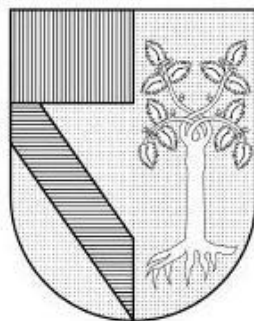


UNIVERSIDAD PANAMERICANA

ESCUELA DE COMUNICACIÓN



“TITULO DEL TRABAJO”

CASO

COMEX: LA VENTA DE UN GIGANTE

NURIA ELENA UGARTE RUIZ

P A R A O B T E N E R E L G R A D O D E :

MAESTRO EN COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

REVISORA DEL CASO:

MTRA. MARÍA DE LOURDES LÓPEZ GUTIÉRREZ

MÉXICO, D.F.

15 DE ABRIL DE 2015

Índice

| | |
|---|---------|
| 1. Párrafo inicial | 2 |
| 2. Antecedentes | 2 - 3 |
| 3. Comex, una empresa de tradición | 3 - 4 |
| 4. Los medios de comunicación opinan | 4 - 6 |
| 5. La postura de Sherwin-Williams | 7 |
| 6. El avistamiento de un monopolio | 8 - 9 |
| 7. Comex en la incertidumbre | 9 |
| 8. Sherwin-Williams se retracta | 10 |
| 9. Problemática | 11 - 12 |
| 9.1. Análisis de la crisis y soluciones | 12 - 13 |
| 9.2. Manual de procedimiento | 14 - 17 |
| Conclusiones | 18 |
| Bibliografía | 19 - 20 |
| Anexos | 21 |

Caso Comex: La venta de un gigante

La empresa de pinturas mexicanas Comex, liderada por Marcos Achar Levy fue puesta a la venta en 2012, dando la mayor oferta la empresa norteamericana Sherwin-Williams. En los medios de comunicación se crearon distintas opiniones sobre cómo se desarrolló el proceso de compra, comparándola con otras ventas de empresas mexicanas al extranjero. El reto que enfrentaría Marcos Achar sería de comunicación a nivel externo por lo que se menciona en los medios.

Antecedentes

Consortio Comex S.A. de C.V., era una empresa dedicada a la producción de pinturas, recubrimientos y productos industriales, posicionada como el líder en su ramo a nivel nacional. Se fundó en la década de 1950 por José Achar, descendiente de inmigrantes sirios.

En sus inicios se trataba de una fábrica de garaje en la que se producía a mano y se contaba con poco personal; pronto se expandió debido al éxito obtenido durante los años sesentas del siglo pasado. Durante esa época se incendió su planta en Azcapotzalco y tras este hecho separaron la fabricación de productos industriales y de madera del resto de las pinturas, así nació Productos Industriales de México, PIMEX.

Hacia 1968 se inició su camino como líderes en la venta de pintura decorativa a nivel nacional y se fundó Planta Tepexpan en el Municipio de Acolman, Estado de México, siendo esta la unidad fabril que concentró la totalidad de producción de pintura para la compañía.

A principios de los noventa se inauguró el Centro de Investigación en Polímeros (CIP) en el cual se investigaban y desarrollaban tecnologías para optimizar sus productos.

Asimismo, comenzó su expansión a Centroamérica, Estados Unidos y Canadá; además de realizar negocios con Asia, para la obtención de materias primas.

Para el año 2000 se sumó al desarrollo tecnológico y social, y se creó la plataforma de comercio electrónico para concesionarios y público final. Además, expandieron su cartera de productos y la posibilidad de obtener prácticamente cualquier color a través del Sistema Tintométrico Color Center (Color Life). En 2012 contaba con más de 7,200 empleados y tenían una participación en el mercado de 53.8% y 3,300 puntos de venta en la República Mexicana.

Comex, una empresa de tradición

Comex era una empresa familiar de más de 60 años que se consolidó como la número uno en su ramo, siendo el *top of mind* en pinturas y otros productos dedