas de Bello Monte, Cheo Carvajal”	78
Tabla 12. Matriz de monitoreo de redes sociales y medios digitales.....	95
Tabla 13. Matriz de triangulación de datos.....	98

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. ¿Cuál es su edad?.....	81
Figura 2. ¿Conoce a la empresa Cine Citta?	82
Figura 3. ¿Conoce el incidente que ocurrió en las instalaciones de Cine Citta en enero del 2022?	83
Figura 4. ¿Cómo considera que fue el manejo de la comunicación de parte de Cine Citta?	83
Figura 5. ¿Conoce a algún afectado directo por el incidente?	84
Figura 6. ¿Qué tan de acuerdo está con la siguiente afirmación	85
“La empresa Cine Citta se hizo responsable de los daños causados”.....	85
Figura 7. Evalúe las siguientes características de acuerdo a los valores de la empresa Cine Citta, siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto. Transparencia.....	85
Figura 8. Evalúe las siguientes características de acuerdo a los valores de la empresa Cine Citta, siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto. Orientación al cliente.	86
Figura 9. Evalúe las siguientes características de acuerdo a los valores de la empresa Cine Citta, siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto. Responsabilidad social..	86
Figura 10. ¿Qué tan de acuerdo está con la siguiente afirmación?	87
“Mi perspectiva de la marca Cinecitta se mantiene igual después del incidente”	87
Figura 11. Después de la situación de crisis continua comprando regularmente en Cine Citta	88
Figura 12. Si ya no compra regularmente en Cine Citta ¿Cuál cree que es el motivo?	88
Figura 13. Por el contrario, si sigue comprando regularmente en Cine Citta ¿cuál cree que es el motivo?.....	89

INTRODUCCIÓN

La identidad corporativa puede definirse como la totalidad de los modos en que la organización se presenta a sí misma. Por lo tanto, la identidad se proyecta de cuatro maneras diferentes: quién eres, qué haces, cómo lo haces y a dónde quieres llegar. Esto se manifiesta en tres áreas visibles y en una cuarta menos visible: productos y servicios; lo que haces o vendes, entornos; los lugares en que desarrollas tus actividades, comunicaciones; el modo en el que transmites el mensaje y comportamiento; cómo te comportas con tu personal interno y con el exterior. (Mínguez, 2016)

Por ello, las organizaciones deben tomar en cuenta sus acciones y actitudes a la hora de comunicar en todo momento. Pero es fundamental contar una comunicación asertiva y acertada a la hora de una situación de crisis, mantener bien informada a la comunidad durante un conflicto organizacional evitará la creación y propagación de rumores, Peterson y Gist (1951) se refieren al rumor como un esfuerzo colectivo para interpretar una problemática y una situación afectiva evocadora. Igualmente, hablan de una explicación no verificada que circula en una sociedad y que está referida a una cuestión de interés público.

En consecuencia, la siguiente investigación busca analizar el manejo de la crisis por parte de Cine Citta y su impacto en la imagen corporativa de la empresa y en su entorno debido al incendio que ocurrió el 31 de enero del 2022 en su tienda mayorista. La investigación está organizada en primer lugar por el planteamiento del problema, junto a la justificación y los objetivos. Luego de ello se desarrolla el marco referencial que sirve de base para contextualizar sobre el caso de crisis de Cine Citta. En tercer lugar, se expone el marco teórico, en el cual se presentan a los autores y conceptos

que sustentan a este análisis. Después se encuentra el marco metodológico, en donde se detalla el tipo de investigación y cada uno de los pasos que se llevarán a cabo para la realización de dicho estudio. Seguidamente se muestran los resultados junto a su análisis. Por último, se agregan las conclusiones y recomendaciones, esperando así que puedan ser tomadas en cuenta por las partes involucradas en el estudio de caso.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Formulación del problema

Todas las empresas tienen situaciones de crisis, sin importar qué tan grande sea la compañía. Hay muchos factores, tanto internos como externos, que pueden generar crisis dentro de una organización. Tomando en cuenta esto, lo que define a una empresa es la capacidad de respuesta y de gerencia ante cualquier situación adversa considerando la importancia de las comunicaciones para evitar zozobra o desinformación tanto con los empleados de la empresa como con el entorno social.

La reputación corporativa, según Cruz (2004), es lo que opinan las personas sobre una organización y es su valor más importante. Por otro lado, la imagen corporativa, según el mismo autor, se basa en las experiencias, la convivencia con el entorno y de las relaciones de una empresa que determinarán la opinión que otro tenga sobre la misma. Comprendiendo que ambas se basan en la opinión del público, las situaciones de crisis pueden afectar tanto la imagen como la reputación corporativa de la compañía, especialmente si no hubo un buen manejo de la misma, principalmente en el ámbito comunicacional.

Venezuela hoy en día vive una crisis socioeconómica y política. Los venezolanos tienden a pasar por alto algunas normativas establecidas por el Estado, por lo que las empresas, grandes o pequeñas, hacen lo que sea para subsistir. Entre las formas que tienen para hacerlo es a través de conexiones con personalidades ubicadas en altos cargos del gobierno logrando la impunidad al momento de una crisis. Las organizaciones ubicadas en Venezuela normalmente no se toman el tiempo de crear un manual de gerencia de crisis o destinar un departamento a ello porque suelen

recurrir a otros métodos para zafarse de las situaciones difíciles a las que se puedan someter.

El 31 de enero del 2022 ocurrió un incidente en el que se incendió la tienda mayorista de uno de los bodegones más grandes de Venezuela, Cine Citta, ubicada en Colinas de Bello Monte en la ciudad de Caracas. Como consecuencia, la zona se vio realmente afectada, desde la propagación de las llamas al edificio con el que limita, provocando que familias quedarán sin su hogar, hasta cortes de agua, electricidad y gas en la zona por motivos de seguridad. El manejo de la crisis, a través de las comunicaciones externas, generó una rápida opinión de las personas con respecto a la reputación y a la imagen de la organización.

Esto despierta ciertas interrogantes: ¿Qué los llevó a esta crisis? ¿Cómo manejaron la situación al momento y los días siguientes del incendio? ¿Cuál fue el impacto ya sea positivo o negativo para la imagen corporativa? Actualmente, ¿cómo han avanzado con respecto al estatus de las familias afectadas? Y, ¿cómo se vio afectada la comunidad vecina y, en consecuencia, la empresa?

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo general

- Analizar el manejo de la crisis por parte de Cine Citta y su impacto en la imagen corporativa de la empresa y en su entorno debido al incendio que ocurrió el 31 de enero del 2022 en su tienda mayorista.

1.2.2. Objetivos específicos

- Identificar los mecanismos utilizados para dar frente a la crisis y determinar las herramientas pertinentes para el manejo de esta situación.
- Estudiar cómo influyó la gestión de la crisis en la imagen corporativa de la empresa, ya sea de manera positiva o negativa.
- Examinar la reacción de los grupos de interés durante el acontecimiento y cómo ha evolucionado su comportamiento en la actualidad.

1.3. Justificación del problema

Las interrogantes del análisis de este caso parten desde la perspectiva de las comunicaciones corporativas y de la importancia de una buena gerencia de crisis para la imagen de una empresa. Desde la perspectiva de las comunicaciones y cómo estas influyen en el pensamiento de las personas que, al final del día, son los que le dan la importancia a una empresa. Desde la necesidad de que todas las empresas tengan un buen vocero para combatir cada situación ya sea positiva o negativa y, por último, desde la relevancia que tiene el entorno social y las opiniones de la sociedad para una compañía.

El análisis de la manera de actuar ante la situación de crisis por parte de Cine Citta y de cómo esto afectó su imagen corporativa como objeto de estudio de este Trabajo Final de Concentración (TFC), demostrará la importancia del buen manejo comunicacional de situaciones adversas que puedan poner en riesgo la imagen de una empresa y el impacto que esto puede traer a la misma. De esta manera, se aporta

una visión de la relación que pueden tener las comunicaciones externas corporativas, como las redes sociales, las comunicaciones internas corporativas, la gerencia de crisis, las ventas de la empresa y el clima organizacional.

Como aporte para futuras investigaciones el presente trabajo de investigación sirve como base teórica para avanzar en el ámbito de la conexión entre las comunicaciones internas y externas de una empresa con la gestión de crisis; como marco referencial para trabajos relacionados con la gerencia de crisis y la importancia de un buen manejo de la misma con las herramientas adecuadas; y como referencia para organizaciones o futuras empresas para identificar la buena coordinación de una crisis y cómo esta puede afectar en sus ventas e imagen corporativa.

1.4. Delimitación espacial y temporal

En el presente trabajo de investigación se estudiará el comportamiento de Cine Citta en los medios digitales, las acciones tomadas en cuanto a las familias que perdieron su hogar por culpa del incendio que ocurrió a finales del mes de enero del 2022, la presencia de un vocero por parte de la empresa que haya salido a hablar en nombre de la organización, como afectaron dichos comportamientos a la imagen corporativa, cuál fue el comportamiento del público ante las acciones de la empresa y como ha sido el avance de toda la situación y de esta hoy en día.

La evaluación del comportamiento en medios digitales por parte de la organización y el público se realizará a través de las redes sociales Twitter e Instagram, desde el momento del incidente hasta el día de hoy; dichas plataformas son las principales redes en las que Cine Citta sacó un comunicado y por las que el público expresó su opinión en cuanto a la situación. Por otro lado, para conocer las acciones con las

familias afectadas se realizarán entrevistas a las mismas, de esta manera podremos saber cómo se comportó la organización con su entorno social y su avance hasta el día de hoy. También, se realizará una investigación para conocer la opinión de la prensa y cómo esto pudo afectar la reputación de la compañía. Por último, para medir el impacto en los stakeholders del manejo de la crisis en la imagen corporativa y sus ventas se realizarán encuestas a los consumidores del bodegón y a las personas que residen en Colinas de Bello Monte, así como se visitará la zona y se explorará el contexto en donde estaba ubicado el galpón.

2. MARCO REFERENCIAL

De acuerdo con una nota de El Pitazo, citada por Sucre (2022), el bodegón Cine Citta fue inaugurado por una familia de origen italiano. Comenzó sus negocios en Ocumare del Tuy, antes de la llegada de Chávez al poder. En primer lugar, se trató de un negocio de videos, luego mutó a la venta de electrodomésticos. Posteriormente, se mudaron a Nueva Esparta donde compraron las acciones de un restaurante con ese nombre que abrió las puertas en 2003.

En el 2015, siguiendo con el artículo de El Pitazo, se inauguró, en la capital del país, específicamente en la zona de Colinas de Bello Monte en el edificio Centro Comercial Polo, una sucursal del ya en ese momento famoso restaurante de la isla de Margarita que ofrecía a los caraqueños una gastronomía italiana con una decoración referente a la época dorada del cine. Además, ofrecía a los clientes adquirir en un pequeño bodegón productos importados a precios dolarizados que, para ese momento, estaban escaseando en las cadenas de supermercados nacionales del país.

El local se denomina así por el reconocido estudio de arte cinematográfico italiano. Cine Citta fue uno de los primeros comercios que instaló en Caracas un bodegón, tiendas que normalmente están ubicadas en zonas de puerto libre, como Margarita, hoy en día son muy populares a lo largo del territorio nacional. Se convirtió rápidamente en una referencia en la ciudad capital, y desde entonces inició una etapa de crecimiento del negocio que apuntó más allá de lo meramente culinario.

Actualmente, según la cuenta de Instagram de Cine Citta, su negocio se clasifica en heladería, restaurante y bodegón. Por otro lado, poseen una tienda de mascotas denominada Citta Pet; la cual cuenta con servicio de veterinario, por último, cuenta

también con una tienda mayorista / almacén. Todos los locales están ubicados en Colinas de Bello Monte.

El 31 enero del 2022 ocurrió un incendio en la tienda mayorista / almacén de Cine Citta. En dicho depósito se acumulaba combustible y su sistema contra incendios no estaba operativo en su totalidad. El fuego incrementó de tal manera que se vieron afectados comercios y edificios residenciales de la zona. Las pérdidas materiales fueron fatales para la tienda mayorista y también para los propietarios del edificio aledaño (Residencia Riverside). A nivel comunicacional, la empresa actuó de forma rápida pero no fue empática con los afectados de la comunidad. En su primer comunicado solo comentan que su sede principal no ha sufrido ningún daño, que solo fue en el almacén que se encuentra en la tienda mayorista.

La cantidad de comentarios contra el bodegón fue en aumento por su falta de solidaridad, esto trajo como consecuencia mucha incertidumbre en las víctimas con respecto a la remuneración de sus bienes.

3. MARCO TEÓRICO

3.1. Antecedentes de la investigación

Los medios de comunicación y las redes sociales han generado una muy amplia y eficiente red de transmisión efectiva de mensajes, esto ha traído como consecuencia que las empresas deben aprender a llevar sus conflictos de una forma eficiente y beneficiosa para su imagen corporativa y así evitar estar envueltos en alguna polémica por mal manejo de situaciones adversas. Para poder responder correctamente a estos imprevistos, es fundamental identificar y definir lo que es una crisis y sus tipos, cómo se puede observar en el siguiente trabajo realizado por Cruz Sandoval. J. (2004), “La crisis y su influencia en las estrategias de comunicación organizacional”, la cual fue una tesis doctoral en la Universidad Autónoma de Barcelona.

El trabajo de investigación consistió en diferenciar las distintas crisis y su administración comunicacional dentro de las organizaciones, explica que, la gestión y la comunicación de una crisis, son situaciones relativamente nuevas para las empresas, por ello, todavía existen algunas deficiencias dentro de su manejo que se deben tomar en cuenta.

También comenta que los medios de comunicación cada vez están más atentos ante las situaciones adversas de las compañías por su ávida búsqueda de noticias y por ello es importante que dichas organizaciones tengan distintos planes para no desestabilizar la rutina empresarial por cualquier imprevisto que pueda surgir. Dicha estrategia deberá seguir ciertos pasos para recaudar información necesaria para siempre estar prevenido frente a cualquier situación.

Por otro lado, el trabajo de investigación de Enrique Jiménez, Ana M. (2007) “La comunicación empresarial en tiempos de crisis, Estudio de caso: La Crisis de Fontaneda”, una tesis doctoral de la Universidad Autónoma de Barcelona, hace una gran contribución a nuestro trabajo debido a que explica, tanto en teoría como a través de un estudio de caso, cómo una situación adversa puede afectar la imagen de una empresa y su reputación

Esta investigación presenta el caso de crisis de Fontaneda, una empresa española dedicada a la fabricación de galletas, y brinda una aproximación a la teoría básica referente a la comunicación empresarial en situaciones de riesgo. El caso Fontaneda fue que debido a una crisis en el sector que supuso el cierre de muchas fábricas aguilarenses y a una mala gestión de la empresa, se desató una serie de conflictos que se prolongó por ocho meses, empezando el cuatro de abril del 2002, y que contó con una gran trascendencia pública.

Dicha fábrica comenzó a generar pérdidas y con el pasar del tiempo solo lograba mantenerse operativa al 35% y generaba pérdidas de 20 millones de euros desde que Nabisco la compró. El anuncio de cierre de esta industria causó revuelo entre sus empleados y toda la localidad de Aguilar de Campo porque gran parte de la economía de la población dependía de esta planta.

BASES TEÓRICAS

3.2. La organización

Según Reyes, citado por Vázquez (2020), la organización es “la estructura de las relaciones que deben existir entre las funciones, niveles y actividades de los

elementos materiales y humanos de un organismo social, con el fin de lograr su máxima eficiencia dentro de los planes y objetivos señalados”.

Por otro lado, para Beckles, también citado por Vázquez (2020), la organización es la “estructura de relaciones entre personas, trabajo y recursos”. Analizando los conceptos anteriores sobre la organización se concluye que esta es una entidad social que está compuesta por dos o más personas y recursos con el fin de cumplir metas y objetivos. (Vázquez, 2020)

Muchos autores definen lo que es una organización, la mayoría coincidiendo en que es un grupo de personas que se juntan para perseguir un objetivo, pero otros opinan que una empresa debe ser considerada como tal cuando cumpla ciertas características, Bartoli (1992), citada por Cruz (2004), señala que:

Una organización tiene una finalidad conocida por todos los miembros del grupo, distribuye roles y tareas a realizar, existe una división de la autoridad y el poder formal, su duración es indeterminada (misión permanente) o de acuerdo a un objetivo en particular, posee un sistema de comunicación y coordinación y, tiene criterios de evaluación y control de resultados.

Entre los tipos de organizaciones que Cutlip y Center (2000), también citado por Cruz (2004), dan una base general para conocer cuáles son los tipos de organizaciones que nacen en nuestra sociedad:

Tipos de organizaciones

Empresas	PYMES, grandes empresas, trasnacionales, industria
Gobierno	
Sin fines de lucro	ONG's, fundaciones, grupos religiosos, organizaciones políticas
Asociaciones	Empresariales, profesionales, de particulares

Tabla 1. Tipos de organizaciones

La mayoría de las organizaciones buscan cumplir ciertos objetivos para beneficiarse a sí misma y a su público. Las empresas pequeñas y medianas (PYME) son las que se ven a diario: farmacias, panaderías, el bodegón de la esquina o los emprendimientos que hoy en día son tan famosos en Venezuela. Estas buscan beneficiarse lucrativamente sin la necesidad de tener miles de empleados.

Por otro lado, están las grandes empresas multinacionales o trasnacionales que buscan beneficiarse sin importar los medios, se encuentran en varios países y tienen presupuestos muy grandes. Un ejemplo de esto puede ser la cadena de comida rápida, McDonald's, también Nike y Adidas, las cuales visten a millones de personas en todo el mundo.

Las industrias, por su parte, son las que se encargan de transformar la materia prima en productos comercializables que se utilizan en la vida diaria, como la luz, el agua y los alimentos.

Siguiendo la línea del mismo autor, el gobierno entra en la segunda clasificación ya que estos no tienen objetivos, sino que buscan el bienestar de una nación y sus ciudadanos. Esta organización puede ser la que está más vulnerable a una crisis y más que todo porque es un foco de atención pública constante. Dentro de ella entran los entes públicos de un país.

Asimismo, entre las organizaciones sin fines de lucro se encuentran las Organizaciones No Gubernamentales (ONG's) las cuales velan por temas que antes no parecían importar como: el hambre mundial, el calentamiento global, entre otros;

no son lucrativas y los beneficios que obtienen van directo a los recursos que usan para cumplir sus objetivos.

Las fundaciones son personas jurídicas que se dedican a la enseñanza, beneficencia, ciencia o piedad que cumple la voluntad de quien la rige. También nombramos a los grupos religiosos, quienes ayudan desinteresadamente ya sea creando comedores para gente sin recursos o creando actividades de ocio para sus feligreses. Las organizaciones políticas, por otro lado, son pequeños grupos partidarios que buscan promover su ideología y la de su partido.

Las asociaciones son aquellas organizaciones de un mismo rubro que se unen para regular o actualizar su actividad, existen asociaciones empresariales, profesionales o particulares.

Por último, se tiene a los sindicatos que velan por las necesidades, principalmente económicas, de los obreros de un sector. (Cruz, 2004)

3.2.1. Comunicaciones externas

De acuerdo con Quiroz (2022), las comunicaciones externas de una organización se definen como:

El conjunto de acciones informativas que la empresa dirige a los actores y agentes exteriores a la misma, desde los consumidores y proveedores, hasta los inversores o la sociedad, con el objetivo de generar, mantener o reforzar las relaciones entre la compañía y los diferentes públicos.

A su vez, Enrique (2007) destaca que se suele nombrar a los consumidores como público externo de una organización, pero no se debe olvidar que hay más audiencia también considerados externos como: proveedores, medios de comunicación,

gobiernos, líderes de opinión pública, instituciones financieras y públicas y la comunidad donde se desarrolla la empresa.

Para la tipificación de los medios de comunicación tenemos que Westphalen y Piñuel (1993), citados por Enrique (2007), destacan que se dividen en:

Medios de comunicación

Medios escritos	Comunicado de prensa, el dossier de prensa y el publrreportaje
Medios orales	El teléfono y la conferencia de prensa
Medios audiovisuales	La radio y la televisión
Medios interactivos	Páginas web

Tabla 2. Tipos de medios de comunicación

Dentro de los medios escritos el comunicado de prensa consiste en un texto conciso que informa sobre la actualidad de, en este caso, la empresa y es enviado más que todo a la prensa. Por otro lado, el dossier de prensa contiene información y detalles más matizados que el comunicado sobre un tema; y el publrreportaje es un espacio comprado por la empresa en una plataforma para insertar un dossier de información de un tema deseado.

En los medios orales el teléfono facilita la comunicación con el periodista y a su vez con los medios de comunicación; mientras que la conferencia de prensa es una operación organizada por la empresa para emitir una información específica a un público determinado.

En los medios audiovisuales se encuentra la radio y la televisión siendo los ideales para comunicarnos con un público local o nacional.

Por último, se enfatiza la importancia de una página web como el principal medio por el que una persona puede conocer información sobre una empresa determinada. (Enrique, 2007)

En la actualidad, las redes sociales conforman el principal medio por el que la gente se comunica y por el que las empresas llegan a sus públicos externos de manera masiva, siendo estas primordiales y de gran importancia para las organizaciones.

En este sentido, Quiroz (2022) establece que la comunicación externa organizacional tiene mucha importancia ya que en ella se da un intercambio de información entre la empresa y los públicos meta. Las técnicas y actividades de la comunicación organizacional están hechas para facilitar y agilizar el flujo de mensajes al exterior de la organización lo cual podría influir en las opiniones, actitudes y conductas de los públicos internos y externos y no cumplir con los objetivos planteados.

Asimismo, Fita (1999), citado por Enrique (2007), destaca que a la hora de difundir una información se debe estudiar cuál de todos los medios de comunicación existentes es el más adecuado para la misma.

3.2.2. Relaciones públicas

Castillo (2010) define las relaciones públicas como “una disciplina que cuenta con una presencia esencial en el seno de las organizaciones porque coadyuva la gestión estratégica de la comunicación de cualquier organización”.

Explica que la esencia de las Relaciones Públicas consiste en conocer, investigar y gestionar a los públicos que posee una organización. Toda organización,

ya sea empresa, sindicatos, partidos políticos, asociaciones u ONG's deben conocer con quienes se relacionan y qué acciones establecer con ellos para identificar sus demandas y satisfacer sus necesidades de manera acorde con los objetivos de la organización.

Entre los elementos de las relaciones públicas y las comunicaciones internas se puede encontrar al vocero, persona que es la cara de la organización ante los medios y el que emite los mensajes a comunicar. Según Manrique (s.f.), el vocero tiene un rol fundamental en la estrategia de comunicación de las organizaciones. Muchas crisis corporativas pueden generarse o incrementarse por procesos erráticos de comunicación entre voceros y sus audiencias, en especial los medios de comunicación.

3.2.3. Imagen corporativa

Dowling (1994), citado por Mínguez (2016), define la imagen corporativa como “el conjunto de símbolos que una organización utiliza para identificarse ante distintos grupos de personas”. Mientras que Selame y Selame (1998), citados por el mismo autor, la definen como “la expresión visual de la organización, según la visión que tiene de sí misma y según cómo le gustaría ser vista por otros”. Es un símbolo que refleja la forma en que la empresa quiere ser percibida. (Nápoles, 1988)

Toda organización fabrica, compra, vende, administra, contrata, planifica, despide, entre otras operaciones... En cada una de ellas la organización lleva a cabo una representación de sí misma para los distintos públicos con los que se relaciona. (Mínguez, 2016)

Según Olins (1995), citado por Mínguez (2016), la identidad corporativa puede definirse como la totalidad de los modos en que la organización se presenta a sí misma. Por lo tanto, la identidad se proyecta de cuatro maneras diferentes: quién eres, qué haces, cómo lo haces y a dónde quieres llegar. Esto se manifiesta en tres áreas visibles y en una cuarta menos visible: productos y servicios; lo que haces o vendes, entornos; los lugares en que desarrollas tus actividades, comunicaciones; el modo en el que transmites el mensaje y comportamiento; cómo te comportas con tu personal interno y con el exterior. (Mínguez, 2016)

3.2.3.1. Identidad, cultura y personalidad corporativa

Según Casas, Iguacel y Scalabrini (s.f.), en un trabajo hecho en la Fundación Universitas, la imagen corporativa se compone por la identidad, la cultura y la personalidad corporativa; al estudiar cada una de ellas damos con el instrumento específico para analizar la imagen de una organización.

De acuerdo con los autores mencionados anteriormente, la identidad corporativa de una organización se define como “un conjunto de atributos y valores que toda empresa debe tener”. Un ejemplo de ello es la visión y misión que cada compañía tiene, la cual la hace identificarse con las demás organizaciones.

Por otro lado, la cultura corporativa conforma las creencias, los valores, las costumbres y las prácticas de las personas que conforman una organización, la cual se puede identificar también como clima organizacional, cómo se sienten los empleados dentro de la misma organización. Un ejemplo puede ser las normas internas que los empleados de una empresa deben seguir. (Casas, Iguacel y Scalabrini; s.f.)

Por último, según los mismos autores, la personalidad corporativa se refiere a las actividades u operaciones que la organización efectúa con el fin de proyectar una imagen positiva entre sus públicos de interés. Se comparte mediante la comunicación y a través de la identidad visual corporativa. Un ejemplo es la creación de fundaciones o la responsabilidad social empresarial.

3.2.3.2. Relación de la imagen corporativa con los medios de comunicación

Entre las formas más comunes de medir la imagen corporativa se resaltan a los medios de comunicación, como señala Cruz (2004), gracias a la cantidad de noticias, su tono, frecuencia y fuente, que son algunos de los indicadores que se utilizan para comprobar si las estrategias de una empresa son eficaces.

Sin embargo, los medios son una herramienta útil de difusión de la imagen corporativa, pero no son los encargados, ni responsables directos, de que esta sea buena o mala ante la opinión del público; esto se debe a que los mensajes a transmitir deben ser creíbles y basados en la realidad de las actuaciones de la organización.

En conclusión, los medios de comunicación juegan un rol muy importante para la imagen corporativa de una empresa. En casos de crisis son aquellos los que transmiten la información que puede perjudicar o no la imagen de una compañía.

3.2.4. Reputación corporativa

Citando al diccionario de Cambridge, Alloza (2013), citado a su vez por Ferruz (2018), hace referencia al término de reputación desde el mundo anglosajón y lo

define como “la opinión que la gente en general tiene sobre alguien o algo, o la cantidad de admiración o respeto que alguien o algo recibe, basado en su comportamiento pasado o carácter”. Por otro lado, Schwaiger (2004), citado también por Ferruz (2018), define la reputación corporativa como: “prestigio que goza una persona o institución como resultado de un rendimiento excepcional”.

En el ámbito organizacional, se estima que a partir de los años 90 el concepto de reputación adquiere más peso como elemento de la gestión empresarial. Se consideraba que la imagen corporativa y la reputación eran sinónimos, pero a partir de esta década esta última se disocia por primera vez del mundo de la imagen, la publicidad y la venta, para asociarse al mercado y como fuente de rendimiento financiero para las empresas. (Ferruz, 2018; p. 37)

De acuerdo con Rosa Chung (2005, p. 92), citada por Ferruz (2018, p. 37), hay dos perspectivas desde las que se ha estudiado la reputación: la económica y la del marketing, comunicación y estrategia.

“Desde la perspectiva económica, la reputación es, en esencia, entendida como la percepción de la probabilidad futura de proteger su cuota de mercado y beneficios”, señalan Clark and Montgomery (1998) y Weigelt and Camerer (1988; etc.), citados por Ferruz (2018).

Asimismo, Fombrun y Shanley (1990), citados también por Ferruz (2018) explican que las definiciones de reputación que provienen del marketing, la comunicación y la estrategia, la definen básicamente como la impresión acumulada que los *stakeholders* o grupos de interés forman sobre la compañía, debido a sus interacciones con ella y de la información recibida sobre la misma. También agrega que: “muchos autores hacen hincapié en la imagen y la identidad corporativa como el corazón de la reputación y ponen el foco en el proceso configurador de la misma como un proceso

básicamente comunicativo, donde la percepción cumple un papel fundamental”.
(Ferruz, 2018; p. 39)

En este trabajo de investigación se tomará en cuenta la definición en el ámbito de la comunicación, estrategia y un poco de marketing.

3.2.4.1. Criterios de una buena reputación corporativa

Basándose en el ámbito comunicacional, como se menciona anteriormente, se concluye que la buena reputación de una empresa se construye en las acciones éticas y la comunicación con los grupos de interés y el público. (Cruz, 2004)

Fombrum (en Larkin, 2003), citado por Cruz (2004), destaca que cuando las personas señalan una buena reputación es tomando en cuenta los siguientes parámetros:

- “un sentido de distinción (Microsoft, Virgin)
- la tendencia a enfocarse en un tema central (Disney)
- una percepción de consistencia entre la actuación y la comunicación (General Electric)
- un enfoque en la integridad y autenticidad en la comunicación entre organización y grupos de interés (Harvard Business School)
- compromiso de transparencia como prerrequisito para una efectiva actuación social y financiera que fomente las relaciones y el apoyo de los grupos de interés.” (Fombrum, 2003)

Construir una buena reputación requiere de mucho trabajo, pero una mala gestión o comunicaciones inadecuadas pueden causar un daño irreparable y en su defecto una crisis para la organización; la reputación es forjada por los miembros de la

compañía, la identidad, la cultura deben ser sólida y coherente con la imagen de la empresa que se muestra al exterior para que no haya disonancia y no altere el nombre ni el funcionamiento de la misma. (Cruz, 2004)

3.2.5. Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

De acuerdo con Brenes (2009) la responsabilidad social para los negocios es lograr ese éxito comercial a través de formas que honren los valores éticos y el respeto por las personas, comunidades y el ambiente que rodea a la empresa. Se abordan las expectativas legales, éticas, comerciales y otras que la sociedad tiene de los negocios, además de decisiones que equilibren las demandas de todos los grupos de interés. (p. 125)

Asimismo, la responsabilidad social es un concepto en el que las áreas productivas integran consideraciones sociales y ambientales en sus operaciones empresariales y en las relaciones con sus grupos de interés de manera voluntaria. (Brenes, 2009. p. 125)

Por otro lado, la RSE le brinda beneficios reales y tangibles a la empresa, todo esto de acuerdo a Cajiga (s.f.), quien expone que entre ellos están:

- “Lealtad y menor rotación de los grupos de relación (stakeholders).
- Mejoramiento de las relaciones con vecinos y autoridades.
- Contribución al desarrollo de las comunidades y al bien común.
- Aumento de la visibilidad entre la comunidad empresarial.
- Acceso a capital, al incrementar el valor de sus inversiones y su rentabilidad a largo plazo.
- Decisiones de negocio mejor informadas.

- Aumento en la capacidad para recibir apoyos financieros.
- Mejoramiento en el desempeño financiero, se reducen costos operativos optimizando esfuerzos y se hace más eficiente el uso de los recursos enfocándolos al desarrollo sustentable.
- Mejora de la imagen corporativa y fortalecimiento de la reputación de la empresa y de sus marcas.
- Incremento en las ventas, se refuerza la lealtad del consumidor.
- Incremento en la productividad y en la calidad.
- Mejoramiento en las habilidades para atraer y retener empleados, se genera lealtad y sentido de pertenencia entre el personal.
- Reducción de la supervisión regulatoria.
- Se promueve y se hace más eficiente el trabajo en equipo.”

3.3. Grupos de interés

Una organización es una entidad que interactúa de manera bidireccional con una gran diversidad de individuos o colectivos, estos son considerados grupos de interés o *stakeholders*. Entre estos también se incluirían comunidades, gobiernos, grupos políticos, medios de comunicación y otros. (Freeman, 1984, citado por González-Masip, 2018)

Maignan (1999), también citado por González-Masip (2018), señala que los *stakeholders* “permiten responder a la pregunta «¿ante quién es responsable la empresa?» e influyen de manera decisiva en la manera en que las empresas implementan su misión y objetivos, así como sus estrategias de responsabilidad social y medioambiental.”

3.3.1. Clasificación de los grupos de interés

Las personas suelen confundir grupos de interés con públicos, y sí hay una pequeña diferencia entre ellos: los grupos de interés se ven afectados por las decisiones que la organización toma y viceversa, tal y como se nombra anteriormente. Hay grupos de interés que son pasivos, aquellos que se vuelven activos se consideran públicos. Es importante que la organización sepa diferenciar a los *stakeholders* oportunamente, por ejemplo: propietarios, competidores, clientes, medios, empleados, proveedores, etc. (Cruz, 2004)

Cruz (2004) señala que Mitroff y Pearson (1995) dividen los grupos de interés en dos, el primero refleja las funciones en la compañía, es decir, los miembros internos y externos (siendo estos últimos los que pueden afectar a las capacidades de crisis); y en segundo lugar, los agrupa según su papel o percepciones arquetípicas:

Grupos	Medios de comunicación, sindicatos, trabajadores, accionistas, dirección, consumidores, legisladores, intereses especiales (dependiendo del tipo de empresa) competidores y proveedores.
Papel desempeñado	Héroes, víctimas, villanos, protectores, aliados, enemigos, salvadores

Tabla 3. Grupos de interés

Es preferible que exista una comunicación en el nivel de grupos de interés antes de que ocurra un conflicto, ya que al desarrollarse relaciones a largo plazo con los mismos la organización contará, en caso de una crisis, con un punto de apoyo. (Grunig y Repper, 1992)

3.3.2. Comunidad

Entre los grupos de interés de una empresa encontramos la comunidad, la cual según la Editorial Etecé (2020), se define como un conjunto de individuos con diversos elementos en común, como el territorio en el que habitan, sus labores, valores, el idioma y/o su religión, también se puede considerar una comunidad a las personas que se reúnen con un objetivo en común. Partiendo de este concepto se puede definir como comunidad a las personas que viven en la misma zona geográfica o que hacen su vida laboral allí, también a aquellas que trabajan en una organización y tienen los mismos intereses.

3.3.2.1. Actor social

De acuerdo con Ontiveros (2019) se considera actores sociales a sujetos activos que tienen influencia en diversos procesos económicos, sociales, culturales y políticos dentro de la comunidad en la que intervienen, siendo sus acciones portadoras de valores y significado. La misma autora expone que se pueden considerar actores sociales a las autoridades políticas, a líderes religiosos, a las cabezas de distintos organismos, a empresarios, a representantes de los trabajadores y a los que se encuentran al frente de las Organizaciones No Gubernamentales.

3.3.2.2. Mediador social

El equipo de expertos en jurídicos de la Universidad Internacional de Valencia (2023) define al mediador social como “un profesional que se encarga de favorecer el

diálogo entre las personas en conflicto. Se trata de una figura neutral y objetiva, cuyas funciones principales son tender puentes, contribuir a limar asperezas y alimentar un acuerdo convincente”. Asimismo, se considera como un facilitador capaz de regenerar las relaciones dañadas y ofrecer alternativas para incentivar y recuperar el diálogo y la convivencia, entre sus funciones se pueden encontrar:

- Identificar las características y la magnitud del problema.
- Promover el diálogo libre de tensiones.
- Intermediar cuando no existen canales de comunicación o estos se han roto entre las partes.
- Motivar a las partes a centrarse en resolver la situación.
- Ofrecer puentes, enfoques adicionales y poner el foco en lo que une.

3.4. Conflicto

Todas las organizaciones están expuestas a los conflictos, la dificultad principal es no contar con herramientas y estrategias que sean capaces de resolverlo. Por un lado, un conflicto se puede dar cuando hay diferencias de opiniones o intereses. Es muy común que cuando hay más de una parte, se genere eventualmente algún conflicto; todas las personas son diferentes y pueden ver los problemas de maneras distintas y generar diversas resoluciones para los inconvenientes presentados.

En un trabajo realizado en la Universidad Militar Nueva Granada, Eslava, J. y Parra N. (2010), definen conflicto como:

“un proceso que comienza cuando una de las partes percibe que la otra ha sufrido un efecto negativo, o está por hacerlo, algo que a la primera le preocupa”. En las organizaciones se experimentan situaciones de:

incompatibilidad de metas, interpretaciones diferentes de los hechos, desacuerdos con base en las expectativas de comportamiento y esto abarcó un rango de niveles de conflicto que va desde de los actos abiertos y violentos a las formas más sutiles de desacuerdo. (Robbins y Judge, 2009)

Por otro lado, Kinicki y Kreitner (2003) definen el conflicto como un proceso en donde una parte percibe que sus intereses son distintos con los de la otra; o que pueden resultar afectados de forma negativa, entre ambas partes existe una dualidad de intereses que es naturalmente común.

Esta disparidad forma parte de la naturaleza del humano y de su conciencia; en el ámbito organizacional siempre viene acompañado de intereses, ya sean políticos, económicos, sociales u otros. Por ello, los conflictos corporativos llegan a ser un ambiente lleno de tensión.

3.4.1. Manejo del conflicto

El manejo del problema es la pieza fundamental dentro de este tema, este es el punto de partida para ponerle fin y dependiendo de los métodos y el tipo de desacuerdo es lo que desencadenará una buena o mala toma de decisiones de parte de la organización.

Eslava, J. y Parra N. (2010) identifican diversos métodos para manejar los conflictos:

- Estilo evasivo: se puede contemplar cuando se trate de asuntos donde el interés del problema es menor; de otra forma la evasión puede contribuir a empeorar la situación.

- Estilo complaciente: puede ser una alternativa que agilice la resolución, se da la posibilidad que la parte complacida y no se afecta directamente la relación.
- Estilo impositivo: una de las partes satisface sus intereses a costa del otro, crea la posibilidad del deterioro de las relaciones entre las partes.
- Estilo negociador: el poder de las partes es similar y se comparten las pérdidas y ganancias equitativamente.
- Estilo colaborativo: hay cooperación y búsqueda de un resultado beneficioso para todos, requiere un mayor tiempo, esfuerzo y habilidad cooperativa.

3.5. Rumor

Este término hace referencia a alguna información expuesta a un público sin tener verificación previa y oficial que sustenta la credibilidad del hecho. Es una situación ambigua que, por lo general, dentro de las organizaciones parten de la comunicación informal.

En un trabajo realizado por Marialiseth Yanez (2014), para la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad Católica Andrés Bello, define que: Según Allport y Postman (1976), el rumor es una narración relacionada con hechos cotidianos, creíble o factible de ser creída, vinculada también con un problema concreto o con alguna inquietud puntual de la cual no se puede verificar su exactitud, aunque tampoco demostrar directamente su falsedad y que se reproduce bajo el efecto “bola de nieve”; que puede surgir ante la falta de noticias y bajo la presión de la ansiedad y del miedo de la gente por el presente y el futuro.

También agrega que Peterson y Gits (1951) se refieren al rumor como un esfuerzo colectivo para interpretar una problemática y una situación afectiva evocadora.

Igualmente, hablan de una explicación no verificada que circula en una sociedad y que está referida a una cuestión de interés público.

Dentro de las funciones principales se encuentra la reducción de la ansiedad de los empleados en su búsqueda de llenar vacíos informativos o comunicacionales dentro de la organización.

Así lo explica Salazar, P en una investigación realizada para la Universidad Buenaventura:

Según Ritter (2000), los rumores están orientados a llenar vacíos de información, apaciguar la tensión colectiva y asignarle un sentido a lo desconocido y misterioso. Por su parte, Múnera y Sánchez (2003) manifiestan que los rumores reducen la ansiedad de los empleados, aún cuando las noticias sean malas; según explican, la incertidumbre en las organizaciones es más dolorosa que las malas noticias.

Salazar, P también agrega que, según Ritter (2000) la cadena de transmisión del rumor se pone en marcha cuando existe un hecho relevante o de mucho interés para la persona y cuando alrededor del hecho se presenta gran incertidumbre o ambigüedad.

Por último, Salazar, P. citando a Choo (1999) expresa una clara diferencia entre estas últimas condiciones. Manifiesta que mientras la incertidumbre se genera por la falta de información sobre un asunto y se subsane recopilando más datos al respecto, la ambigüedad se produce por la imprecisión de la información disponible, que propicia el surgimiento de múltiples interpretaciones en ocasiones antagónicas y sentimientos de estrés y tensión cuando es excesivamente alta, lo cual se soluciona construyendo una interpretación que dé sentido a la información disponible.

Según estos autores, la ambigüedad se debe a la impresión que genera determinada información que nace desde la incertidumbre que produce la

desinformación de un tema. También que el rumor nace desde la comunicación entre miembros de una organización y principalmente se asocian con interpretaciones, comentarios y puntos de vista de ellos mismos

3.6. Crisis

Fitas J. (1999) define a la crisis como un cambio súbito que pone en peligro la imagen de una organización, pueden romper el equilibrio de la institución y son de gran dificultad porque no se puede predecir cuándo ocurrirá.

Por otro lado, Cruz Sandoval J. (2004) en "la crisis y su influencia en las estrategias de comunicación organizacional" citando a Benjin y Morin (1998) dice que es algún acontecimiento que exigía la toma de una decisión. La crisis se relacionaba con el pasado, el futuro y la acción cuya trayectoria trataba de influir. Cruz Sandoval también agrega que el término nació en la antigua Grecia y se le liga al lenguaje religioso, de la tragedia y de la medicina. Concluyen que la palabra se ha vuelto vacía y que utiliza como término para los momentos de angustia.

3.6.1. Características

Francis Paniagua (2013) en un ensayo realizado luego de asistir al Máster Gestión Estratégica e innovación en Comunicación comenta que todas las crisis son inesperadas y complejas pero que existen ciertas características que son comunes en todas ellas:

- Factor sorpresa: siempre la dificultad aparecerá en el momento menos esperado, si se pudieran predecir, estas nunca ocurrirían

- Unicidad: todas las crisis, por más parecidas que sean, siempre generarán efectos distintos.
- Pérdida de confianza en el interior y su entorno.
- Incertidumbre en los clientes de la empresa.
- Investigación por parte de los medios de comunicación.
- Intervención de los poderes públicos

3.6.2. Causas de una crisis

Paniagua (2013) afirma que Villafañe J. (1999) en su libro Gestión Profesional de la Imagen corporativa define cinco causas distintas que pueden generar situaciones de riesgo. Para cualquier organización es fundamental tenerlas bien definidas y así facilitar la elaboración de un plan de comunicaciones para buscar prevenir dichas crisis. Estas causas se definen según Villafañe J. (1999) como:

- Fallo Funcionales graves: hace referencia a fallos humanos, falta de mantenimiento a elementos mecánicos o falta de supervisión. Puede generar disminución de ventas de los productos de la empresa, pérdida de confianza tanto en inversionistas como en consumidores, se crea la necesidad de parte de la compañía de convencer a los públicos de que todo está bajo control.
- Catástrofe: engloba a los desastres naturales principalmente; son eventos que producen alarma social, pueden afectar la supervivencia de la empresa, suelen acarrear consecuencias jurídicas y costosas indemnizaciones.
- Amenazas Económico-financieras: cuando la empresa pierde valor, baja productividad y desorientación interna, cambios en la alta dirección.

- Crisis de Honorabilidad: la ética y moralidad de un individuo o empresa. Pérdida de liderazgo, sanciones penales y administrativas. Grave deterioro de su imagen y reputación.
- Crisis Internas: por lo general presenta casos de corrupción dentro de la organización. Deterioro del clima laboral, pérdida de niveles de calidad de productos, descontento de accionistas, conflictos con sindicatos.

3.6.3. Tipos de crisis

Fita (1999) las clasifica las crisis en dos grandes grupos, según la naturaleza de los acontecimientos y según el tiempo de duración:

Según la naturaleza de los acontecimientos se clasifican en:

- Objetivas: como una guerra, un atentado, una nueva legislación.
- Subjetivas: como un rumor, declaraciones polémicas de algún accionista de la empresa o de un empleado descontento.
- Técnicos: como accidentes laborales, químicos, fallas en el suministro eléctrico.
- Políticos: Una decisión política, conflictos sociales.
- Exógenos: daños colaterales provenientes de un tercero en crisis, quiebra bursátil generalizada. Todo aquello que principalmente comienza como un problema externo y se convierte en dificultades internas.
- Endógenos: Corrupción interna, un conflicto social propio de la organización. Todo lo relacionado con adversidades internas que amenazan con extenderse a los públicos externos.

Por otro lado, según el tiempo de duración se dividen en:

- Fase preliminar: la crisis se presiente, por ejemplo, con descontento de los consumidores o empleados, procesos manejados incorrectamente con el conocimiento de la empresa, etc.
- Fase aguda: la crisis estalla y los medios de comunicación se adueñan de ella.
- Fase crónica: es cuando los acontecimientos suceden y los actores de la crisis, en especial los medios, toman acciones como, por ejemplo, el inicio de una investigación, negociación, etc.
- Fase postraumática: la organización como sus públicos y grupos de interés extraen su balance de la crisis, hay reestructuraciones, despidos y nuevas estrategias.

3.6.4. Indemnización

Según el Diccionario Panhispánico del Español Jurídico, la indemnización es:

Compensación económica destinada a reparar, garantizando su indemnidad, al afectado por la privación (expropiación) de un bien o derecho, por un perjuicio provocado por un tercero (en concepto de responsabilidad) o por un gasto en que ha incurrido por razón ajena a su voluntad.

3.7. Gestión de comunicación de crisis

Según la Real Academia Española la palabra “gestionar” se define como:

1. *Llevar adelante una iniciativa o un proyecto.*

2. *Ocuparse de la administración, organización y funcionamiento de una empresa, actividad económica u organismo.*

3. *Manejar o conducir una situación problemática.*

Teniendo esto en cuenta, la definición que se utilizará para este trabajo de investigación y para definir con precisión lo que es la gestión de comunicación de crisis es el número tres: “manejar o conducir una situación problemática”.

Por otro lado, Gigliotti y Jason (1998), citados por Cruz (2004) señalan que la gestión de crisis es la capacidad de una organización de asumir rápida, eficiente y efectivamente las operaciones de emergencia para reducir amenazas de salud y seguridad del individuo, la pérdida de la propiedad pública o privada o una consecuencia negativa sobre el desarrollo de los negocios.

Con lo anteriormente expuesto y todo lo que se ha descrito en el marco teórico de esta investigación podemos concluir que la buena comunicación es una parte importante de la gestión de crisis de una empresa, ya que puede aliviar o eliminar la situación adversa y hasta adquirir una reputación mejor a la que tenían antes, pero también hay casos en los que si se tiene una mala comunicación en dicha situación puede contribuir a que las consecuencias sean peores.

Es por esto que González (1998), citado por Cruz (2004), define la gestión de comunicación de crisis como:

La capacidad de una organización de reducir y prevenir los factores de riesgo e incertidumbre respecto al futuro, de forma que se capacite a la misma para asumir de manera rápida y eficaz las operaciones de comunicación necesarias que contribuyan a reducir o eliminar los efectos negativos que una crisis puede provocar sobre su imagen y su reputación.

3.8. Imagen y reputación en momentos de crisis

Como se menciona en los apartados anteriores se sabe que la imagen y la reputación corporativa se ven comprometidas y afectadas en momentos de crisis. Estos dos términos tienen un grado muy alto de similitud que a veces es muy difícil diferenciarlos. (Enrique, 2007, p. 109)

Sin embargo, Villafañe (2003) establece ciertas diferencias que son resumidas por Enrique (2007) en el siguiente cuadro:

Imagen corporativa	Reputación corporativa
<ul style="list-style-type: none">- Carácter y resultados efímeros- Proyecta la personalidad corporativa- Es el resultado de la excelencia- Difícil de objetivar- Se construye fuera de la organización	<ul style="list-style-type: none">- Carácter estructural y resultados duraderos- Es el resultado del comportamiento corporativo- Es el reconocimiento del comportamiento- Se puede objetivar y verificar empíricamente- Se genera en el interior de la organización

Tabla 4. Diferencias entre la imagen corporativa y la reputación corporativa

Asimilando las características de cada uno se concluye que la reputación es el resultado de una imagen positiva que se ha construido y mantenido a lo largo de los años. Sin embargo, no solo se necesita una buena imagen para construir una buena reputación, también se evalúa la estructura y el comportamiento de la empresa, así como la responsabilidad que manifiesta con la sociedad, su contribución a proteger el medio ambiente y preservar los objetivos macroeconómicos con el país en donde se encuentra. (Enrique, 2007)

De acuerdo al mismo autor, se llega a la conclusión que cuando la empresa se ve implicada en una situación de crisis se pone a prueba su capacidad de reacción, sus

sistemas y estructuras, afectando en primer lugar a la imagen que sus públicos tienen de ella. Asimismo, resulta más difícil, pero no imposible, que la reputación se vea afectada, ya que su origen no está en la percepción de los públicos sino en los grupos de interés internos de la empresa, en su cultura corporativa y su proyecto empresarial. Enrique (2007) menciona que:

Uno de los factores que se pueden medir en la reputación de una empresa, es si esta cuenta con sistemas de prevención y gestión de crisis. Es por este motivo, por no contar con un plan de gestión de crisis, como la reputación de la empresa puede ser valorada negativamente ya que ha tenido que responder ante la crisis una vez se ha manifestado o hecha público. En este caso la empresa no ha sabido gestionar la crisis eficazmente.

3.9. Alcaldía del Municipio de Baruta

De acuerdo con el sitio web de la Alcaldía de Baruta, este “es un ente gubernamental que gestiona, monitorea, coordina y realiza actividades dentro del Municipio Baruta”, este municipio se encuentra ubicado dentro del estado Miranda en Caracas, Venezuela. Su objetivo es ofrecer calidad de vida.

3.9.1. Servicio autónomo municipal de administración tributaria (SEMAT)

Este ente se encuentra dentro de la Alcaldía y según su página web su objetivo es:

Atender y orientar todos los requerimientos que estén relacionados con el área tributaria del municipio Baruta. Este servicio realiza trámites relacionados con actividades económicas, apuestas lícitas, expendio de licores, expendios temporales o eventuales, publicidad, espacios públicos, inmuebles y vehículos. Además, se encarga de la recaudación de dichos impuestos.

Entre los trámites que son encargados de gestionar se encuentra la solicitud de licencia de actividades económicas.

3.9.2. Ingeniería municipal de la Alcaldía de Baruta

Según la página web de la Alcaldía de Baruta, dentro de los trámites que realiza la ingeniería municipal de la misma se encuentra la solicitud de anexo a obra nueva o refacción.

4. MARCO METODOLÓGICO

4.1. Modalidad de la investigación

Según lo establecido por la profesora Vanessa Peña (2019) en las Líneas de Investigación del Trabajo Final de Concentración expuestas en la página de la Escuela de Comunicación Social de la UCAB, este trabajo de investigación se ubica dentro del área temática de Manejo de Comunicación de Crisis. Asimismo, su modalidad abarca el análisis del manejo comunicacional en tiempos de crisis, a partir de un caso de estudio.

4.2. Tipo de investigación

De acuerdo con Dankhe (1986), citado por Hernández Sampieri, Fernández y Baptista (s.f.) en su ejemplar de Metodología de la Investigación, existen 4 tipos de estudios en una investigación: exploratorios, descriptivos, correlacionales y explicativos. (p. 69)

El presente Trabajo Final de Concentración está ubicado en la categoría de estudio exploratorio, citando a los autores anteriormente mencionados; se denomina investigación exploratoria cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación que no ha sido abordado antes o es poco estudiado, como lo puede ser un estudio de caso sobre una empresa en particular.

Por ejemplo, existen guías e ideas con el problema de esta investigación, además de estudios sobre las opiniones de la población en casos de crisis. Estos servirán para saber cómo abordar el tema y cómo establecer la técnica para conocer dichas

opiniones, pero el caso del manejo de crisis en Cine Citta y lo que opina la población afectada y su entorno sobre la empresa después del suceso ya es algo único.

Cabe destacar que esta investigación no tiene como limitante ser únicamente de carácter exploratoria, también tiene elementos descriptivos y explicativos.

4.3. Diseño de la investigación

El diseño de investigación del presente trabajo es “no experimental”, ya que Hernández Sampieri y otros (2003) definen este concepto como:

la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, se trata de estudios en los que no hacemos variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables. Lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal como se dan en su contexto natural, para analizarlos. (p. 152)

Esto quiere decir que en un estudio no experimental no se genera ninguna situación, sino que se analizan situaciones ya existentes, no provocadas por quien realiza la investigación. A diferencia del experimental, en donde el investigador prepara una situación a la que son expuestos varios casos o individuos. (Hernández y otros, 2003)

Por otro lado, el diseño de investigación no experimental se divide, según los mismos autores, en: transeccional y longitudinal. Siendo este trabajo de investigación de carácter transeccional ya que se estudian los hechos de la crisis que ocurrió y también el estado actual de la empresa en un solo momento.

4.4. Definición de variables

Según Grau (2004), citado por Carballo y Guelmes (2016),

El concepto de variable siempre está asociado a las hipótesis de investigación. Una variable es una propiedad que puede adquirir diferentes valores en un conjunto determinado y cuya variación es susceptible de ser medida. Una investigación, cualitativa o cuantitativa, exige la operacionalización de sus conceptos centrales en variables, de esta definición operativa depende el nivel de medición y potencia de las pruebas realizadas."

Asimismo, Sampieri y otros (s.f.) expone que las variables se aplican a un grupo de personas o cosas que pueden adquirir diferentes valores respecto a la variable como, por ejemplo, *la inteligencia*; las personas pueden clasificarse de acuerdo a su inteligencia ya que no todas poseen el mismo nivel de inteligencia, varían en ello. (p. 79)

Las variables de este trabajo de investigación son:

- Crisis
- Comunicaciones corporativas
- Imagen y reputación corporativa
- Grupos de interés

4.5. Operacionalización de variables

Variable	Dimensión	Indicadores	Instrumento	Fuente
Comunicaciones	Com.	Medios	Matriz de	Twitter,

corporativas	externas	escritos	monitoreo de redes y medios	Instagram, Medios de comunicación
		Medios orales		
		Medios audiovisuales		
	Relaciones Públicas	Vocería	Matriz de monitoreo de redes y medios	Medios de comunicación e internet

Tabla 5. Variables. Elaboración propia (2023)

Variable	Dimensión	Indicadores	Instrumento	Fuente
Imagen y reputación corporativa	Criterios de buena reputación	Consistencia entre la actuación y la acción	Encuestas con matriz de resultados	Consumidores y grupos de interés
		Integridad y autenticidad entre la comunicación de la organización y sus grupos de interés		
		Transparencia para una buena actuación social y fomentar las relaciones y el apoyo con los grupos de interés		

Tabla 6. Variables. Elaboración propia (2023)

Variable	Dimensión	Indicadores	Instrumento	Fuente
----------	-----------	-------------	-------------	--------

Grupos de interés afectados	Clasificación	Miembros internos	Entrevistas con matriz de resultados	Alcaldía de Baruta y vecinos de la zona
		Miembros externos		

Tabla 7. Variables. Elaboración propia (2023)

Variable	Dimensión	Indicadores	Instrumento	Fuente
Crisis	Características	Factor sorpresa	Matriz de monitoreo de redes	Medios de comunicación
		Unicidad		
		Pérdida de confianza		
		Incertidumbre		
		Investigación por parte de los medios		
		Intervención de los entes públicos		
	Causas de la crisis	Fallo funcional	Matriz de monitoreo de redes	Medios de comunicación y redes
		Catástrofe		
		Amenazas Económico-Financieras		
		Crisis de honorabilidad		
Tipología según su naturaleza	Crisis interna	Matriz de monitoreo de redes	Medios de comunicación y redes	
	Objetivas o subjetivas			
	Técnicas o políticas			

		Exógeno o endógeno		
	Tipología según su tiempo	Fase preliminar	Matriz de monitoreo de redes	Medios de comunicación y redes
		Fase aguda		
		Fase crónica		
		Fase postraumática		
	Gestión de comunicación en crisis	Capacidad de reacción	Entrevistas con matriz de resultados con matriz de monitoreo de redes	Medios de comunicación, redes y vecinos de la zona
		Plan de sistemas y estructuras		
	Imagen y reputación en situación de crisis	Acciones a tomar	Matriz de monitoreo de redes y encuestas con matriz de resultados	Medios de comunicación, redes y consumidores
		Factor indemnizaciones		
		Reacción comunicacional		

Tabla 8. Variables. Elaboración propia (2023)

4.6. Población, unidad de análisis y muestra

Parella y Martins (2008) expone que la población es: “un conjunto de unidades de las que desea obtener información sobre las que se va a generar conclusiones” (p.83).

Asimismo, los mismos autores, definen la muestra como: “...una parte o el subconjunto de la población dentro de la cual deben poseer características reproducen de la manera más exacta posible” (p.93).

A la hora de seleccionar población y muestra se tomó en consideración a personas residenciadas en Colinas de Bello Monte, víctimas del edificio aledaño incinerado y comerciantes que posean local en la zona. También para determinar cómo afectó la reputación e imagen de la empresa se tomó en cuenta a los consumidores.

Se delimitó a una muestra en donde los individuos estén involucrados directamente con las características de la investigación antes mencionadas. Se busca a 100 personas que hayan sido afectadas por el incendio y también se considerarán a clientes del bodegón para analizar su perspectiva y su postura después de la crisis, con el fin de estudiar cómo se vio afectada la imagen de la compañía, preferiblemente que habiten en el municipio Baruta.

Por otro lado, parte de nuestra población será la alcaldía de Baruta para obtener información de autorizaciones legales para el almacenamiento de líquidos inflamables y el estado del sistema contra incendios del local. Se registrará a su vez la opinión de vecinos del edificio Riverside con respecto a la respuesta de Cine Citta luego de los daños causados y por último, se buscará también a propietarios de distintos comercios ubicados alrededor del incendio.

4.7. Instrumentos para la recolección de datos

Sampieri y otros (2003) presentan que luego de seleccionar el diseño de investigación y la muestra, la siguiente etapa consiste en recolectar los datos pertinentes sobre atributos, conceptos o variables de nuestro análisis o caso. Para ello se necesitan una variedad de instrumentos o técnicas que pueden ser tanto cualitativas como cuantitativas, pudiendo utilizar ambos tipos en un mismo estudio.

En la edición preparada por Jesús Manuel Tejero González titulada Técnicas de investigación cualitativa en los ámbitos sanitario y sociosanitario (2021) se expone que:

...la entrevista es un proceso dialógico entre dos personas, un entrevistado y un entrevistador. Persigue unos objetivos concretos, que se pueden resumir en el deseo del entrevistador de obtener información del entrevistado, y una estructura que puede reducirse en algunos casos a expresiones mínimas, pero que nunca está del todo ausente. (p. 66)

El mismo autor luego define a los tipos de entrevista y se puede extraer que:

“La entrevista semi-estructurada recolecta datos de los entrevistados a través de un conjunto de preguntas abiertas. Para saturar los datos, es decir, para recolectar información suficiente para entender el área de interés” (p. 68)

Como instrumentos para el análisis de datos del presente trabajo se realizarán entrevistas semi-estructuradas para grupos de interés y encuestas para los stakeholders externos e investigación de campo a través de visitas a la zona en donde ocurrieron los sucesos y de un estudio profundo por redes sociales y medios digitales.

4.8. Confiabilidad del instrumento

De acuerdo a Hernández y otros (2013), la confiabilidad de un instrumento de medición en un trabajo de investigación se refiere al grado en el que su aplicación repetida al mismo individuo u objeto produce resultados iguales. Determinar la confiabilidad del instrumento es útil para la medición de una investigación. (p. 200)

A partir de esto se considera que hay una confiabilidad del instrumento utilizado en el presente trabajo de investigación, según lo descrito anteriormente, ya que las

entrevistas realizadas a los vecinos deben reflejar los mismos resultados debido a que todos vivieron la misma experiencia al momento de la crisis. Por otro lado, las encuestas realizadas a consumidores de la empresa que a su vez son conocedores del suceso y están capacitados para responderlas y demostrar que el resultado es el mismo. Además, existe un estudio focalizado a la muestra del presente trabajo por lo que son de confiabilidad los instrumentos aplicados a ella.

4.9. Validación del instrumento

Para validar los instrumentos utilizados para analizar el manejo de la crisis por parte de la empresa Cine Citta al momento del incendio de su galpón mayorista que dejó daños materiales a los vecinos de Colinas de Bello Monte y como esto afectó a su imagen corporativa, se aprobó cada herramienta con la tutora de este proyecto, la profesora Xiomara Zambrano, para luego ser validadas por el profesor Rafael Bocaranda, profesor de Neuromarketing en la Universidad Católica Andrés Bello, quien verificó que cumplieran con los objetivos por los cuales fueron creados.

4.10. Procedimiento de campo

Además de las entrevistas y encuestas, se realizó una investigación de campo a través de un monitoreo de redes sociales y medios digitales.

5. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

5.1. Descripción de resultados obtenidos

El siguiente capítulo describe los resultados obtenidos gracias a las herramientas de investigación propuestas en la sección anterior. Siendo las entrevistas descritas en una matriz de resultados, las encuestas expuestas en gráficas de barras y la opinión pública especificada en una matriz de monitoreo de redes sociales y medios digitales.

De acuerdo con Hernández Sampieri, Fernández y Baptista (s.f. p. 375), “una vez que los datos han sido codificados y transferidos a una matriz, así como guardados en un archivo, el investigador puede proceder a analizarlos.”

5.1.1. Entrevista realizada al Director de Comunicaciones de la Alcaldía de Baruta, Luis Omaña.

La Alcaldía de Baruta estuvo implicada en el caso a estudiar y conoce de cerca los aspectos de la situación y su manejo, por lo que se decidió entrevistar al Director de Comunicaciones de la misma, Luis Omaña.

PREGUNTA	ALCALDÍA DE BARUTA
Cargo	Director de Comunicaciones
<i>¿Estaban al tanto del combustible que almacenaba Cine Citta en su sede mayorista?</i>	“los permisos del combustible los dan los bomberos y los bomberos corresponden a la gobernación de Miranda, entonces

	<p>eso no corresponde a la alcaldía, esa permisología se la da la gobernación...”</p> <p>“la alcaldía solamente da la permisología a nivel tributario, es decir, de comercio y a nivel de expedido del cuerpo, solamente se ubica en eso ahora la permisología de riesgo la da obviamente los bomberos porque son los que saben las salidas de emergencia, la ventilación, el tema de los elementos que tienen adentro, que en este caso son gases que pueden ser peligrosos y que efectivamente lo fueron, pero eso corresponde a la Gobernación de Miranda, eso no tiene nada que ver con la alcaldía...”</p> <p>“lo que pasa es que bueno, a veces hay un tema de información que la gente no maneja y que culpas al más cercano...”</p>
<p><i>¿Cuál fue el primer paso para atacar el incendio por parte de ustedes y de Cine Citta?</i></p>	<p>“Estaban todos los bomberos tanto de Miranda como de Caracas o sea, había un cuerpo desplegado junto con protección civil y la policía para atacar el incendio porque era de grandes magnitudes de hecho en primera instancia estaban tratando de evacuar a todas las personas que estaban dentro del edificio, a la par se mandó una comisión para hablar con el local con el</p>

	<p>dueño del local para ver lo que estaba pasando e inmediatamente ponerlos en contacto con las autoridades y comenzar con las investigaciones que terminaron después en lo que terminaron.”</p> <p>“estábamos prestos para todas las investigaciones”</p> <p>“...buscamos los documentos obviamente de Cine Citta, enseguida con el Semat de cuando se hicieron los permisos que tenían ellos y ahí es donde estaba el tema de los bomberos que dio la gobernación de Miranda que ahí la Alcaldía no puede hacer más, o sea si tú me traes los papeles y tienes las permisologías que se te pide para abrir un local, en este caso es el permiso de los bomberos yo les tengo que dar la licencia si tu cumples con todos los papeles.”</p>
<p><i>¿La empresa se comunicó directamente con ustedes para solucionar el problema que se presentaba?</i></p>	<p>“No, nosotros servimos de mediador entre los afectados de la vivienda del edificio y el local, de hecho, estaban las personas afectadas y el Cuerpo de Abogados del local en la cual bueno se llegó a un acuerdo a pesar de que no es competencia se dio un acuerdo donde el</p>

	<p>local se iba a hacer responsable de todos los gastos de las familias...”</p>
<p><i>¿Cine Citta se hizo cargo de los daños causados por el incendio?</i></p>	<p>“el local se iba a hacer responsable de todos los gastos de las familias incluso algunas le vendieron sus partes al local, tengo entendido que hay varios que vendieron el apartamento al local y se fueron a otros lados, pues porque a lo mejor era muy costoso para ellos reparar otra vez toda la estructura y bueno tienes experiencia traumática de eso.”</p> <p>“Bueno, la Alcaldía ahí sirvió sobre todo como mediador claro, pero eso a nivel de comunicaciones, no se comunicó, no se comunicó por el siguiente tema de que era un tema delicado, las familias pedían que no se divulgara y bueno había una presión por parte de los medios de comunicación por saber qué estaba pasando con esto, pero al final nosotros asumimos el costo de bueno no decimos esto, estamos mediando y listo...”</p>
<p><i>Hoy en día ¿cuál es el estatus de los daños causados?</i></p>	<p>“No, yo tengo entendido que ya está resuelta, se llegó a un acuerdo por las partes tanto del local como con la familia y ya han pasado un año y medio y hasta ahora yo no, El Estímulo por lo menos que escribió más, era uno de los duros</p>

	<p>en ese tema yo, mira yo la información que manejo es que ya está resuelto que las familias terminaron casi que todos vendiendo sus apartamentos y el local se hizo responsable de todo ello pues porque bueno, creo que al final al local no les convenía por más que sea esa crisis comunicacional porque la crisis sobre todo era ellos, si comparan el comunicado de la alcaldía con el de Cine Citta, yo creo que el de nosotros fue muy responsable, se nota que habían comunicadores detrás de ello y el de Cine Citta, bueno en su momento no fue el ideal, pero ellos al final con acciones repararon lo que en comunicaciones no pudieron arreglar.”</p> <p>“Ojo el local si se prestó abiertamente para colaborar, nunca se negaron, yo creo que ellos sabían la responsabilidad que tenían y de hacer lo contrario iban a terminar muy mal a nivel de peso jurídico”</p>
--	--

Tabla 9. Matriz de resultados “Entrevista realizada a Luis Omaña, Director de Comunicaciones de la Alcaldía de Baruta”

Luis Omaña, director de comunicaciones de la Alcaldía de Baruta, comenta que la tienda mayorista de Cine Citta, contaba con permisología de los bomberos, pero no agrega si el local cumplía realmente o no con las normas requeridas por los mismos,

lo cual puede significar o el desconocimiento de la misma o el encubrimiento de la información. El no tener un sistema de extinción eficiente pudo ser una de las causas de que el incendio llegara a la magnitud alcanzada consumiendo un edificio de viviendas, agregó también que los bomberos le rinden cuentas a la gobernación de Miranda y que la alcaldía no se hacía cargo de la misma, solo se encarga de la parte tributaria y de comercio.

Asimismo, explicó que durante el incendio se encontraban los bomberos, la alcaldía, protección civil y la policía para controlar la situación, así como también el ente municipal envió una comisión para hablar con los propietarios del local y comenzar las investigaciones pertinentes. Ya que contaba con la permisología pertinente, reiteró que la Alcaldía de Baruta no puede negar la comercialización si un local cuenta con esta serie de permisos necesarios, pero tomando en cuenta la definición de actor social por parte de Ontiveros (2019) en donde se considera actores sociales a los activos que tienen una influencia con significado y valor en procesos económicos, sociales, políticos y culturales dentro de una colectividad, se puede analizar que la Alcaldía de Baruta siendo un actor social, en este caso en un proceso político y social, tuvo que haber tomado las medidas necesarias para garantizar la seguridad de la comunidad de Colinas de Bello Monte, lo cual no hizo al entregar el permiso de comercio a Cine Citta sin confirmar que el sistema contra incendio funcionaba teniendo en cuenta la cantidad de productos inflamables que vendían.

Por último, mencionó que la alcaldía sirvió como mediador entre los afectados y la empresa, para llegar a un acuerdo en donde el local se haría cargo de todos los gastos de las familias. Esto según lo mencionado en la definición de mediador social en el capítulo anterior, sucede cuando no existe un medio de comunicación o este está roto

entre las partes del conflicto, lo cual quiere decir que Cine Citta no busco una comunicación sana para resolver la situación con los afectados.

También comentó que creía que algunas familias vendieron sus bienes al local y que toda la situación con los afectados no se comunicó por decisión propia, debido a que era un tema delicado y las familias así lo pidieron dando la situación de crisis por finalizada luego de un año y medio, alegando que el medio de comunicación El Estímulo, el cual estuvo cubriendo el caso desde un inicio, ya no estaba sacando más información sobre el mismo. Sin embargo, en un artículo que sacó El Estímulo el 31 de enero de este año, luego de 12 meses de la crisis, destacan un testimonio actual para esa fecha de uno de los afectados del edificio Riverside, quien expone lo siguiente: “Ellos no hablan otra vez por miedo. Por temor a represalias. Ellos tienen miedo de que no les paguen, de que no les respondan nunca, tienen miedo de seguir sin casa”, haciendo referencia al silencio guardado por parte de los vecinos del edificio luego de tantos meses y a que no se ha resuelto el tema de la indemnización por parte de Cine Citta dando por sentado que la crisis no está resuelta.

5.1.2. Entrevista realizada a los vecinos de Colinas de Bello Monte, locales y personas.

Parte de los grupos de interés de Cine Citta es la comunidad que rodea al negocio y es por esto que es muy importante conocer la opinión que las personas que conviven con ellos en la misma zona geográfica tienen sobre la empresa y el manejo que la misma tuvo de la situación de crisis que afectó a los mismos habitantes del área. Se entrevistó a locales vecinos de la tienda protagonista del incendio y a un vecino, que

a su vez es comunicador social, para que nos dieran una visión más amplia de la opinión pública de la comunidad.

PREGUNTA	LOCAL 1	LOCAL 2	LOCAL 3
<i>¿Cómo es o era la convivencia entre Cine Citta y su entorno?</i>	“Normal”	“No había convivencia, ellos por su lado y nosotros por el nuestro”	“A mi no me afectaba la convivencia con ellos porque era más que todo aceites y comida para perros”
<i>¿Que sucedió en la zona al momento del incendio? ¿Se vieron afectados?</i>	“Sí, tuvimos que cerrar casi un año, afectó la mitad, el concesionario se tuvo que remodelar por completo”	“Sí, porque nos quedamos sin luz y así no se puede trabajar y toda esa pared se derrumbó para acá, más que todo afectó al edificio ellos sí porque el estacionamiento es de ellos, todos esos carros... tuvimos que cerrar una semana porque los bomberos entraron por aquí. Los gastos de los días cerrados corrieron	Todos tuvimos que cerrar, el humo negro entro por la ventana y no se podía respirar, era toxico estar aquí, estuvimos tres días cerrados. No, los servicios no se fueron, si teníamos luz.

		<p>por parte del dueño de la licorería”</p> <p>“No tenían extintores, quien les prestan los extintores son los del concesionario y la muchacha que vende los lubricantes”</p> <p>“El sistema contra incendio estaba, estaba, pero una cosa es que estaba pero otra cosa es si funcionaba. Es un poder muy... es un temazo”</p>	
<p><i>¿Cómo considera que Cine Citta actuó hacia los afectados?</i></p>	<p>“Todos los gastos corrieron por parte de nosotros. Ellos alegaron que había sido una falla eléctrica y quedaron en que supuestamente si iban a cubrir, pero no, supuestamente el seguro no les</p>	<p>“Que no sirven y no se sabe que fue lo que paso, supuestamente le dieron plata a la gente del edificio, pero nadie se lo cree porque miren como esta el edificio.”</p>	<p>“lo que pasa es que hay distintas versiones de lo que pasó con ellos, hay gente que dijo que no se iban de Colinas y Cine Citta pagó algunos apartamentos además de la estadía de las personas mientras</p>

	<p>cubrió por lo que no se hicieron cargo.”</p> <p>“Por parte del edificio tengo entendido que le pagaron a algunos y a otros no”</p>		<p>realizaban ese proceso, pero hay gente que sigue reclamando su apartamento.”</p> <p>“La estructura no sirve para vivir, en el momento no los dejaban pasar al estacionamiento y no arreglaron el edificio...”</p>
<p><i>¿Cómo considera que fueron las comunicaciones Cine Citta al momento del incendio?</i></p>	<p>No hubo una comunicación adecuada o por lo menos no al momento</p>	<p>“Nada de eso, desaparecieron. Ellos nunca se comunicaron con nosotros, solo le pagaron a la gente del gas para que vinieran a ver esa parte y ya.”</p> <p>“Tú sabes que los que tienen poder no tienen que hacerse responsables.”</p>	

Tabla 10. Matriz de resultados “Entrevista realizada a los locales vecinos de la tienda mayorista de Cine Citta”

De acuerdo a la matriz de los resultados de las entrevistas a los locales cercanos al galpón que se incendió, se puede analizar que a ninguno le afecta o afectaba la convivencia con Cine Citta, la consideran inexistente. Según el concepto de Responsabilidad Social Empresarial, definido por Brenes (2009, ubicado en el capítulo tres del presente trabajo, que menciona que las empresas integran consideraciones sociales y ambientales además de crear relaciones con sus grupos de interés, como la comunidad que los rodea, en este caso de estudio Cine Citta no contaba con responsabilidad social ya que los vecinos consideran como inexistente la convivencia con ellos.

Todos coincidieron en que se vieron afectados de cierta forma al momento del incidente, el local 1 tuvo que cerrar durante un año ya que la catástrofe generó la destrucción de la mitad del espacio. También expuso que los dueños del bodegón no se hicieron cargo de los gastos que generaron la remodelación parcial de su establecimiento, alegando a que fue una falla eléctrica y el seguro no se los cubría; el local número 2 cerró por al menos una semana ya que derrumbaron su pared trasera para facilitar el acceso de los bomberos al incendio y no contaban con electricidad para poder trabajar, agregaron que el responsable del incendio no contaba con extintores ni con un sistema contra incendios funcional, comentaron también que, según lo que ellos tenían entendido, indemnizaron a algunas familias y a otras no; en lo que el local 3 coincide, alega a su vez que no trabajó por tres días como consecuencia del ambiente tóxico y el humo generado por las llamas. Esto demostró que Cine Citta no cumplió con todas las indemnizaciones, lo cual según el Diccionario

panhispánico del español jurídico es la compensación económica para reparar al afectado por provisión de un bien o derecho por un daño provocado por un tercero, que debía cubrir demostrando nuevamente que no tiene responsabilidad social con la comunidad.

Los tres locales coincidieron en la información de las familias afectadas agregando que hay muchas versiones sobre lo que en verdad ocurrió y que supuestamente les compraron los apartamentos a algunas familias, pero otras quisieron de vuelta su vivienda y esto no sucedió. De acuerdo con lo expuesto en el capítulo anterior, muchas versiones provienen del rumor y este se debe a la falta de comunicación formal y la falta de noticias ante una situación de ansiedad y temor para las personas.

Por último, los dos primeros locales coinciden con que la comunicación impartida por Cine Citta al momento de la crisis fue ineficiente, el local 2 dice que nunca se comunicaron con ellos, solo mandaron a revisar el gas, lo cual demuestra nuevamente la falta de comunicación por parte de la empresa.

PREGUNTA	VECINO CHEO CARVAJAL
<p><i>¿Cómo es o era la convivencia entre Cine Citta y su entorno?</i></p>	<p>“mi percepción es que es como hay una relación en vivo de una gente como que ama a Cine Citta porque pareciera como que revitaliza una cantidad de cosas o espacios digamos vinculados con su actividad comercial, pero por otro lado es como la sensación de que Cine Citta está tomando Colinas de Bello Monte en cierta forma, ¿no? Y con una con un estilo poco respetuoso de digamos de lo que hay alrededor de los que le rodean”</p>

	<p>“Ese cubo tuvo cuando empezaron a construirlo tenía una gran calcomanía de la Alcaldía de Baruta, en ese entonces estaba Gerardo Blyde, de alcalde diciendo que esa era una construcción ilegal y que estaba paralizada la construcción, bueno sencillito quitaron la calcomanía y siguieron la construcción lo que hay es una demostración de un ejercicio de poder de decir bueno, yo aquí hago lo que me da la gana, porque evidentemente tenía apoyos de otro tipo que no podía neutralizar la propia Alcaldía siendo la que debe supervisar este tipo de trabajos”</p>
<p><i>¿Considera que la rápida expansión de Cine Citta ha generado esa sensación de invasión para usted siendo vecino de ahí de Colinas de Bello Monte?</i></p>	<p>“Bueno yo creo que sí, porque no es una toma de los espacios neutral, sino que se marca su presencia de manera radical. Sí, por lo menos el centro Polo es casi de ellos ya, pues porque ellos tienen muchísimos locales, el Centro Polo es prácticamente de ellos y luego bueno, cuando crearon este negocio mayorista en la principal de Colinas de Bello Monte era así como de una escala descomunal en relación con los que ofrecían”</p> <p>“es como ponerle una piel de lo que se hacen en Las Mercedes, por ejemplo, entonces es como alterar la imagen que uno tiene de Colinas de Bello Monte”</p> <p>“invita sobre todo que mueve muchos carros y no tanto a la gente de a pie, sino a la gente que se mueve sobre todo en vehículo particular, que eso</p>

	<p>ha ocurrido por eso tomaron el estacionamiento del Centro Polo, a veces se siente la presión en las aceras porque cuando ya no caben adentro bueno, afuera también toman la calle es como como complicado, porque es eso es como que se hacen se hacen dueños del espacio y en Colinas de Bello Monte tiene como una tradición de espacio público y de calle muy comunitaria mezclada con un movimiento más de corte más Metropolitano es decir, una mezcla de eso de esa vida suave muy cercana de la comunidad”</p>
<p><i>¿Usted cree que este sentimiento que tienen los vecinos de Colinas de Bello Monte afecta de cierta manera a Cine Citta o simplemente pasa desapercibido por ellos?</i></p>	<p>“no lo tengo claro, si de alguna manera Cine Citta a reaccionado o dialogado en relación con esto en las comunidades me parece que la manera en todo caso es como me impongo y bueno, si de verdad después tengo que negociar algo con los negocios, pero los negocios después de que ya hice lo que hice.”</p> <p>“si me da la gana de pasarte por encima te paso porque no hay nadie que te defienda. Y en todo caso lo que hacen ellos y si la cosa hace mucho ruido, pues me resuelven particularmente a lo mejor indemnizan a alguien a lo mejor hacen algo”</p>
<p><i>¿qué sucedió en la zona al momento del incendio, o sea que qué pasó como tal en Colinas de Bello Monte al</i></p>	<p>“mucha zozobra por lo que estaba pasando, la angustia de la gente porque no era solo que se estaba tomando un local comercial, sino que se estaba quemando un edificio”</p>

<p><i>momento, estuvieron afectados en cierto sentido?</i></p>	<p>“todo hace suponer que por una falla desde de prevención de mantenimiento, probablemente, bueno eran más de prevención es lo que entiendo y que terminemos gente vecina perdiendo su vivienda me parece muy muy duro y yo creo que por ejemplo el papel de la alcaldía fue como apagar no solo el fuego, o sea, o ayudar a pagar el fuego literalmente, sino también el fuego de la incomodidad y de la molestia de la gente en relación con lo que había ocurrido”</p> <p>“en cuanto a los servicios no fue una crisis que inmovilizó y paralizó todo el digamos la vida de Colinas de Bello Monte, fue más como la perturbación del momento y de lograr digamos la conmoción que genera un evento de esta naturaleza y de esa escala la sorpresa”</p>
<p><i>¿Cómo considera que Cine Citta actuó hacia los afectados?</i></p>	<p>“la percepción que yo tengo de ese momento es que trataron de que eso se silenciara lo más pronto posible, yo creo que en términos de comunicación de cuanto pueda afectar a una marca o a una empresa un evento de esta naturaleza sobretodo si tiene responsabilidad la tendencia es tratar de minimizar lo menos posible ese ruido”</p> <p>“yo en ese momento pensé que Cine Citta tenía una oportunidad allí interesante a partir de lo que ocurrió.</p> <p>Que era ser unos verdaderos benefactores de diamante, la calamidad ser uno benefactores</p>

	<p>como generosos porque además dado la exhibición de poder y de recursos que tienen es así como bueno, pero acaso ellos no pudieron haber resuelto el problema de la vivienda de esta gente de una manera mucho más experta clara benevolente dentro de la misma zona... pero bueno, no, eso no ocurrió.”</p> <p>“Creo que al final finalmente recuperaron el edificio, medio lo recuperaron, no sé exactamente en qué condiciones está internamente, no sé si ustedes han entrado yo no, yo no lo he hecho, pero, o sea, hay muchas versiones.”</p> <p>“qué significa comprarle el apartamento a una persona en Colinas de Bello Monte, una vivienda en este momento, pagarle una miseria con lo que esas personas no iban probablemente poder comprar absolutamente nada semejante ni en la zona”</p>
<p><i>¿Cómo considera que fueron las comunicaciones de Cine Citta al momento del incendio?</i></p>	<p>“La Alcaldía creo que publicó un efecto un comunicado muy breve, me imagino que ustedes lo deben tener, siempre fue bastante al margen.</p> <p>Pero eso es como pasando por encima de la situación, vamos a encargarnos, pero sin mayores respuestas y lo que creo que la operación fue silenciarlo más rápido”</p>
<p><i>¿Usted también tenía algo de información con respecto a bueno toda la permisología</i></p>	<p>“No lo sé, es un tipo de información que al final siempre es un poco opaca... era sorprendente</p>

<p><i>pertinente de parte de los bomberos hacia ese local mayorista de Cine Citta si estaba legal, si existía o algo así por el estilo?</i></p>	<p>que montaran ese gran galpón que era una mezcla, una especie de Makro”</p> <p>“yo creo que la alcaldía, ingeniería municipal para aprobar un permiso debe tener una cantidad de condiciones cubiertas que después la ultima palabra, que digamos es como un requisito de habitabilidad de una edificación ciertamente la dan los bomberos pensando en temas de riesgo claramente, pero esto no quiere decir que la alcaldía se desentienda de ese tipo, porqué ellos tienen que presentar un proyecto de ingeniería”</p> <p>“igual ya sabemos que si ellos habían pasado por encima de la Alcaldía, seguramente les daba igual pasar por encima de cualquier otra institución.”</p>
<p><i>Conseguimos a un dueño de un apartamento del edificio, pero se niega a tener la entrevista</i></p>	<p>“si no logran conseguir porque sienten que la gente no quiere meterse en problemas eso habla un poco de la situación de lo que hay de fondo.”</p>

Tabla 11. Matriz de resultados “Entrevista realizada al periodista y vecino de Colinas de Bello Monte, Cheo Carvajal”

Analizando los datos recogidos en esta matriz sobre la opinión del vecino Cheo Carvajal, periodista, fundador de Ciudad Laboratorio, una asociación civil dedicada a incidir en la experiencia y transformación urbana y quien se dedica a estudiar a la sociedad, comenta que la convivencia entre Cine Citta y su entorno es una relación que se divide entre la gente que lo apoya porque pareciera que revitaliza y moderniza el espacio y por otro lado está la gente que tiene esa sensación de que esta empresa

está tomando Colinas de Bello Monte de una forma irrespetuosa e invasiva, además acota que el cubo que se encuentra en el exterior del centro polo tuvo en su momento de construcción una calcomanía a motivo de llamado de atención de la Alcaldía diciendo que era ilegal modificar la fachada del edificio Centro Polo pero que al poco tiempo la quitaron y siguieron con su proyecto, neutralizando al propio ente. Con esta última acción se puede demostrar el poder que Cine Citta tiene para seguir con sus procesos, sin importar las normas o las personas que conviven en la zona en la que se encuentran.

Asimismo, comenta que las personas tienen una sensación de invasión por la manera de presencia de Cine Citta en la zona, es decir, por la magnitud de sus edificaciones y la rapidez con la que se esparcen tal y como se hace en Las Mercedes. Por otro lado, explica que el local moviliza una gran cantidad de vehículos dentro de una zona que está acostumbrada a una vida tranquila y de calle comunitaria, además de no contar con el espacio suficiente para la cantidad de transporte que maneja hoy en día, esto provoca una congestión de carros en la zona que no existía anteriormente.

Con respecto a lo anteriormente mencionado, expone que a Cine Citta no le afecta de ninguna manera la relación con la zona ya que se imponen sobre ella y hacen lo que quieren debido a que se rumorea que su poder pasa por encima de la misma Alcaldía. Esto va de la mano con la definición de responsabilidad social, se vuelve a demostrar que no aplican este concepto ya que no tienen relación con la comunidad y no les importa generarla, por lo que se inhiben de sus beneficios, explicados por Cajiga (s.f.) como la contribución del desarrollo de la comunidad y el bien común y la mejora de la imagen corporativa y a su vez de la reputación de la empresa.

Carvajal también menciona que durante el momento del incendio existió mucha zozobra y angustia de la gente, por lo que se evidencia una crisis comunicacional al no contar con la información necesaria para su tranquilidad, además de considerarse una catástrofe debido a que, tal y como explica Villafañe (1999), estos son eventos de alarma social que suelen acarrear consecuencias jurídicas y con costosas indemnizaciones, ya que no solo se estaba quemando el local comercial, sino que un edificio de viviendas debido a una falla de mantenimiento o de prevención, provocando un fallo funcional como expone Villafañe nuevamente, que tanto Cine Citta como la alcaldía trataron de silenciar lo más rápido posible ya que en términos de comunicación esta crisis podría afectar a una marca o empresa.

Cine Citta tuvo la oportunidad de ser unos verdaderos benefactores, según Carvajal, ya que dado la exhibición de poder y de recursos que tienen pudieron haber resuelto el problema de la vivienda de una manera mucho más transparente y justa, pero esto no ocurrió y al igual que los locales entrevistados no conoce que sucedió al final con el edificio y los dueños de los apartamentos.

Tanto el comunicado de la alcaldía como el de Cine Citta no fueron los mejores al momento, ya que no explica la situación de la mejor manera ni son empáticos con los afectados, asimismo lo expuesto en dichos comunicados no coincide con las acciones posteriores y su principal objetivo era silenciar lo más rápido posible, que tal y como explica Fombrum (2003) uno de los principales criterios para tener una buena reputación es que tu comunicación y tu actuación tengan la misma consistencia, todo esto explicado mejor en el capítulo anterior.

Asimismo, con respecto a la permisología de los bomberos, Cheo no supo dar respuesta, ya que esa información era muy opaca y alegando que la misma alcaldía no se podía desentenderse del caso ya que, como se expuso en el capítulo tres, entre

las funciones de la alcaldía se encuentra el permiso de habitabilidad por parte del SEMAT en el caso de Baruta, quienes tienen que velar que el comercio tenga todas las adecuaciones necesarias para abrir y comercializar, mucho más si hablamos de una zona que también es residencial.

Por último, como parte de esta investigación se tenía previsto entrevistar a uno de los dueños de uno de los apartamentos, pero dicha entrevista no sucedió por la negación insistente del habitante, siendo la sobrina del mismo quien comentó “que es un tema que le molesta porque aun no lo han resuelto y no tienen la mínima intención”, por lo que Carvajal estableció la conexión alegando que dicha actitud transmite la situación de lo que hay detrás de la indemnización, lo cual significa que no fue la mejor y no todos los afectados recuperaron sus bienes de alguna manera.

5.1.3. Encuesta aplicada a 101 consumidores de Cine Citta y habitantes del municipio Baruta.

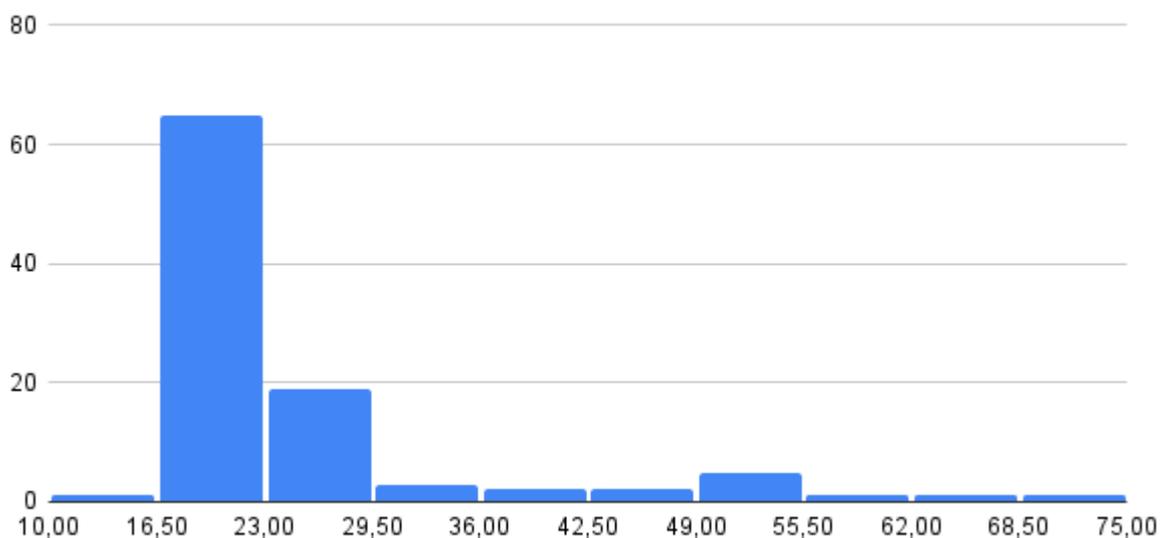


Figura 1. ¿Cuál es su edad?

Para esta encuesta, la edad no era un factor fundamental, sin embargo es prudente saber cuál es el rango de edad de las personas que participaron, se encuentran personas desde los 15 hasta los 74 años de edad, distribuidos de la siguiente manera:

- 15 a 24 años: 78 personas
- 25 a 34 años: 10 personas
- 35 a 44 años: 3 personas
- 45 a 54 años: 6 persona
- 55 a 64 años: 2 personas
- 65 a 74 años: 2 personas

La mayoría de los encuestados son personas jóvenes con alta actividad en redes sociales, principal plataforma utilizada para la divulgación de las noticias relacionadas a la situación de crisis de Cine Citta.

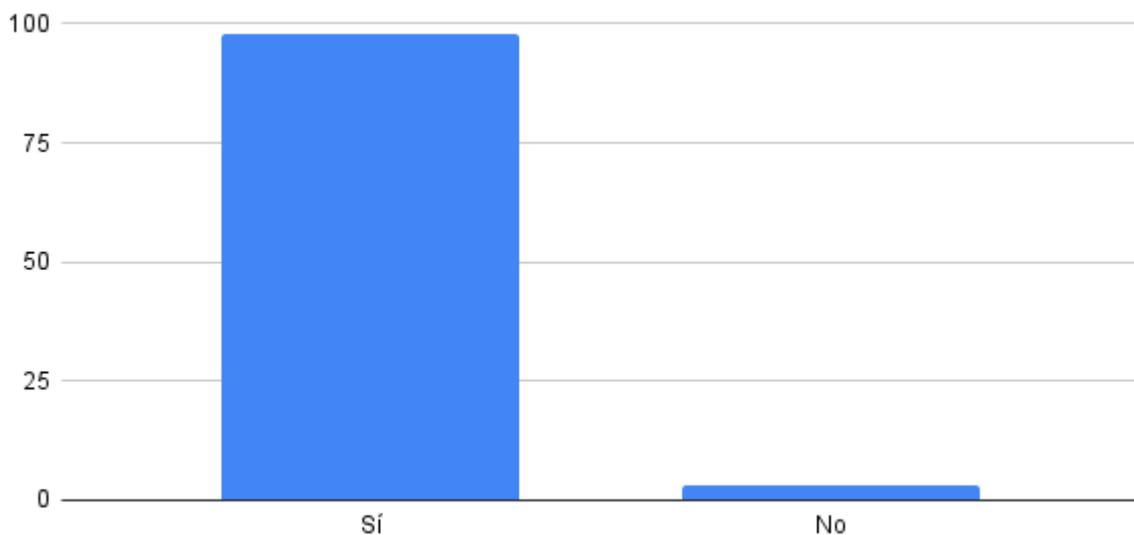


Figura 2. ¿Conoce a la empresa Cine Citta?

De acuerdo con los resultados de esta primera pregunta, solo hay un 3% de la muestra que no conocía a la empresa Cine Citta. Esto evidencia la gran popularidad con la que cuenta la organización dentro del municipio Baruta.

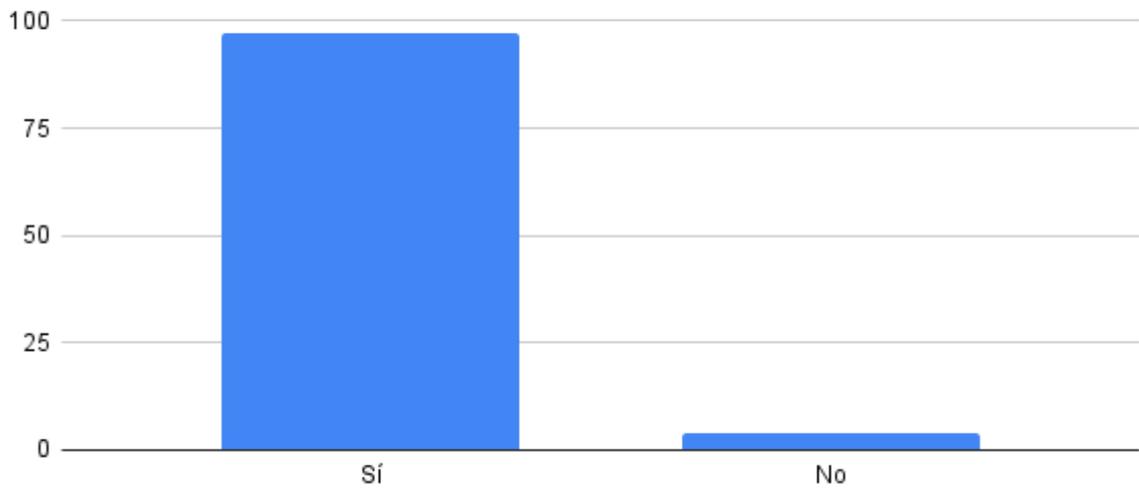


Figura 3. ¿Conoce el incidente que ocurrió en las instalaciones de Cine Citta en enero del 2022?

Un 96% de la muestra se enteró del incendio, esto sustenta el gran impacto en la opinión pública que generó este suceso, mientras que el 4%, representado por 4 personas, no manejaba información relacionada con la crisis.

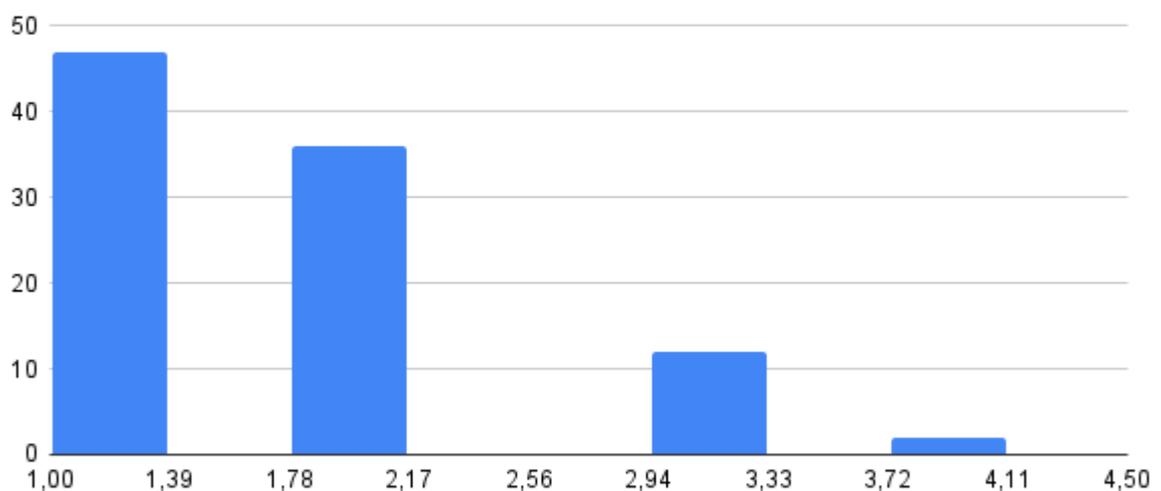


Figura 4. ¿Cómo considera que fue el manejo de la comunicación de parte de Cine Citta?

Esta pregunta obtuvo 97 respuestas, de las cuales el 48,5% de los encuestados confirman que el manejo de la comunicación fue muy mala, el 37,1% consideró que hubo un mal manejo de la misma, solo un 12,4% seleccionó un buen manejo y por último, un 2,1% afirma que llevaron las comunicaciones de la crisis de la mejor forma posible.

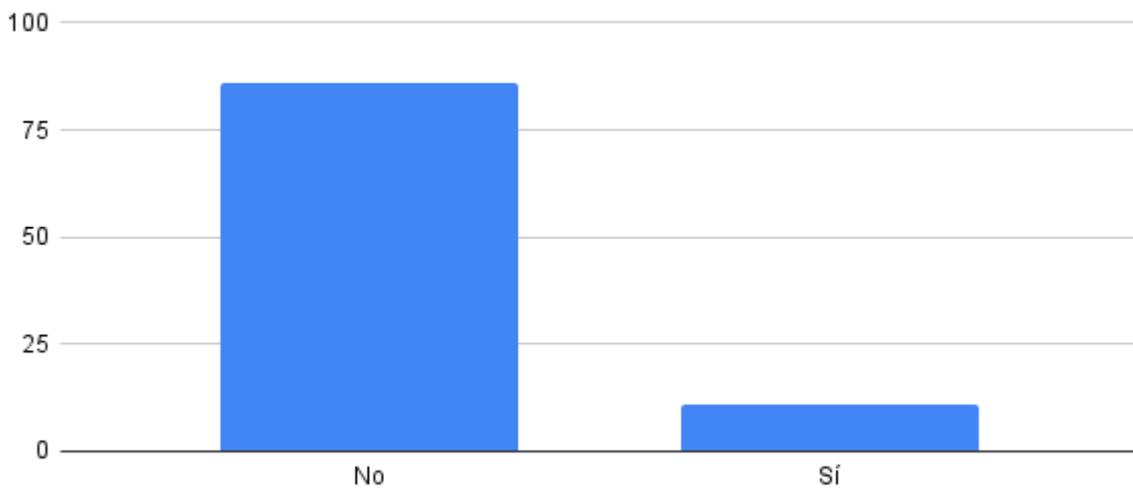
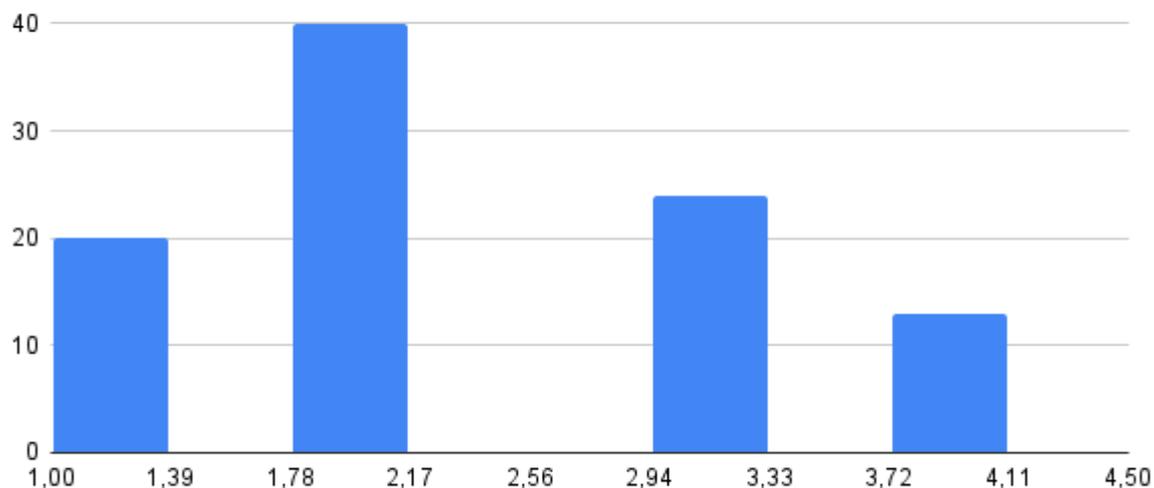


Figura 5. ¿Conoce a algún afectado directo por el incidente?

El 11,3%, que equivale a 11 personas, es la cantidad de gente que conoce a afectados por el incidente. Se intentó contactar directamente a los afectados y la mayoría se negó a hablar por temor a alguna consecuencia.



**Figura 6. ¿Qué tan de acuerdo está con la siguiente afirmación
“La empresa Cine Citta se hizo responsable de los daños causados”**

El 41,2% de las respuestas están en desacuerdo con la afirmación “La empresa Cine Citta se hizo responsable de los daños causados”. El 20,6% se posicionó muy en desacuerdo con la misma oración. Por otro lado, solo un 24,7% y un 13,4% se identificaron con las opciones “de acuerdo” y “muy de acuerdo” respectivamente.

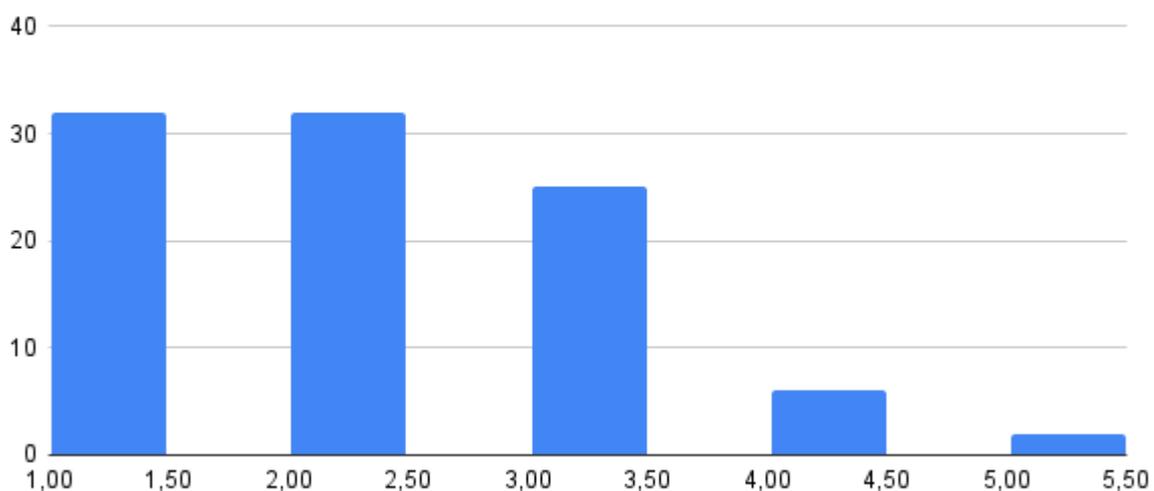


Figura 7. Evalúe las siguientes características de acuerdo a los valores de la empresa Cine Citta, siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto. Transparencia.

A partir de este punto, se buscó calificar tres piezas claves durante la gestión de comunicaciones durante la crisis. En primer lugar, se cuantificó la transparencia; solo 2 personas califican a Cine Citta como una empresa muy transparente, 6 personas más la consideran solo transparente, 25 personas se mantuvieron neutrales, mientras que 64 encuestados la calificaron una transparencia baja y muy baja.

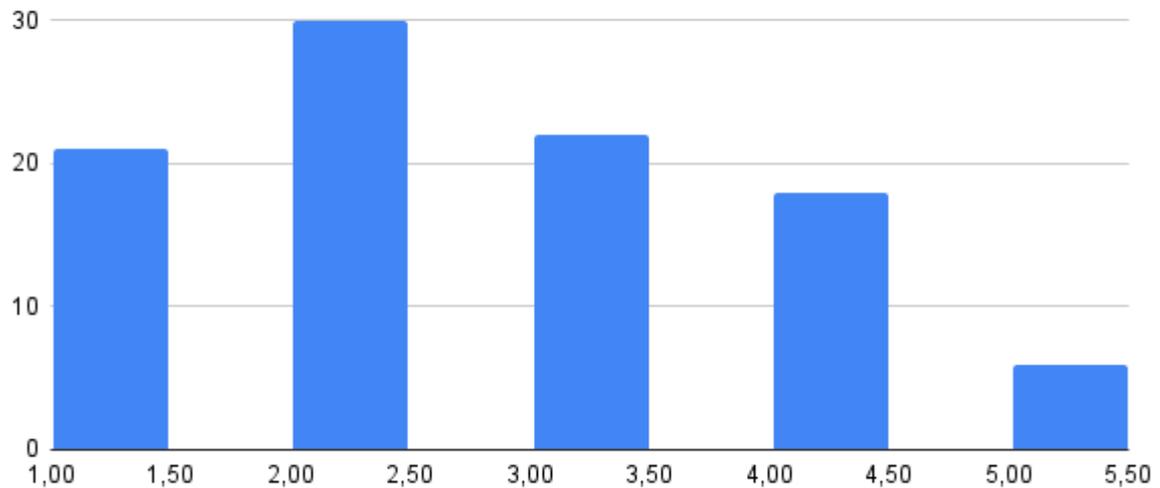


Figura 8. Evalúe las siguientes características de acuerdo a los valores de la empresa Cine Citta, siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto. Orientación al cliente.

En segundo lugar se midió la orientación al cliente y 24 participantes calificaron a la empresa con una buena y muy buena orientación, 22 personas se mantuvieron neutrales y otros 51 individuos calificaron mal y muy mal a esta organización.

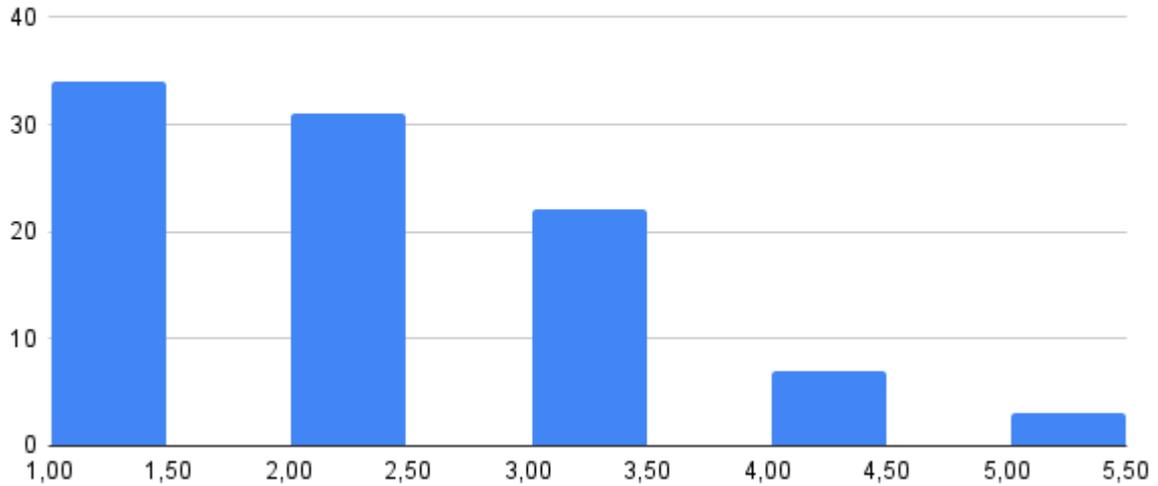


Figura 9. Evalúe las siguientes características de acuerdo a los valores de la empresa Cine Citta, siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto. Responsabilidad social

Por último, se consideró también la responsabilidad social y se encontró que 10 respuestas de la encuesta consideraban a la empresa con buena y muy buena responsabilidad, 22 personas se mantuvieron neutrales y 65 individuos la consideran poco y muy poco responsables en el ámbito social.

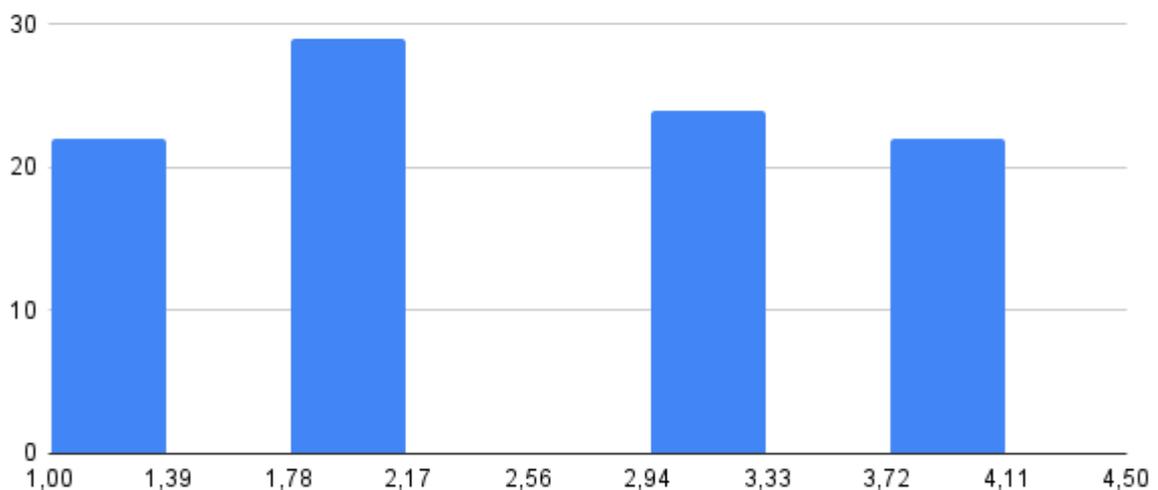


Figura 10. ¿Qué tan de acuerdo está con la siguiente afirmación?

“Mi perspectiva de la marca Cinecitta se mantiene igual después del incidente”

Se encontró con que el 22,7% (22) de los encuestados se sienten muy en desacuerdo con esta afirmación, 29,9% (29) consideran estar en desacuerdo, 24,7% (24) se sienten de acuerdo y por último, 22,7% (22) están en total acuerdo con la misma.

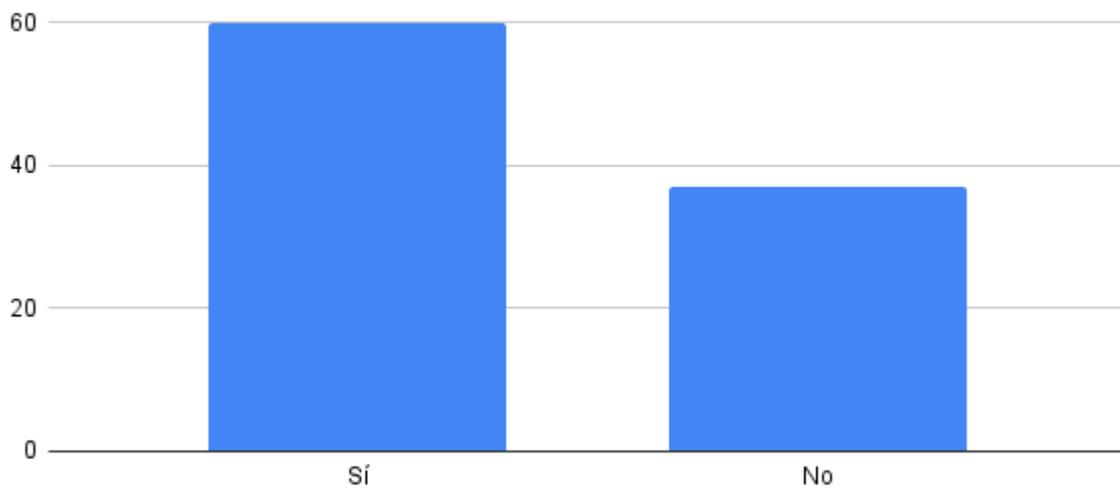


Figura 11. Después de la situación de crisis continua comprando regularmente en Cine Citta

Un 38,1% (37) dejó de comprar regularmente en sus instalaciones, por otro lado hay un 61,9% (60) que sí siguieron comprando con normalidad luego de lo sucedido.

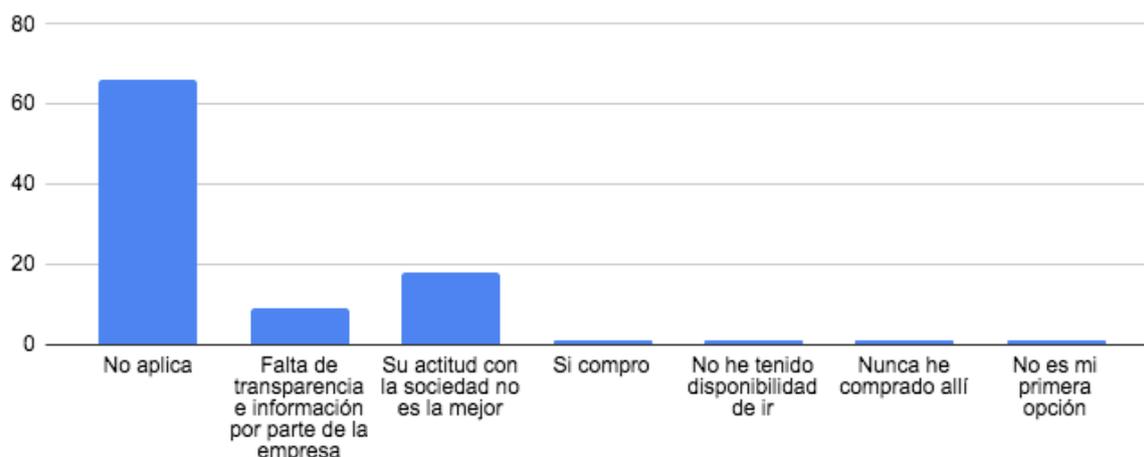


Figura 12. Si ya no compra regularmente en Cine Citta ¿Cuál cree que es el motivo?

Hay un 4% que se divide entre personas que no compran regularmente porque no han tenido tiempo de ir, no en su primera opción, nunca han comprado ahí, un 69% se divide entre gente que si sigue comprando y la opción “no aplica”, solo un 18,6% (18) afirman que dejaron de comprar por su mala actitud con la sociedad.

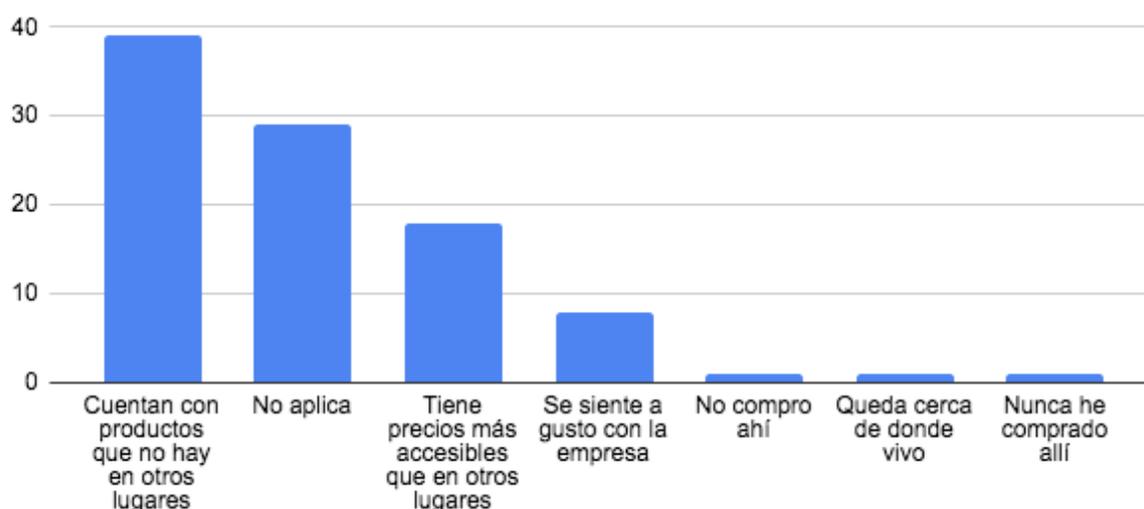


Figura 13. Por el contrario, si sigue comprando regularmente en Cine Citta ¿cuál cree que es el motivo?

Dentro de las personas que siguen comprando regularmente en Cine Citta se encuentran las siguientes opciones: un 40,2% (39) dice que cuentan con productos que no hay en otros lugares, un 29,9% (29) utilizaron la opción “no aplica”, un 18,6% (18) consideran que sus precios son más accesibles que en otros lugares, un 8,2% (8) afirman su comodidad con la compañía, un 1% (1) compra porque el local queda cerca de su casa y por último, un 2% es la sumatoria de personas que nunca han comprado y personas que ya no compran ahí.

5.1.4. Monitoreo de redes sociales y medios de comunicación desde el suceso el 31 de enero de 2022 hasta la actualidad.

FECHA	MEDIO	TITULAR	LINK
02/02/2022	@efcastillo	Ayudemos a Felipe. Perdió su apartamento tras el incendio de #cinecitta, en Bello Monte. Caracas. Si puedes, dona. Compartir y retuitear también funciona.	https://twitter.com/efcastillo/status/148896982944499713 <u>0</u>
03/05/2022	NoticieroDigital	Afectados por incendio de Cine Cittá denuncian que aún no les indemnizan, a 3 meses del hecho	https://www.noticierodigital.com/2022/05/afectados-por-incendio-de-cine-citta-denuncian-que-aun-no-les-indemnizan-a-3-meses-del-hecho/
31/01/2022	@euledezma	Supongo que sí los dueños de Cinecitta no indemnizan a sus vecinos, mínimo, estos podría	https://twitter.com/EuLedezma/status/1488348331025866755

		demandar, ¿no? Literalmente por daños y perjuicios e, imagino que por mucho más.	
31/01/2022	@samsm85	La gente de Cine Citta lanzó este "comunicado" a través de su Instagram. 01 en empatía, demasiado lamentable.	https://twitter.com/ SamSM85/status/1 488322478191652 864
01/03/2022	@KakyRP	Como ya saben, mi hermana y mi sobrino fueron afectados por el incendio de CineCittá en Caracas, ocasionándole quemaduras en el 20% del cuerpo a mi sobrino. Estamos buscando ayuda, recolectando donaciones. Gracias y por favor RT para llegar a más personas.	https://twitter.com/ KakyRP/status/149 877714867662439 4
18/02/2022	Noticiero Digital	Vecino desmiente al alcalde de Baruta: Cine Città no ha indemnizado a 21 de los 24 propietarios del Riverside	https://www.noticier odigital.com/2022/0 2/vecino- desmiente-al- alcalde-de-baruta- cine-citta-no-ha- indemnizado-a-21- de-los-24- propietarios-del- riverside/#18Fen
15/05/2022	@anabel_viga	¡El colmo! ¿Ahora resulta que nosotros los habitantes, arrendatarios y	https://twitter.com/a nabel_viga/status/1 525907653645553 669

		<p>propietarios del edificio Riverside somos extorsionadores? Por querer ejercer nuestros derechos y nos respondan los responsables del siniestro !</p>	
04/06/2022	@VPITV	<p>#ResumenSemana l de #NoticiasVPItv Tras seis meses del incendio en el establecimiento Cine Cittá, que afectó al edificio Riverside, la alcaldía de Baruta ejerce como mediadora. #04Jun</p>	<p>https://twitter.com/VPITV/status/1533090473434292225</p>
05/06/2022	El Nacional	<p>Residentes afectados por el incendio de Cine Citta denuncian incumplimiento de reparación de daños</p>	<p>https://www.elnacional.com/venezuela/residentes-afectados-por-el-incendio-de-cine-citta-denuncian-incumplimiento-de-reparacion-de-danos/</p>
11/05/2022	@Kansitomartinez	<p>Los vecinos de Riverside exigen su intervención en relación al atropello que usted está permitiendo con su silencio lo q lo hace cómplice del atropello que estamos recibiendo por parte de Cine Citta que está haciendo reformas de manera ilegal y no nos indemnizan.</p>	<p>https://twitter.com/Kansitomartinez/status/1524410961406443520</p>
01/05/2022	@forma28	<p>La directiva de</p>	<p>https://twitter.com/f</p>

		<p>Cine Città, pretende engañar a la colectividad para no pagar una justa indemnización a los propietarios del Edificio Riverside. Maquillan los apartamentos que compraron, para demostrar habitabilidad de una estructura que colapso, arrasada por el voraz incendio</p>	<p>orma28/status/1520935912724742145</p>
30/04/2022	@Dollynacci	<p>#cinecitta sigue queriendo lavarle la cara al Edif Riverside, no nos han indemnizado, perdimos nuestros hogares #sosriverside #vecinos #justicia #Baruta</p>	<p>https://twitter.com/Dollynacci/status/1520507032050229249</p>
01/02/2022	eldiario	<p>Incendio en Cine Cittá: la empresa se comprometió a reparar los daños en la infraestructura del edificio afectado</p>	<p>https://eldiario.com/2022/02/01/incendio-cine-citta-empresa-reparar-edificio/</p>
31/01/2022	@Venezolanonews	<p>#NoticiasEV #Viral A través de las redes sociales se conoció sobre una persona que se encuentra atrapada en el incendio del</p>	<p>https://twitter.com/Venezolanonews/status/1488272676724658177</p>

		<p>establecimiento de alimentos "#CineCitta", en la avenida #RioDeJaneiro de #Caracas.</p> <p>Con información de @radiowtc</p> <p>Noticia en desarrollo</p> <p>#EVNews #ULTIMAHORA</p>	
03/02/2022	Crónica Uno	Fueron 32 familias del edificio Riverside las afectadas por el incendio de Cine Citta	https://cronica.uno/fueron-32-familias-del-edificio-riverside-que-resultaron-afectadas-por-incendio-de-cine-citta/
31/01/2022	Efecto Cocuyo	Lo que se sabe del incendio en Cine Citta este #31Ene	https://efectococuyo.com/sucesos/en-fotos-asi-fue-el-incendio-del-cine-citta-de-bello-monte/
01/02/2022	@CronicaUno	#1Feb Afectada del edificio #Riverside asegura al alcalde Darwin González que los responsables del comercio #CineCittá no se han comunicado con los vecinos ni siquiera para darles "una palabra de aliento". Vía @Yohanamarra	https://twitter.com/CronicaUno/status/1488527289482682383

01/02/2022	@cinecittacaracas	COMUNICADO CINE CITTA	https://www.instagram.com/p/CZb_jpAunp2/?igshid=NjFiZTE0ZDQ0ZQ==
01/02/2022	@RodolfoDaloia	COMUNICADO CINE CITTA	https://twitter.com/RodolfoDaloia/status/1488489542890004482
01/02/2022	@alcaldiabaruta @darwingonzalezp	COMUNICADO ALCALDÍA BARUTA	https://twitter.com/CSharoperez/status/1488871425305939971
31/01/2023	El Estímulo	Caso Cine Cittá: ¿qué pasó un año después con los vecinos del edificio Riverside?	https://elestimulo.com/de-interes/2023-01-31/caso-cine-citta-que-paso-un-ano-despues-con-los-vecinos-del-edificio-riverside/

Tabla 12. Matriz de monitoreo de redes sociales y medios digitales

Este monitoreo de redes sociales y medios digitales involucra a tres partes, los afectados por el incendio, la empresa Cine Citta y a la Alcaldía de Baruta (ente responsable del municipio donde ocurrió el incendio). Se presentan comunicados ineficientes que generaron gran descontento en la comunidad afectada, incertidumbre por la falta de información, reclamos luego de algunos meses y de un año por parte de los dueños de los apartamentos quemados en el incidente por falta de indemnización. La empresa se comprometió con las víctimas y la Alcaldía a revertir los daños ocasionados, sin embargo, la opinión pública deja al descubierto que al pasar los meses seguían esperando respuesta de los responsables y del ente mediador (Alcaldía). Esto evidencia un mal manejo de la comunicación, permitiendo a su vez la creación de rumores que distorsionan la historia real y no permite que se pueda conocer cuál fue la solución del problema.

5.1.5. Triangulación de datos

Según Mucchielli (2001), citado por Leiva (2016), la triangulación de datos es “una estrategia de investigación a lo largo de la cual el investigador superpone y combina diversas técnicas de recogida de datos con el fin de compensar el sesgo inherente a cada una de ellas.”

Aspectos	Locales vecinos	Alcaldía de Baruta	Consumidores	Interpretación
La comunicación al momento de la crisis	No hubo comunicación con los vecinos que limitaban con el local que se incendió. Recorrieron el silencio como herramienta, no ofrecieron mayores respuestas de cómo iban a actuar.	Consideran que el comunicado de Cine Citta no fue el ideal al momento de la crisis.	La mayoría de los consumidores consideran que el manejo de la crisis fue mala y muy mala.	La comunicación por parte de Cine Citta al momento de la crisis no fue la adecuada por no decir inexistente.

<p>Responsabilidad ante los daños causados a terceros (indemnizaciones)</p>	<p>Los gastos del concesionario corrieron por su parte, así como los días perdidos que tuvieron que cerrar por el ambiente tóxico. Hay rumores sobre las indemnizaciones hacia los afectados del edificio, no se ha solucionado la situación después de año y medio.</p>	<p>Cine Citta ofreció comprar el metro cuadrado según lo que cuesta en esa zona, sin embargo, muchas familias se negaron a ello. La alcaldía considera resuelta la crisis.</p>	<p>La mayoría está en desacuerdo con que Cine Citta se haya hecho responsable de los daños causados.</p>	<p>La empresa no fue responsable con la indemnización de los afectados manteniéndolos en negociaciones.</p>
<p>Transparencia y rumor</p>	<p>Al momento de la crisis existió mucha zozobra, angustia y falta de información, trataron de que se silenciara lo antes posible y hay distintas</p>	<p>Tomaron la decisión de no comunicar las negociaciones entre la empresa y los afectados ni nada sobre las indemnizaciones.</p>	<p>De 100 personas solo 8 consideran a Cine Citta como una empresa transparente.</p>	<p>La Alcaldía de Baruta y Cine Citta no fueron transparentes al no comunicar lo que estaba sucediendo con los afectados, lo cual generó el rumor y</p>

	versiones de lo que pasó y cuáles fueron sus pasos para solucionarlo.			diferentes versiones de la situación.
Relación con el entorno	Cine Citta no ha cultivado vínculos con la comunidad, consideran inexistente la convivencia entre parte y parte.	Como actor social fue la mediación entre los vecinos afectados y la empresa al momento de la crisis.	Tendencia a señalar que Cine Citta fue poco responsable.	El juicio a Cine Citta como empresa responsable es ambiguo.
Imagen y reputación corporativa	No existe una relación con el entorno, no hay responsabilidad social de ningún tipo por lo que su imagen corporativa se debe a sus precios competitivos y su variedad de productos.	Se mantiene neutral.	Consideran a la empresa con poca transparencia, con poca responsabilidad hacia la sociedad, con un mal manejo de las crisis, pero con mayor variedad de productos que no hay en otros lugares y	Cine Citta no se esfuerza de construir una imagen y reputación corporativa ya que son líderes en el mercado por sus precios y variedad.

			con precios accesibles.	
--	--	--	-------------------------	--

Tabla 13. Matriz de triangulación de datos

Como se puede evidenciar en la tabla hay una concordancia de la información expuesta por los locales vecinos, los consumidores y la Alcaldía de Baruta quienes establecieron su opinión a través de diferentes instrumentos. Todas las muestras confirman que Cine Citta no mantuvo buena comunicación al momento de la crisis, no se hizo responsable del total de las indemnizaciones, no es considerada como una empresa responsable ni transparente, lo que generó rumores ante la situación y por ultimo, no cuentan ni se esfuerzan en mantener una buena reputación corporativa por ser líderes en el mercado gracias a sus precios y su variedad de productos.

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones

Según Hernández, et al. (2014) se dice que “Una vez que se obtienen los resultados de los análisis cuantitativos, cualitativos y mixtos, los investigadores o investigadoras proceden a desarrollar las inferencias, comentarios y conclusiones en la discusión.” (P.577)

Hernández, et al. (2014) también agrega que “...debe haber una elevada congruencia entre las diferentes partes que integran el documento. Por ello, al elaborar el reporte, aunque nos concentremos en la redacción de un apartado, es indispensable tener en mente el resto de las secciones y asegurar que haya vinculación entre éstas.” (p. 345)

Considerando lo mencionado anteriormente, gracias a la aplicación de los instrumentos y los análisis posteriormente realizados, los investigadores se encuentran totalmente capacitados para, a través del aporte de las conclusiones y las recomendaciones, consolidar los datos recolectados en esta investigación.

Cine Citta es un local con una amplia trayectoria en Venezuela, sus inicios se dieron en el Estado Nueva Esparta donde comenzaron como un restaurante durante el año 2003. En el año 2015, esta empresa inauguró otra sede en Caracas, la capital de dicho país; específicamente en las instalaciones del edificio Centro Comercial Polo ubicado en la zona de Colinas de Bello Monte.

Por otro lado, cuentan también dentro de Colinas de Bello Monte una tienda de mascotas llamada Citta Pet; brinda servicios veterinarios, venta de mascotas, alimentos y juguetes para animales también. Por último, los dueños de esta

organización también invirtieron en una sucursal que cumplía las funciones de una tienda mayorista y almacén; todos los comercios ubicados en la misma zona antes mencionada.

En los inicios del pasado año 2022, un incendio consumió las instalaciones de dicha tienda mayorista. Como se mencionó en los Antecedentes del presente trabajo de investigación, el local almacenaba distintos productos inflamables y no contaba con un sistema de extinción lo suficientemente efectivo para controlar las llamas.

Cuando se pregunta cuál fue el motivo de esta crisis, considerando que Fitas (1999) define a esta palabra como un cambio súbito que pone en peligro la imagen de una organización. Se puede concluir que el motivo fue la acumulación de productos inflamables como; gasolina de alto rendimiento, aceites, aerosoles y envoltorios plásticos sin las debidas medidas de seguridad correspondientes.

Se considera que la crisis de Cine Citta, según Fita (1999) tuvo una tipología objetiva, recordando que la tipología de la crisis no es excluyente, se considera también de tipo técnico ya que fue un accidente laboral y también fue un problema netamente endógeno, fue una adversidad interna que logró extenderse hasta el ámbito externo.

Los investigadores afirman que, por su tiempo de duración, llegó a una fase crónica porque se vieron muchas investigaciones de parte de los medios, de parte de los victimarios se vio el inicio de una negociación y de parte de las víctimas se puede decir que se encontraban también negociando la solución de los hechos.

Villafañe, J. (1999) agrega que existen cinco causas distintas que pueden generar situaciones de riesgo y que todas las organizaciones deberían tomarse el tiempo de definir las y entenderlas a la perfección.

Se confirma que dentro las causas de esta crisis se pueden encontrar un fallo funcional grave porque existió una falta de mantenimiento y supervisión a elementos mecánicos, en este caso, el montacargas de la tienda mayorista es el causante del inicio del fuego.

Por otro lado, fue un evento que produjo una alarma social dentro de los habitantes del municipio Baruta, principalmente a los vecinos de Bello Monte, esto considera también que se encuentra clasificada como una catástrofe. Para Cine Citta también existió una amenaza económica-financiera, en primer lugar por la pérdida de su sede mayorista y su almacén, en segundo lugar por el dinero que se debió invertir para revertir los daños ocasionados.

La crisis de honorabilidad, explicada igualmente por Villafañe (1999), se explicará en los siguientes párrafos, los investigadores consideran pertinente mencionarla porque los resultados arrojados por los instrumentos utilizados confirman que existió un grave deterioro de su imagen y reputación.

Al estar ubicados al lado de un edificio residencial, debió tomarse con mucha seriedad e importancia este asunto; no fue el caso y el incendio se extendió hasta los apartamentos, precisamente esto fue lo que aumentó la intensidad de esta situación de crisis.

Más allá de una situación de crisis, lo que más compromete la imagen de una empresa es el manejo del conflicto. Eslava, J. Y Parra N. (2010) identifican distintos métodos para el manejo del conflicto entre los cuales se encuentran; el estilo evasivo que es utilizado para problemas de interés menor, de otra forma la evasión puede empeorar mucho más la situación y también comentan de la existencia de un estilo impositivo, este estilo crea una gran posibilidad de deterioro de las relaciones entre las partes.

Revisando los resultados de los análisis realizados, los investigadores pueden concluir que estos son los dos métodos de manejo de conflicto más frecuentes dentro de dicha crisis. La primera, la comunicación de parte de Cine Citta fue muy evasiva, no comentaron nada con respecto a los daños causados a terceros, sólo informaron que su sede principal -ubicada en el Centro Comercial Polo- se encontraba bien y seguía abierta al público. Luego de la presión generada en redes sociales por la falta de empatía del comunicado, realizan un segundo contacto más sensible con la comunidad y los afectados.

Durante los siguientes días, la opinión pública comenzó a notar que cada vez la empresa comunicaba menos, gracias a esta decisión, la alcaldía se vio obligada a compartir un comunicado donde se expresaba que el local estaba en negociaciones con las víctimas y que sí se haría responsable de los daños.

Los investigadores lograron concluir también que, según la teoría investigada, fue un grave error de parte de la empresa dejar de comunicar. Peterson y Gist (1951) consideran que el rumor es un esfuerzo colectivo para interpretar una problemática. Esto fue exactamente lo que generó el silencio o evasión que comenzó a mantener la compañía porque la comunidad estaba sumergida dentro de mucha incertidumbre por la falta de información con respecto a cómo se resolvería el caso.

Asimismo, tomando en cuenta lo expuesto en las bases teóricas de esta investigación Fombrum, citado por Cruz (2004) comenta que los criterios para tener una buena reputación son contar con la percepción de consistencia entre las acciones y la comunicación, un enfoque en la integridad y autenticidad en la comunicación entre la empresa y los grupos de interés y la transparencia como requisito para una efectiva actuación social y financiera que fomente las relaciones de los grupos ya

mencionados. Los investigadores concluyeron a partir de esta teoría y el análisis de los resultados de las entrevistas y encuestas que Cine Citta no cumplió con ninguna de las características señaladas por lo que no cuentan con una buena reputación corporativa.

Cuando se intentó definir el impacto de esta situación para la imagen corporativa de la empresa, los investigadores lograron recolectar información compleja. Se concluye que, para responder esta pregunta hay muchos factores que considerar.

- La situación política y económica de Venezuela juega un papel importante porque el impacto fue considerablemente negativo, sin embargo, los estudios realizados también confirman que gran parte de los consumidores siguen visitando regularmente a la sede principal de la empresa por su competitividad de precios en el mercado venezolano. Las personas alegan que estuvo muy mal manejada la situación y que las soluciones no fueron justas, pero de todas formas seguirán comprando porque se consiguen productos más económicos que en su competencia.
- Las sanciones jurídicas y penales no se pueden considerar justas, en este país, la situación política es bastante compleja, se sabe que a la hora de sancionar o penalizar a una empresa, se considera la posición política y la relación que pueda existir de parte de los dueños con personas pertenecientes al gabinete presidencial. Los investigadores también agregan que no se logró saber con exactitud de donde provinieron los permisos comerciales y habitacionales de la organización sin ningún tipo de examen a las instalaciones del local.

Los investigadores hicieron lo posible por escuchar a las víctimas, sin embargo, las mismas decidieron mantener silencio alegando que es un tema muy delicado que todavía no se ha terminado de resolver ni existe la intención de hacerlo por parte de la empresa. Esto demuestra que la relación entre Cine Citta y las víctimas no es buena y por otro lado, se demuestra que la resolución del problema no se llevó de la mejor ni de la más justa forma. Este temor a hablar de parte de los vecinos se relaciona con la influencia política que tienen los propietarios del local.

Por último, de acuerdo con la opinión de uno de los entrevistados, los investigadores concluyeron que la empresa se impone en la comunidad de Colinas de Bello Monte actuando de manera deliberada. Cine Citta no se vio afectada gravemente por la opinión pública, a pesar de ya no contar con una buena reputación corporativa, ya que como se mencionó anteriormente sus ventas no se vieron perturbadas.

6.2. Recomendaciones

Cabe acotar nuevamente que los resultados obtenidos en la encuesta realizada, los cuales determinaron que la imagen y reputación corporativa de Cine Citta sufrió un declive por no asumir de forma transparente ni adecuada la responsabilidad de los daños causados a la comunidad por el incendio, ni comunicar adecuadamente lo que estaba sucediendo, pero que aún así la mayor parte de esta misma muestra respondió que continúa consumiendo en dicho bodegón. Esto demuestra la capacidad de posicionamiento que tiene en el mercado y como esto logró estar por encima de la reputación corporativa y la opinión pública en Venezuela. A partir de esto es importante mencionar que si alguna otra empresa llega a cometer las mismas

acciones comunicacionales en una situación de crisis que Cine Citta no significa que los resultados de consumo sean iguales, estos tienden a disminuir.

Asimismo, a partir de lo expuesto en el presente trabajo de investigación y tomando en cuenta las conclusiones descritas en el punto anterior, se recogen algunas recomendaciones que pueden ser de interés y utilidad para todo tipo de empresas al momento de una crisis.

- Utilizar los medios de comunicación externos adecuados para comunicar asertivamente y ser empático con el entorno, especialmente con los grupos de interés de la empresa (redes sociales, ruedas de prensa, etc).
- No sobrepasar las primeras 24 horas luego de comenzada la crisis para lanzar el comunicado pertinente.
- Mantener informada a la comunidad para generar una sensación de honestidad y transparencia.
- Mantener una actitud proactiva para solucionar de la mejor manera la situación, más aún cuando es una catástrofe y existen daños materiales y no materiales para la comunidad. Esto requiere una actitud de responsabilidad social por parte de la empresa para hacerse cargo de las consecuencias e indemnizar a los afectados en la manera que ellos lo están solicitando.
- Ser lo más claro y conciso posible, evitar olvidar detalles que puedan pasar por debajo de la mesa.
- Asignar un vocero bien preparado y que sepa manejar la presión para que pueda salir a los medios y hablar en nombre de la empresa.

De la misma manera se recomienda utilizar este trabajo como base para una investigación de mercadeo para el análisis de caso y conocer el límite entre la caída

de la reputación e imagen de una empresa y cuando esto afecta el número de ventas de la misma.

Por otro lado, una ampliación del trabajo, con una entrevista a uno de los afectados residentes del edificio y a un trabajador de alto mando en la empresa, preferiblemente en el ámbito comunicacional o directiva, ofrecería más precisión al análisis del manejo de la crisis.

También se recomienda una investigación al departamento de comunicaciones o a la empresa en general internamente para poder analizar el por qué de sus acciones y de la misma manera estructurar un manual de gerencia de crisis para Cine Citta.

Por último, el presente proyecto funciona como base para estudiar la importancia y la influencia que tiene el poder económico y político de una empresa en Venezuela a través de las conexiones que tienen con entes del gobierno y cómo esto afecta en la comunidad donde se encuentra. Tomando en cuenta que, como se mencionó en el planteamiento del problema, el país está pasando por una crisis socioeconómica y política en donde los venezolanos no cumplen las normas y hacen lo necesario para subsistir.

Dados los antecedentes del tema y conociendo la importancia política que conlleva el presente trabajo de investigación, los investigadores consideran oportuno señalar que todo lo expuesto anteriormente va más allá de los intereses personales y políticos que estos pudiesen tener.

REFERENCIAS

Alcaldía Baruta (s.f.). *Alcaldía*. Recuperado de: <https://alcaldiabaruta.gob.ve/alcaldia/>

Alcaldía Baruta (s.f.). *Ingeniería Municipal*. Recuperado de: <https://alcaldiabaruta.gob.ve/tramites/ingenieria-municipal/>

Alcaldía Baruta (s.f.). *SEMAT*. Recuperado de: <https://alcaldiabaruta.gob.ve/superintendencias/semat/>

Brenes, M. (2009). *Responsabilidad social y diversidad de la comunidad*. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4128712.pdf>

Cajiga, F. (s.f.). *El concepto de Responsabilidad Social Empresarial*. Recuperado de: https://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf

Caldevilla, D. (2009, mayo). *Comunicar en situaciones de crisis*. Recuperado de: [https://www.researchgate.net/publication/290252800 Comunicar en situaciones de crisis](https://www.researchgate.net/publication/290252800_Comunicar_en_situaciones_de_crisis)

Casas, V.; Igualcel, V. y Scalabroni, G. (s.f.). *La imagen de empresa como proceso de interpretación acumulativa*. Recuperado de: https://rrppfu.files.wordpress.com/2012/08/modulo-1_relaciones-pc3bablicas-empresariales.pdf

Caracas Press Club (2021, enero 12). *Cine Cittá: de un pasado fantástico en Margarita al singular presente en Caracas*. Recuperado de: <https://caracaspressclub.com/2021/01/12/el-pitazo-cine-citta-de-un-pasado-fantastico-en-margarita-al-singular-presente-en-caracas/>

Carballo, M. y Guelmes, E. (2016). Algunas consideraciones acerca de las variables en las investigaciones que se desarrollan en educación. Recuperado de: <https://filadd.com/doc/carballo-2016-variables-pdf-metodos-de-la>

- Castillo, A. (2010). *Introducción a las relaciones públicas*. Recuperado de: https://www.uma.es/media/files/libropr_1.pdf
- Cruz, J. (2004, septiembre). “*La crisis y su influencia en las estrategias de comunicación organizacional*” [Tesis doctoral]. Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona. Recuperado de: <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/4120/jcs1de1.pdf>
- El Estímulo (2023, enero 31). *Caso Cine Cittá: ¿qué pasó un año después con los vecinos del edificio Riverside?*. Recuperado de: <https://elestimulo.com/de-interes/2023-01-31/caso-cine-citta-que-paso-un-ano-despues-con-los-vecinos-del-edificio-riverside/>
- Enrique, A. (2007, septiembre). *La comunicación empresarial en situación de crisis. Estudio de caso: La crisis de Fontaneda* [Tesis doctoral]. Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona. Recuperado de: <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/4142/aej1de1.pdf>
- Equipo editorial, Etecé (2020, 25 de septiembre). *Comunidad*. Recuperado de: <https://concepto.de/comunidad/>
- Eslava, J. y Parra, N. (2010). *La alta gerencia y el manejo del conflicto*. Recuperado de: <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/3720/EslavaBuenoJesusMartin2010.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Ferruz, S. (2018, mayo 28). *Reputación corporativa. Estudio del concepto y las metodologías para su medición : propuesta de un concepto y metodología de consenso* [Tesis doctoral]. Universidad Complutense de Madrid, Madrid. Recuperado de: <https://eprints.ucm.es/id/eprint/47772/1/T39956.pdf>

- Fita, J. (1999). *Comunicación en crisis [Resumen]*. Recuperado de: <https://www.studocu.com/es-ar/document/universidad-de-ciencias-empresariales-y-sociales/auditoria-de-comunicacion/resumen-texto-jaume-fita-trias/13103303>
- González-Masip, J. (2018, febrero). *Los Grupos de Interés y su importancia en la propuesta de valor de las empresas*. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/324413057_Los_Grupos_de_Interes_y_su_importancia_en_la_propuesta_de_valor_de_las_empresas
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P.(2010). *Metodología de la investigación (5ta ed.)*. México: McGraw Hill. [Archivo PDF] <https://www.icmujeres.gob.mx/wp-content/uploads/2020/05/Sampieri.Met.Inv.pdf>
- Leiva, D. (2016, agosto). *La triangulación: algunos conceptos en el contexto de la Investigación Cualitativa*. Recuperado de: <https://notasdecampo.cl/la-triangulacion-algunos-conceptos-en-el-contexto-de-la-investigacion-cualitativa/#.VdH2Jigz1Yk>
- Manrique, G. (s.f.). *El rol de los voceros corporativos*. Recuperado de: <https://www.creacomunicaciones.com/el-rol-de-los-voceros-corporativos/>
- Mínguez, N. (2016). *Un marco conceptual para la imagen corporativa*. Recuperado de: <https://ojs.ehu.eus/index.php/Zer/article/view/17426>
- Notas de campo (2016, agosto 19). *La triangulación: algunos conceptos en el contexto de la Investigación Cualitativa*. Recuperado de: [https://notasdecampo.cl/la-triangulacion-algunos-conceptos-en-el-contexto-de-la-investigacion-cualitativa/#:~:text=Seg%C3%BAn%20\(Mucchielli%2C%202001\)%2C,a%20cada%20una%20de%20ellas.](https://notasdecampo.cl/la-triangulacion-algunos-conceptos-en-el-contexto-de-la-investigacion-cualitativa/#:~:text=Seg%C3%BAn%20(Mucchielli%2C%202001)%2C,a%20cada%20una%20de%20ellas.)

- Ontivaros, Y. (2019, septiembre 18). *Actores sociales y su poder de transformación del entorno*. Recuperado de: <https://prezi.com/p/lzpxkvlavmfv/actores-sociales-y-su-poder-de-transformacion-del-entorno/#:~:text=Los%20actores%20sociales%2C%20en%20este,tienen%20significado%20y%20portan%20valores.>
- Parella, S. y Martins, F. (2008). *Metodología de la Investigación Cuantitativa* (2ª Edición). Caracas: FEDUPEL. Recuperado de: <http://investigacionmetodologicaderojas.blogspot.com/2017/09/poblacion-y-muestra.html>
- Paniagua, F. (2013, febrero 2). *Comunicación en situaciones de crisis*. Recuperado de: <https://francispaniaguacyp.wordpress.com/2013/02/02/comunicacion-en-situaciones-de-crisis/>
- Peña, V. (2019, noviembre 26). *Líneas de investigación del trabajo final de concentración*. Recuperado de: <https://comunicacion.ucab.edu.ve/blog/lineas-de-investigacion-del-trabajo-final-de-concentracion/>
- Quiroz, J. (2022, septiembre). *Comunicación organizacional externa*. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/363661302_Comunicacion_organizacion_externa
- Real Academia Española (s. f.). indemnización | Diccionario panhispánico del español jurídico. «Diccionario de la lengua española» - Edición del Tricentenario. <https://dpej.rae.es/lema/indemnizaci%C3%B3n>
- Real Academia Española (s.f.) gestionar. Recuperado de: <https://dpej.rae.es/lema/indemnizaci%C3%B3n#:~:text=1.,raz%C3%B3n%20ajena%20a%20su%20voluntad.>

Salazar, P. (2010). *Caracterización de rumores organizacionales a partir de la postura de los jefes de área de la Central Hidroeléctrica de Caldas S.A. E.S.P.*

Recuperado de:

<https://bibliotecadigital.usb.edu.co/server/api/core/bitstreams/840e78fd-f123-4832-9f61-912891dd6e7b/content>

Scielo (2016, febrero). *Algunas consideraciones acerca de las variables en las investigaciones que se desarrollan en educación.* Recuperado de:

http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202016000100021#:~:text=Seg%C3%BAn%20Grau%20et%20al.,es%20susceptible%20de%20ser%20medida.

Sucre, R (2022, febrero 16). *Cine Cittá: de la indignación a la comprensión y hacer política.* Recuperado de:

<https://elcooperante.com/cine-citta-de-la-indignacion-a-la-comprension-y-hacer-politica/>

Tamayo y Tamayo, M. (2006). *Técnicas de Investigación.* (2ª Edición). México: Editorial Mc Graw Hill.

Tejero, J. (2021). *Técnicas de investigación cualitativa en los ámbitos sanitario y sociosanitario.* Recuperado de:

<https://ruidera.uclm.es/xmlui/bitstream/handle/10578/28529/04%20TECNICAS-INVESTIGACION-WEB-4.pdf?sequence=1&isAllowed=y#:~:text=La%20entrevista%20es%20un%20instrumento,y%20no%20estructuradas%20o%20libres.>

Universidad Internacional de Valencia (2023, abril 19). *¿Qué es un mediador y qué condiciones requieres para serlo?* Recuperado de:

<https://www.universidadviu.com/es/actualidad/nuestros-expertos/que-es-un-mediador-y-que-condiciones-requieres-para-serlo>

Vásquez, J. J. (2020, mayo 11). *Organización empresarial: definiciones y sistemas de diseño*. Recuperado de: <https://www.gestiopolis.com/definiciones-organizacion-empresarial/>

Yanez, M. (2014). *Rumor, Necesidad de Seguridad y Motivación del Empleado de un Laboratorio Farmacéutico según Maslow*. Recuperado de: http://w2.ucab.edu.ve/tl_files/escuela_ciencias_sociales/Trabajo%20de%20Grado/Marialiseth%20Yanez%20Rojas.pdf

<https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

ANEXOS

Instrumento de recolección de datos - Encuestas

Va dirigida a consumidores activos de la empresa y a conocedores del suceso de crisis que ocurrió en las instalaciones de Cine Citta en enero del 2022

1. ¿Cuál es tu edad?

2. ¿Conoce a la empresa Cine Citta?

- Si
- No

3. ¿Conoce el incidente que ocurrió en las instalaciones de Cine Citta el pasado enero del año 2022?

- Si
- No

4. ¿Cómo considera que fue el manejo de la comunicación de parte de Cine Citta?

- Muy deficiente
- Deficiente
- Eficiente
- Muy eficiente

5. ¿Conoce a algún afectado directo por el incidente?

- Si
- No

6. ¿Qué tan de acuerdo está con la siguiente afirmación?

“La empresa Cine Citta se hizo responsable de los daños causados”

- Muy en desacuerdo
- En desacuerdo
- De acuerdo
- Muy de acuerdo

7. Evalúe las siguientes características de acuerdo a los valores de la empresa

Cine Citta

Transparencia

1

2

3

4

5

Orientación al cliente

1

2

3

4

5

Responsabilidad Social

1

2

3

4

8. ¿Qué tan de acuerdo está con la siguiente afirmación?

“Mi perspectiva de la marca Cine Citta se mantiene igual después del incidente”

- Muy en desacuerdo
- En desacuerdo
- De acuerdo
- Muy de acuerdo

9. ¿Después de la situación de crisis, continúa comprando regularmente en Cine Citta?

- Si
- No

10. Si ya no compra regularmente en Cine Citta ¿Cuál cree que es el motivo?

- Falta de transparencia e información por parte de Cine Citta
- Su actitud con la sociedad no es la mejor
- No aplica
- Otra

11. Por el contrario, si sigue comprando regularmente en Cine Citta ¿cuál cree que es el motivo?

- Tiene precios más accesibles que en otros lugares
- Cuentan con productos que no hay en otros lugares
- Se siente a gusto con la empresa
- No aplica
- Otra

Instrumento de recolección de datos - Entrevistas

Dirigida a la Alcaldía de Baruta

1. ¿Estaban al tanto del combustible que almacenaba Cine Citta en su sede mayorista?
2. ¿Cuál fue el primer paso para atacar el incendio por parte de ustedes y de Cine Citta?
3. ¿La empresa se comunicó directamente con ustedes para solucionar el problema que se presentaba?
4. ¿Cine Citta se hizo cargo de los daños causados por el incendio?
5. Hoy en día ¿cuál es el estatus de los daños causados?

Dirigida a los dueños de los apartamentos en el edificio que se incendió

1. ¿De qué forma Cine Citta se hizo responsable de su caso?
2. ¿Cómo fue la comunicación de la empresa hacia usted como afectado?
3. Durante el incendio, ¿qué procedimiento se llevó a cabo?
4. ¿Considera que a Cine Citta le preocupa el bienestar de los afectados?
5. Hoy en día ¿cuál es el estatus de su caso?

Dirigida a vecinos de Colinas de Bello Monte, específicamente a locales

1. ¿Cómo es la convivencia entre Cine Citta y su entorno?
2. ¿Que sucedió en la zona al momento del incendio? ¿Se vieron afectados?
3. ¿Cómo considera que Cine Citta actuó hacia los afectados?
4. ¿Cómo considera que fueron las comunicaciones de Cine Citta al momento del incendio?

Carta de validación de los instrumentos de investigación



CARTA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

Por medio de la presente comunicación, yo RAFAEL JOSE BOCARANDA LEON, cédula de identidad N° V-6.816.937, hago constar que he revisado y validado los instrumentos del Trabajo Final de Concentración Corporativa, titulado: *Análisis del manejo de la gerencia de crisis y cómo esto influye en su imagen corporativa caso Cine Citta* con fecha, 13 de junio de 2023, y el cual fuera realizado por los bachilleres Iwin Javier Graü Cruz C.I. 28.101.537 y Andrea Valentina Muñoz Badillo, C.I. 28.314.617 como requisito establecido por la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello.

Nombre RAFAEL BOCARANDA

Firma JLB/1-1.

Entrevista a Luis Omaña, Director de Comunicaciones de la Alcaldía de Baruta

¿Estaban al tanto del combustible que almacenaba Cine Citta en su sede mayorista?

Mira, los permisos del combustible los dan los bomberos y los bomberos corresponden a la gobernación de Miranda, entonces eso no corresponde a la alcaldía, esa permisología se la da la gobernación, eso es importante porque cuando sucedió eso pues mucha gente mencionaba o apuntaba a la alcaldía.

Sin embargo, la alcaldía solamente da la permisología a nivel tributario, es decir, de comercio y a nivel de expedido del cuerpo, solamente se ubica en eso ahora la permisología de riesgo la da obviamente los bomberos porque son los que saben las salidas de emergencia, la ventilación, el tema de los elementos que tienen adentro, que en este caso son gases que pueden ser peligrosos y que efectivamente lo fueron, pero eso corresponde a la Gobernación de Miranda, eso no tiene nada que ver con la alcaldía y desde el primer día siempre hemos sido claro con ello, lo que pasa es que bueno, a veces hay un tema de información que la gente no maneja y que culpas al más cercano o en la realidad que vivimos en el país hoy en día culpas a la intención que tienes más cercana y que pues criticar que es la alcaldía porque bueno es una alcaldía opositora y todos sabemos cómo es la dinámica del gobierno que tu no le puedes reclamar porque puedes ir preso porque lamentablemente no responden en verdad a las necesidades de la gente, entonces eso es importante aclararlo.

¿Cuál fue el primer paso al momento del incendio por parte de la Alcaldía de Baruta y Cine Citta en el ámbito comunicacional?

Bueno, lo primero que hicimos, al alcalde yo lo llamo y fuimos al lugar. Las llamas eran muy fuertes. Estaban todos los bomberos tanto de Miranda como de Caracas o sea, había un cuerpo desplegado junto con protección civil y la policía para atacar el incendio porque era de grandes magnitudes de hecho en primera instancia estaban tratando de evacuar a todas las personas que estaban dentro del edificio, a la par se mandó una comisión para hablar con el local con el dueño del local para ver lo que estaba pasando e inmediatamente ponerlos en contacto con las autoridades y comenzar con las investigaciones que terminaron después en lo que terminaron.

La Alcaldía en su comunicado bueno dejó claro lo que estaba sucediendo, lo que estaba pasando y nada, o sea, estábamos prestos para todas las investigaciones, buscamos los documentos obviamente de Cine Citta, enseguida con el Semat de cuando se hicieron los permisos que tenían ellos y ahí es donde estaba el tema de los bomberos que dio la gobernación de Miranda que ahí la Alcaldía no puede hacer más, o sea si tú me traes los papeles y tienes las permisologías que se te pide para abrir un local, en este caso es el permiso de los bomberos yo les tengo que dar la licencia si tu cumples con todos los papeles. Es como que yo te niegue a ti el título simplemente porque, si tu pasaste todas tus notas y tienes el servicio comunitario yo te voy a entregar el título, no puedo hacer lo contrario.

La empresa se comunicó directamente con ustedes para solucionar el problema por ser un problema dentro del municipio...

No, nosotros servimos de mediador entre los afectados de la vivienda del edificio y el local, de hecho estaban las personas afectadas y el Cuerpo de Abogados del local en la cual bueno se llegó a un acuerdo a pesar de que no es competencia se dio

un acuerdo donde el local se iba a hacer responsable de todos los gastos de las familias incluso algunas le vendieron sus partes al local, tengo entendido que hay varios que vendieron el apartamento al local y se fueron a otros lados, pues porque a lo mejor era muy costoso para ellos reparar otra vez toda la estructura y bueno tienes experiencia traumática de eso.

No sabemos si el edificio todavía es habitable, porque creo que vimos el otro día alguien adentro y queríamos saber si ya se podía habitar en él

Pues sí, tengo entendido que sí, de hecho, cuando pasas por ahí, hay gente que está viviendo y ves otras parcelas, de hecho, hace como una semana pasé por ahí y tú lo ves y dices que ahí no paso nada.

Si por fuera se ve, pero por lo menos nosotros estuvimos allá, no llegamos a entrar al edificio, pero uno se para de ladito y todavía se ven algunos apartamentos que no se les ha metido muchas reparaciones. Capaz son los que vendieron.

Bueno, la alcaldía ahí sirvió sobre todo como mediador claro, pero eso a nivel de comunicaciones, no se comunicó, no se comunicó por el siguiente tema de que era un tema delicado, las familias pedían que no se divulgara y bueno había una presión por parte de los medios de comunicación por saber qué estaba pasando con esto pero al final nosotros asumimos el costo de bueno no decimos esto, estamos mediando y listo de hecho los medios querían entrevistar a los familiares y los familiares no les daban entrevistas entonces qué hicieron los medios: bueno, es que la alcaldía no me

quiere dar respuesta, pero es que si los familiares no te quieren dar respuestas nosotros como alcaldía no vamos a responder por ellos.

Por último, queríamos saber si la alcaldía sabía cuál era el status hoy de toda la crisis

No, yo tengo entendido que ya está resuelta, se llegó a un acuerdo por las partes tanto del local como con la familia y ya han pasado un año y medio y hasta ahora yo no, el estímulo por lo menos que escribí más, era uno por ese tema yo, mira yo la información que manejo es que ya está resuelto que las familias terminaron casi que todos vendiendo sus apartamentos y el local se hizo responsable de todo ello pues porque bueno, creo que al final al local no les convenía por más que sea esa crisis comunicacional porque la crisis sobre todo era ellos, si comparan el comunicado de la alcaldía con el de Cine Citta, yo creo que el de nosotros fue muy responsable, se nota que habían comunicadores detrás de ello y el de Cine Citta, bueno en su momento no fue el ideal, pero ellos al final con acciones repararon lo que en comunicaciones no pudieron arreglar.

Si bueno, como comunicadores y todo este tema de gestión de crisis sabemos que las primeras 24 horas son cruciales y lo primero que sacaron ellos fue "se quemó nuestra sede mayorista, nuestra sede principal sigue 100% operativa". Sabemos que hay personas que por ejemplo no saben o sea por la desinformación y si culpan a la alcaldía de ciertas, sí.

Bueno, lo primero que siempre te pregunta es el tema de cómo dieron los permisos y cuando tu les respondes que pertenecen a los bomberos y que los bomberos están

en la Gobernación pues entonces, sabes buscan otra manera. Bueno, es que no intermediaron para... totalmente, o sea la alcaldía hizo un trabajo que no tenía que hacer porque al final la alcaldía puede decir mira nosotros ponemos a la orden a Cine Citta y ya, pero nosotros intermediamos para que los familiares tuvieran la respuesta de Cine Citta y los abogados pudieran hablar con ellos.

Ojo el local si se prestó abiertamente para colaborar, nunca se negaron, yo creo que ellos sabían la responsabilidad que tenían y de hacer lo contrario iban a terminar muy mal a nivel de peso jurídico. Bueno, espero que les sirva.

Entrevista a Cheo Carvajal, comunicador social, fundador de Ciudad Laboratorio

La primera pregunta es más que todo saber cómo era la convivencia o cómo es la convivencia entre Cine Citta y la comunidad de Bello Monte, sus alrededores.

Bueno yo te voy a dar mi percepción personal porque para hablar en nombre de toda la comunidad es como sería una irresponsabilidad claramente, mi percepción es que es como hay una relación en vivo de una gente como que ama a Cine Citta porque pareciera como que revitaliza una cantidad de cosas o espacios digamos vinculados con su actividad comercial, pero por otro lado es como la sensación de que Cine Citta está tomando Colinas de Bello Monte en cierta forma, no? Y con una con un estilo poco respetuoso de digamos de lo que hay alrededor de los que le rodean empezando por lo primero que ellos hicieron después de tomar ese espacio ellos construyeron ese cubo rosado en el espacio común del Centro Polo, me imagino que lo tienen claro, ¿no? sí sí.

Ese cubo tuvo cuando empezaron a construirlo una gran calcomanía de la Alcaldía de Baruta en ese entonces estaba Gerardo Blyde de alcalde diciendo que esa era una construcción ilegal y que estaba paralizada la construcción, bueno sencillamente quitaron la calcomanía y siguieron la construcción lo que hay es una demostración de un ejercicio de poder de decir bueno, yo aquí hago lo que me da la gana, porque evidentemente tenía apoyos de otro tipo que no podía neutralizar la propia alcaldía siendo la que debe supervisar permisar ese tipo de trabajos, es como el inicio de su aparición culinaria por esta irrupción así como violenta de imponerse en el espacio por encima de la de la institución que regula ese tipo de cosas eso por supuesto genera mucha animadversión en la gente que vive cerca del centro público imagínate bueno alguien lo diseñó lo hizo de una manera puso eso como una especie de plaza pública que vincula la calle con lo que está dentro de ese centro comercial residencial y ellos decidieron hacer esto a su manera y ya, sí el problema es un poco para terminar como redondear la idea el problema es que ese propio espacio que tenía el centro polo ahí que podría haber sido como una especie de plaza pública activa que le brindara a la gente de seguridad como para estar allí en ese momento sencillamente era un espacio desperdiciado también.

Porque bueno, la situación económica hacía como que todo estuviera como deprimido y claro, este grupo que tiene digamos cierta fuerza económica se impuso entonces claro, al activar los espacios ya de generar movimiento allí hay gente que lo agradece mucha gente lo agradece y de ahí que vino todas las digamos la toma de muchos de los espacios comerciales en el centro polo e inclusive del estacionamiento es como una especie de privatización de todos esos espacios, pues eso tiene sus pros y sus contras, pero la lectura yo creo que es así por un lado están los grandes detractores y por otro está la gente que ama, que eso haya sucedido así y que vendan

algunos productos más baratos, pero al mismo tiempo entonces es una cosa un espacio comercial medio exclusivo, si tú vas vestido medio raro, puede ser que inclusive no te dejen entrar, tiene como esa doble cara, me consta porque en algunas ocasiones lo intenté, o sea, entré entonces me vieron así, como que pero tú para dónde vas, yo soy vecino de aquí no sé, sabes estaba vestido con bermudas y no me acuerdo si estaba en sandalias, una cosa así, era como epa porque tú vas a entrar acá, hay algo ahí como ambigua maluca y luego está todo bueno, que sean explayado por otros espacios de Colinas de Bello Monte con las características de esa manera de incorporarse que tienen, no así como la que hicieron la de la de las mascotas que tiene una cosa como invasiva también no como una gran pantalla luminosa, claro es como como perturbador en cierta forma de lo que es el estilo de vida y los ritmos de esa zona de colinas.

Si más o menos a eso iba le iba a preguntar su percepción sobre sobre eso, considera que la rápida expansión de Cine Citta ha generado esa sensación de invasión para bueno en su caso para usted siendo vecino de ahí de Colinas de Bello Monte

Bueno yo creo que sí, porque no es una toma de los espacios neutral, sino que se marca su presencia de manera radical. Sí, por lo menos el centro Polo es casi de ellos ya, pues porque ellos tienen muchísimos locales, el Centro Polo es prácticamente de ellos y luego bueno, cuando crearon este negocio mayorista en la principal de Colinas de Bello Monte era así como de una escala descomunal en relación con los que ofrecían y lo de lo de las mascotas tenía esta intervención como de una arquitectura de los años 50 como sencilla, modesta hasta cierto punto, es como ponerle una piel de lo que se hacen en Las Mercedes por ejemplo, entonces es como alterar la imagen que uno tiene de Colinas de Bello Monte, esas cosas pueden ocurrir, claro, obvio,

pero tú tienes un impacto para algunos puede ser wow, se está modernizando Colinas de Bello Monte y pero por otro lado es como una operación de transformación total del estilo y de esos ritmos, que yo creo que es uno de los patrimonios, si se quiere de toda esa zona claro Colinas de Bello Monte con su arquitectura con su vegetación con el tipo de comercio que tiene la relación que hay entre esos elementos y la calle le da un valor a la zona muy particular cuando tú empiezas a intervenir de esta manera totalmente distinta a cambiar.

Esa fisonomía y uno podría pensar que esto pues va a continuar entonces, así como coño, eso quiere decir que entonces esa Colinas de Bello Monte, sabrosa, que uno conoce ya va a tener otro ritmo otras lógicas otras dinámicas que probablemente no sean tan sabrosas como las que uno vive, ¿no? Y que y que invita sobre todo que mueve muchos carros y no tanto a la gente de a pie, sino a la gente que se mueve sobre todo en vehículo particular, que eso ha ocurrido por eso tomaron el estacionamiento del Centro Polo, a veces se siente la presión en las aceras porque cuando ya no caben adentro bueno, afuera también toman la calle es como como complicado, porque es eso es como que se hacen se hacen dueños del espacio y y en Colinas de Bello Monte tiene como una tradición de espacio público y de calle muy comunitaria mezclada con un movimiento más de corte más Metropolitano es decir, una mezcla de eso de esa vida suave muy cercana de la comunidad de gente que juega dominó en una en una plaza de gente que se reúnen aquí a unos flujos de gente que no vive allí pero que se mueve por allí porque trabaja en zonas cercanas o ahí mismo y entonces eso genera una combinación interesante, pero cuando empiezas tú a invadir.

De alguna manera con el comercio que empieza a imponerse con la presencia del vehículo como lo más fuerte y lo más poderoso, esa dinámica empieza a romperse y a sentirse no tan cómoda.

Bueno, cerrando esta pregunta yo, o sea quisiéramos saber si usted cree que que este sentimiento que tienen los vecinos de Colinas de Bello Monte afecta de cierta manera como tal a Cine Citta o simplemente pasa desapercibido por ellos.

Bueno, no, no lo tengo claro, si de alguna manera Cine Citta a reaccionado o dialogado en relación con esto en las comunidades me parece que la manera en todo caso es como me impongo y bueno, si de verdad después tengo que negociar algo con los negocios, pero los negocios después de que ya hice lo que hice.

Es como lo que llamaríamos un pedir disculpas antes que pedir permiso.

Si exacto prefieren inclusive pagar una multa, pero ya yo hice lo que hice y yo no voy a demoler esto.

Esa esa construcción que fue ilegal de ese anexo que le pegaron ahí al Centro Polo era ilegal y tú tenías la calcomanía, pero en serio no le prestaron, pero la más mínima atención y la alcaldía no pudo hacer nada, no sé cómo son los intrínquilos de ese problema particular, pero está claro que le pasaron por encima la alcaldía y si le pasan por encima a la institución que debe velar por todos los aspectos que rigen la vida en el municipio emplease la movilidad de los espacios públicos, la vegetación, la ordenanza de convivencia, todo esto si alguien se impone por encima de la autoridad porque tienen un poder económico. Bueno, imagínense, cuánto esto ocurre con la

propia comunidad, si me da la gana de pasarte por encima te paso porque no hay nadie que te defienda.

Y en todo caso lo que hacen ellos y si la cosa hace mucho ruido, pues me resuelven particularmente a lo mejor indemnizan a alguien a lo mejor hacen algo, pero, o sea, no, no, no tengo claro, si eso ha ocurrido.

Se supone que con el edificio que se incendió ellos manejaron las cosas a su manera y aparentemente ellos resolvieron su rollo, ese rollo estuvo ahí encendido un tiempito y después ya se desvaneció. Supongo que ellos negociaron indemnizaron o sencillamente la gente que se cansó y se fue, porque eso también debe haber ocurrido igual algunos casos.

Bueno, ya entrando más en este tema del incendio. Queríamos preguntarle, ¿qué sucedió en la zona al momento del incendio, o sea que qué pasó como tal en Colinas de Bello Monte al momento, estuvieron afectados en cierto sentido?

Lo que ocurre cuando hay un incendio de esa magnitud en cualquier lugar, mucha zozobra por lo que estaba pasando, la angustia de la gente porque no era solo que se estaba tomando un local comercial, sino que se estaba quemando un edificio, digamos es decir, aparte de esa situación y de corroborar, que bueno que había una gente que había perdido su vivienda así de golpe, todo hace suponer que por una falla desde de prevención de mantenimiento, probablemente, bueno eran más de prevención es lo que entiendo y que terminemos gente vecina perdiendo su vivienda me parece muy muy duro y yo creo que por ejemplo el papel de la alcaldía fue como apagar no solo el fuego, o sea, o ayudar a pagar el fuego literalmente, sino también el fuego de la incomodidad y de la molestia de la gente en relación con lo que había

ocurrido, creo que ellos fueron como yo creo que la alcaldía en cierta forma está mediatizada por ese poder, o sea aceptan que este sea un poder económico y que de vez en cuando ellos negocian y se benefician de ese poder que tiene la gente de Cine Citta que los apoya para ciertas cosas y entonces así como bueno, no me puedo meter mucho con ellos más bien, debo proteger un poco esto, creo que yo la alcaldía tiende a estar más al lado de los que tienen poder que de los que no tienen poder eso es como claro.

En cuanto a los servicios de luz, agua, la zona estuvo afectada por mucho tiempo o fue solo del mismo día.

No, eso ocurrió ese día y no hubo afectación de esos servicios en realidad digamos, no fue una crisis que inmovilizó y paralizó todo el digamos la vida de Colinas de Bello Monte, fue más como la perturbación del momento y de lograr digamos la conmoción que genera un evento de esta naturaleza y de esa escala la sorpresa, pero no eso no afectó que yo recuerde yo no estoy viviendo en este momento en Colinas de Bello Monte, en este momento no estoy viviendo, pero sí, estaba allí cuando ocurrió el incendio y fui a ver un poco lo que pasaba, pero no, no afectó esa, o sea, lo que una gran tranca, digamos que se cerró la vía y que no había manera de moverse por allí porque era problemático, no hubo cortes de electricidad o de suministro de agua, por lo menos no donde yo vivo que es un poquito más hacia arriba, pues no, no tan pegado a la Miguel Ángel.

Y en el ámbito comunicacional, cómo considera que Cine Citta actuó hacia los afectados, o sea, hacia los propietarios del edificio que tenía al lado hacia los

propietarios del concesionario que estaba del otro lado que también sufrió daños, los locales que estaban atrás que tuvieron que desalojar también y bueno todo su entorno que se ve afectado por ese incendio cómo cree usted que actuó comunicacionalmente Cine Citta en frente a esta situación.

No tengo una evaluación de esa actuación, la percepción que yo tengo de ese momento es que trataron de que eso se silenciara lo más pronto posible, yo creo que en términos de comunicación de cuanto pueda afectar a una marca o a una empresa un evento de esta naturaleza sobretodo si tiene responsabilidad la tendencia es tratar de minimizar lo menos posible ese ruido porque es como un ruido que le hace a su imagen, yo creo que ellos trabajaron en función de eso, la misma alcaldía también, no todo está bajo control, sabes nos estamos haciendo responsables de lo que toque hacerse responsable pero fue como silenciar un poco la historia. No se si eso lo lograron ellos o es una mezcla de nuestra propia inercia, en relación con la comunicación, no de estos eventos que son como el fuego también suben crecen y se apagan porque pareciera como que las noticias por muy perturbadoras que sean siempre terminan dejando quedando atrás para que aparezcan las nuevas noticias no es como ay, ¿tú vas a seguir hablando de del incendio? O sea, hasta cuándo vas a hablar de eso claro y yo creo que bueno es una mezcla de ambas cosas como que la noticia tiene un tiempo de vida.

Pero yo creo que además todo lo que eran como la gente sobre todo por sus pertenencias por no tener donde vivir por toda esta historia, lo deben haber manejado muy rápidamente ahora.

Yo tenía en ese momento, creo que puede ser como un aporte para lo que ustedes estén haciendo yo en ese momento pensé que Cine Citta tenía una oportunidad allí interesante a partir de lo que ocurrió.

Que era ser unos verdaderos benefactores de diamante, la calamidad ser uno benefactores como generosos porque además dado la exhibición de poder y de recursos que tienen es así como bueno, pero acaso ellos no pudieron haber resuelto el problema de la vivienda de esta gente de una manera mucho más experta clara benevolente dentro de la misma zona así como bueno, cuántos apartamentos eran, cuántas personas estaban viviendo allí, qué tal si yo como empresa adquiero otras viviendas en la zona de igual o mejor calidad que la que tenían y ubico esta gente allí y les doy su propiedad y Cine Citta se quedaba con la estructura allí como para generar allí ellos, bueno, recuperarlo luego incorporarla al espacio que ya tenía y bueno, mira, bueno fueron responsables con las familias que estaban aquí los ubicaron en Colinas de Bello Monte mejoraron inclusive sus condiciones de vida y además entonces recuperan una edificación que ahora la van a utilizar, era como decir bueno yo la destruí yo indemnizo a todo el mundo aquí bien pero adquiero el compromiso y adquiero la propiedad y el compromiso de rehabilitar esto lo más pronto posible, era como la fantasía que yo me imaginé que era como una buena operación en términos mediático, no claro, pero bueno, no, eso no fue lo ocurrió. Creo que al final finalmente recuperaron el edificio, medio lo recuperaron, no sé exactamente en qué condiciones está internamente, no sé si ustedes han entrado yo no, yo no lo he hecho, pero, o sea, hay muchas versiones.

Hay mucho rumor sobre eso no, no se sabe exactamente lo que pasó hay personas que dicen que recuperaron algunos apartamentos otros no hay personas que dicen

que es como restauraron la fachada y hay otras que dicen que le compraron los apartamentos a algunas familias, no todas.

Eso pudo haber ocurrido, a lo mejor esa fue la manera de ellos indemnizar, pero que significa comprarle el apartamento a una persona en Colinas de Bello Monte, una vivienda en este momento, pagarle una miseria con lo que esas personas no iban probablemente poder comprar absolutamente nada semejante ni en la zona no, será como una forma de expulsión también, o sea después de la calamidad del susto y de haber pasado por ese esa situación terrible, terminas además perdiendo lo que era tu vida y tu relación en ese espacio y que de repente te pague, mira cuánto es que vale un apartamento el metro cuadrado en Colinas de Bello Monte y cuantos era que tenía tu apartamento, tenía 70, Ok, toma aquí están tus 25 mil dólares y ya, aja y si era una familia con eso a donde carrizo va a comprar para vivir, entonces es como una manera muy, si fue esa que yo sospecho que algo de eso debió haber ocurrido, es como una manera un poco vil de desentenderse, es como asumo mi responsabilidad pero de una manera vil, o sea ya yo se que esa gente se fregó, que no va a poder comprar nada con lo que le de si lo pasaron al precio del mercado, y además ese no era un edificio que estuviese lindísimo, no era un edificio normal de la zona, con lo cual ellos podían decir que el edificio de ustedes no era gran cosa, entonces mira cuanto podrías vender esto si lo vendías, tanto, bueno yo te doy un poquito mas.

Sí, pero ese poquito más no es suficiente para reponer.

No, en este contexto no, lo responsable era realmente darles en acuerdos con ellos viviendas que estuvieran en venta, más o menos similares a las que ellos tenían

Claro, una vivienda completa.

Eso les iba a salir muy barato, era como una forma de comprar pero dándoles una respuesta realmente responsable al problema de la vivienda que le generaron ellos, claro, yo creo que eso no ocurrió y hubiese sido genial porque además era una forma de decir mira ya me encargo yo este edificio es un desastre, pero asumo la responsabilidad plena y me queda la ventaja de que estoy con el edificio y yo ahora puedo bueno, puedo trabajar junto con la otra parcela y puedo hacer un proyecto, más chévere pero bueno, eso no fue lo que ocurre.

Claro, y por la falta comunicacional es que existen todo este tipo de rumores, pues no hay como un comunicado que diga miren hicimos esto y esto para las familias afectadas ni nada por el estilo y por parte la alcaldía como que lanzó un comunicado, pero no fue muy, o sea, no habla sobre esto.

La alcaldía creo que publicó un efecto un comunicado muy breve, me imagino que ustedes lo deben tener, siempre fue bastante al margen.

Pero eso es como pasando por encima de la situación, vamos a encargarnos, pero sin mayores respuestas y lo que creo que la operación fue silenciarlo más rápido posible el ruido que esto significaba porque están enlazados para para estar claro, o sea, la alcaldía desde la gestión pasada intentó aprobar una ordenanza, que es una ordenanza que crea como una especie de eje entre Chuao las Mercedes y Colinas de Bello Monte, esta ordenanza era como para poco establecer unos criterios de desarrollo de todo ese sector que es como un gran eje, pero obviamente esta nueva ordenanza, aparte de supuestamente para ordenar los usos o para empezar a

reconocer usos, no, no conformes hasta el momento, pero digamos usó que en la práctica se daban en el caso de Chuao, se supone que es una urbanización residencial con algunos espacios que son comerciales, pero en realidad Chuao tiene un montón de comercios y casas que están convertidas en oficinas y eso, un montón de cosas que están bajo cuerda que se han ido normalizando y esto era una forma de poner cierto orden allí, pero extendiéndolo y creando como un frente común entre Chuao, Las Mercedes y Colinas de Bello Monte, el peligro de eso y eso lo alertó mucha gente y creo que por eso se detuvo el intento de aprobación, que no sé en qué ha parado por cierto, era que bueno que cosas como las de Cine Citta pudieran ocurrir de manera ya más legal y no tan a los salvajes como ellos empezaron a hacerlo, la ordenanza que me permite hacer este tipo de cosas.

Entonces yo creo que la lectura de Cine Citta en este contexto es la de un tipo de operación en la digamos en estas zonas de Caracas desde el municipio Baruta que quieren cambiarle la cualificación para que entren ciertos capitales y hagan un poco lo que se ha hecho en Las Mercedes quizás no tan exagerado, pero sí como que este tipo de operaciones se extendiera de lado y lado y pudiera tener como más cancha las Mercedes es acotado, digamos es un espacio grande donde han ocurrido unas inversiones enormes, pero sigue siendo algo acotado que si ustedes ven a donde más se están haciendo este tipo de inversiones. Bueno, son unos en Chacao, en algunos sectores en la Castellana que también tienen como ahí están tratando de aprobar unas ordenanzas para este tipo de cosas, pero no mucho más es decir o por lo menos no mucho más que les resulte cómodo a quienes quieren invertir, entonces estaban como creando las condiciones para eso, eso quiere decir que entonces sí ahí altera radicalmente ya con de una manera programada lo que sí Cine Citta estaba como

lanzando como una bofetada desde el inicio. Mira aquí vamos a hacer esto y no me importa si la vida de Colinas de Bello Monte es de esta manera.

Bueno, y queremos saber si usted también tenía algo de información con respecto a bueno toda la permisología pertinente de parte de los bomberos hacia ese local mayorista de Cine Citta este si estaba legal, si existía o algo así por el estilo.

No lo sé, es un tipo de información que al final siempre es un poco opaca y yo personalmente nunca lo investigue, era sorprendente que montaran ese gran galpón que era una mezcla, una especie de Makro, pero no, yo nunca jamás entré a ese espacio, no conocí por dentro las instalaciones, como para decir mira esto es riesgoso, no lo sé, me parece que sí debe haber habido ahí una falla importante para que eso ocurriera, pero si a lo mejor tenía igual toda la los permisos, pero a lo mejor no, igual ya sabemos que si ellos habían pasado por encima de la Alcaldía les daban, seguramente les daba igual pasar por encima de cualquier otra institución.

Sí, claro, lo curioso de esto es que parte de la investigación que hemos hecho este, o sea, hemos conseguido información que nos dice que la Alcaldía no tiene absolutamente nada que ver con este tema de estos permisos, pues sobre todo de seguridad del local de eso se encarga principalmente los bomberos y los bomberos le rinden cuentas directamente a la gobernación.

No, a ver yo creo que la alcaldía, ingeniería municipal para aprobar un permiso debe tener una cantidad de condiciones cubiertas que después la ultima palabra, que digamos es como un requisito de habitabilidad de una edificación ciertamente la dan

los bomberos pensando en temas de riesgo claramente, pero esto no quiere decir que la alcaldía se desentienda de ese tipo, porqué ellos tienen que presentar un proyecto de ingeniería. Mira esto va a ser así. Nosotros vamos a construir esto de esta manera internamente vamos a dividir así asado y eso tiene que tener unos requisitos por norma que cubren la seguridad y que al final como me imagino para tener un una especie de voz contralora de esto quien te da la última el sello de mira Ah, vale tiene permiso para evitarlo son los bomberos pero inicialmente, o sea, ningún loco va a llegar y decir yo voy a construir esto así y resulta ser que cuando llegan los bomberos te digan, pero quién te dio permiso para hacer esto, o sea, tú tienes que tener previsto salidas de emergencia y toda cantidad de cosas, entonces bueno quien te da el permiso de ingeniería, es la alcaldía, una persona no empieza a dialogar con los bomberos desde el inicio para que le den permiso para una digamos un tipo de edificación así, no, son la última palabra para chequear que lo que se supone debería estar allí esté y esté bien y que te diga mira no, pero aquí tiene que tener una rampa. Mira no, pero como tiene tantos metros en efecto aquí te están faltando unos extintores y ese tipo de cosas no y las puertas para ver cómo son las puertas que estamos vas a utilizar para esto y para que ellos, o sea creo que el permiso de la transformación de esa edificación tiene que venir ya con esos detalles desde la Alcaldía y el otro es el que dice sí o no puede entrar o te dice mira tienes que ajustar esto, pero son ajustes, no son así como tú no sabías que hay que hacerlo de esta manera o sea no eso no tiene ningún sentido.

Entonces ahora que yo no, yo no descarto que por el tipo de relación y de intereses y de privilegios que pudiera haber tenido la gente de Cine Citta a lo mejor bueno, así la Alcaldía no le da el permiso, entonces viene otro, le dice, mira si yo te doy el permiso, en este país con facilidad puede ocurrir porque bueno

Nosotros lo que conseguimos es que la alcaldía les dio el permiso de comercialización porque ellos llegaron con su permisología de bomberos y con todos los requisitos, pues ellos aparentemente llegaron a la alcaldía con absolutamente todos los requisitos para poder este bueno, abrir ese local y comercializar este en en la zona pero sabrá Dios de dónde los habrán sacado, no? Eso es un punto de vista personal.

Hasta donde yo entiendo lo primero que ocurre si tu quieres agarrar tu casa y transformarla, tú tienes que solicitar un permiso de Ingeniería Municipal y te van a preguntar y cómo es el proyecto que tú vas a hacer aquí para decirte si puedes o no claro y para chequear y de lo que estás haciendo está bien en todos los sentidos, la conexión a los servicios, que no vayas a generar un riesgo para los vecinos, que se mantenga dentro de las variables urbanas. Es que yo decidí que voy a hacer aquí, era una casa de una planta y ahora yo le voy a montar tres pisos arriba y entonces la Alcaldía te va a decir ya va la Ordenanza No te permite eso o si te lo permite porque en efecto la ordenanza dice aquí pueden levantarse edificaciones de hasta tantos pisos. Tú tienes que presentarles a la alcaldía un proyecto y la alcaldía te lo evalúa y ese proyecto te lo pueden echar para atrás y tienes que pagar impuestos para poder digamos, tener ese permiso entonces no es que la alcaldía recibe unos permisos de otro y le da como el visto, bueno y ah, bueno, sí puedes comerciar, no, no es así.

Todo tipo de edificación tiene que tener un proyecto de ingeniería de ingeniería en el departamento y la Dirección de Ingeniería Municipal se encarga de evaluarlo y decirte sí o no y cobrarte los impuestos por lo que vas a hacer eso es lo que lo que se hace ahora que al final es lo que les digo ya debería venir contemplado, o sea, no sé si previamente eso planos o lo que ellos presenten a Ingeniería Municipal tenga

que haber tenido una vista previa de los bomberos, por ejemplo, no lo sé hasta donde yo sé no, pero a lo mejor a la gente que va a ser una gran inversión, le compran no sea cosa que al final los bomberos te digan, oye, pero aquí pusiste la torta, esto no está bien, digamos, seguramente se asesoraran y a lo mejor hacen unas consultas, pero lo que entiendo es que ese último permiso de habitabilidad es que los bomberos dicen mira si, se cumplen todas las normas todas las normas establecidas, pero insisto eso previamente tiene que tener un permiso de del proyecto que se vaya a hacer allí y si tú presentas un proyecto que tiene unas características y al final construyes otra cosa, la Alcaldía está obligada uno a detener o paralizar la obra dos a pedirte la demolición de lo que estás haciendo o tres bueno, llegar a un acuerdo a lo mejor si la cosa no es demasiado grave donde te penalizan, pero quien supervisa eso es la alcaldía, puede ser que no lo haya hecho en este caso por lo que digo este grupo tiene influencias y tiene más presión y más capacidad de manipular las cosas con la Gobernación puede ser puede que haya sido así, pero en realidad bueno, a ver, ellos empezaron cuando estaba Blyde, es decir, en la Gobernación de Miranda en ese momento, quién estaba no recuerdo ahorita, pero era a ver no eran Capriles, no o sí, pero digamos la gestión de Héctor Rodríguez es esta última gestión, el no esta repitiendo, entonces no, no tengo claro como es eso que la gente se supone que era con la Gobernación, pero bueno, eso son puras especulaciones al final lo que si quiero que quede claro que eso son los pasos tu presentas un proyecto a ingeniería municipal y ellos son los que te dan un permiso y para tener un proyecto ingeniería municipal tiene que cumplir con ciertas normas y variables, yo recomiendo que busquen esa ordenanza, debe haber una ordenanza, que tiene que ver con toda la presentación de los proyectos de transformación de nuevas edificaciones en el municipio, eso tiene que existir y seria chévere que lo revisaran y lo vieran y decir

mira si aquí está, esta norma en efecto me obliga a tal cosa o ver claramente si hay un margen que permite que trabajar que quien vaya a producir esa edificación trabaje con otras instancias y que le den la aprobación, no creo, solo la aprobación final de habitabilidad es la que yo entiendo tiene y además tiene que hacer estudios en algunos casos de impacto ambiental y vial también, claro, eso tiene que presentar cualquier proyecto que tú presente a una alcaldía para edificar tiene que venir con un Estudio de Impacto socio ambiental y vial porque si tú quieres hacer un edificio ahí donde vas a meter un estacionamiento enorme o chiquito, pero tiene un comercio gigante y y no tiene las plazas de estacionamiento suficiente, eso va a generar un caos en la calle.

Entonces tienes que venir con un Estudio de Impacto vial con el otro ambiental entonces esas son como las figuras con las que tienes que cumplir para poder tener la aprobación de un proyecto, tú no puedes construir lo que te dé la gana, ni siquiera remodelar, mucha gente remodela calladito y no pasa nada porque bueno no hay suficiente supervisión y si nadie la da el pitazo a la alcaldía eso puede pasar y ya si es una remodelación sencilla, pero normalmente lo que debería ocurrir es que hay una gente que dice epa, tú estás haciendo una construcción ilegal. Tú tienes permiso solicitaste el permiso metiste el proyecto a ingeniería municipal, ¿no? Bueno, entonces esto está paralizado.

¿Algo más?

No, la verdad no, esas eran todas las preguntas que teníamos estipuladas. Muchísimas gracias, de verdad, de verdad que muchísimas gracias, cualquier cosita o duda o alguna otra cosita que vaya surgiendo. Bueno, podemos cuadrarla por

WhatsApp si está a su disposición, eso sí, si no hay rollo, pero de resto de verdad, muchísimas gracias por la colaboración.

Bueno, que les vaya bien procesando toda la información que tengan, ¿A quién más han entrevistado?

Bueno, hemos hablado con varios locales de la zona, hablamos con el concesionario de al lado, hablamos con el Prolicor que está atrás que ese Prolicor también salió afectado, porque los bomberos entraron hacia Cine Citta a través del Prolicor, hablamos también con Luis Omaña y bueno ahí vamos hasta ahora.

Hablaron, ¿no lograron hablar con alguno de los residentes?

Conseguimos uno, pero no nos ha confirmado si quiere hacer la entrevista o no, la verdad esta complicado que alguno de los afectados quiera colaborar

Esa es la primera voz

Sí, es nuestra idea principal, por eso también hablamos con los locales más cercanos a lo que era este este bodegón, pero bueno, por lo menos con los vecinos y es mucho más delicado porque es un tema muy sensible para ellos, no? Entonces los pocos que han medio aparecido por ahí...

Ahí está el reto de ustedes como aprendices del oficio pues, hay que buscar y ver como convencer para tener ese testimonio porque es en carne propia haber vivido de

saber, porque ellos deben saber algunos que fue el cómo se resolvió el conflicto, cómo se mandó en qué paró cual es el destino de las familias que había allí seguramente alguna idea de información más concreta tienen. Da pie a hacer un trabajo más potente, ojalá puedan conseguir eso, eso sería una buena manera de cerrar este proyecto.

Tenemos hasta ahora por lo menos entre cinco y seis personas que conocen afectados directos de ese incendio, entonces bueno, se ha estado conversando con ellos, entonces ahí están viendo si los que eran los propietarios del apartamento a ver si terminan de querer participar o no lo que pasa es que es entendible porque bueno principalmente todo este tema de poder no, que que puede tener esa empresa.

Si pero tratándose de un trabajo que es más académico probablemente puedan...

Es lo que se le se les ha dicho pues que la verdad es información para fines netamente académicos y todo se maneja desde la confidencialidad y bueno de ser necesario desde el anonimato, pues no, no hay problema con eso.

Bueno, pero fíjense yo les diría ya para cerrar, si no logran conseguir porque sienten que la gente no quiere meterse en problemas eso habla un poco de la situación de lo que hay de fondo.

Claro, sí, sí, eso también se pudiera estudiar y añadir al trabajo, pues como que estará pasando qué habrá pasado con...

Si la gente fue bien tratada, si la gente llegó a un acuerdo razonable, si la gente se sintió respetada después de esa calamidad, no tendría ningún problema en hablar y decir oye esto fue así, fue muy triste pero la gente se hizo responsable y hablar bien de los actores que se involucraron allí, pero si tienes miedo y no te gusta probablemente la cosa no estuvo manejada en buenos términos.

Pero bueno, sí, muchísimas gracias, de verdad.

Gracias, le estaremos contando cómo nos fue.

Entrevista a local número 1

¿Cómo es o era la convivencia entre Cine Citta y su entorno?

Normal

¿Que sucedió en la zona al momento del incendio? ¿Se vieron afectados?

Es decir, fallaron los servicios, tuvieron que cerrar...

Sí, tuvimos que cerrar casi un año, afectó la mitad, el concesionario se tuvo que remodelar completo

¿Cómo considera que Cine Citta actuó hacia los afectados?

Todos los gastos corrieron por parte de nosotros. Ellos alegaron que había sido una falla eléctrica y quedaron en que supuestamente si iban a cubrir pero no,

supuestamente el seguro no les cubrió por lo que no se hicieron cargo. Todos los gastos corrieron por el concesionario.

Por parte del edificio tengo entendido que le pagaron a algunos y a otros no.

¿Considera que Cine Citta tuvo las comunicaciones correctas al momento del incendio?

No

Entrevista a local número 2

¿Cómo es o era la convivencia entre Cine Citta y su entorno?

No había convivencia, ellos por su lado y nosotros por el nuestro

¿Que sucedió en la zona al momento del incendio? ¿Se vieron afectados?

Sí, porque nos quedamos sin luz y así no se puede trabajar y toda esa pared se derrumbó para acá, más que todo afectó al edificio ellos sí porque el estacionamiento es de ellos, todos esos carros. Nosotros no pudimos trabajar por la luz, tuvimos que cerrar una semana porque los bomberos entraron por aquí y no podíamos trabajar. Los gastos de los días cerrados corrieron por parte del dueño de la licorería

¿Cómo considera que Cine Citta actuó hacia los afectados?

Que no sirven y no se sabe que fue lo que paso, supuestamente le dieron plata a la gente del edificio, pero nadie se lo cree porque miren como esta el edificio.

¿Cómo considera que fueron las comunicaciones de Cine Citta al momento del incendio?

Nada de eso, desaparecieron. Ellos nunca se comunicaron con nosotros, solo le pagaron a la gente del gas para que vinieran a ver esa parte y ya. Tú sabes que los que tienen poder no tienen que hacerse responsables.

Hay un grupito que sí vendieron, pero hay gente que dijo que no querían que se los arreglaran, había una señora que vivió toda su vida ahí que vendió y se fue. Hay mucho empoderamiento

No tenían extintores, quien les prestan los extintores son los del concesionario y la muchacha que vende los lubricantes fue quien les dio los extintores, no tenían nada. El sistema contra incendio estaba, estaba, pero una cosa es que estaba, pero otra cosa es si funcionaba. Es un poder muy, es un temazo. Las cisternas de agua llegaron en la noche, también porque no sabían a que se enfrentan, se veía de allá pero no desde acá, me acuerdo cuando revientan aquí que se dan cuenta que es lo que hay, cuando reventaron salieron como dos bomberos para atrás, ahí si se cagaron, eso sucedió a la una de la mañana.

Ellos tenían mucho combustible almacenado, aceite hasta por el ojo, también vendían gasolina de alto octanaje de esas de alto rendimiento.

Recuerdo también que sacaron las camionetas virgos de Corpoelec, yo no sé qué hacía Corpoelec por acá pero imagínense el nivel de poder que tenían que sacar las más nuevas.

Además, es imposible competir con los precios del bodegón, comparando con los precios del mercado, allí una pasta importada italiana te puede costar 1.5\$ el kilo mientras que en cualquier supermercado nacional el kilo de pasta te sale en 2\$.

Entrevista a local número tres

¿Cómo es o era la convivencia entre Cine Citta y su entorno?

A mi no me afectaba la convivencia con ellos porque era más que todo aceites y comida para perros.

¿Que sucedió en la zona al momento del incendio? ¿Se vieron afectados?

Todos tuvimos que cerrar, el humo negro entro por la ventana y no se podía respirar, era toxico estar aquí, estuvimos tres días cerrados. No, los servicios no se fueron, si teníamos luz.

¿Cómo considera que Cine Citta actuó hacia los afectados?

Bueno lo que pasa es que hay distintas versiones de lo que pasó con ellos, hay gente que dijo que no se iban de Colinas y Cine Citta pagó algunos apartamentos además

de la estadía de las personas mientras realizaban ese proceso, pero hay gente que sigue reclamando su apartamento. La estructura no sirve para vivir, en el momento no los dejaban pasar al estacionamiento y no arreglaron el edificio o todavía siguen en eso.

¿Cómo considera que fueron las comunicaciones de Cine Citta al momento del incendio?

Bueno, actuaron muy mal desde el principio.

Era un negocio que tenía mucha gasolina porque lo que yo vi fue el fuego corriendo así hacia el Guaire, por el piso corrió el fuego, o sea que la cantidad de gasolina que había así debió ser bárbara, empezando por eso que creo que no tenían extintores, yo tengo mis extintores y fijate acabo de rellenarlos y renovarlos, entonces que tu no tengas unos extintores mira las pacas de perrarina eran así de gigantes y eso llegaba hasta el techo, imagínate tu y el desastre fue bueno que sacaban las cosas de allá, los tractores entraban porque el muro se perdió, el pobre hombre que estaba arriba, el agua llegó de la guaira de las cisternas esas largas, llegó a las 7-8 de la noche más o menos, los bomberos no tenían agua, y el viento era hacía para allá, pudo haber sido para acá y se quemó el edificio, o sea que no era predecible lo que se iba a quemar, podía ser el edificio donde está Prolicor pero no, fue el edificio.

La alcaldía lo que hace son puros shows y cosas en la Concha no hacen lo que tienen que hacer de verdad para la comunidad.

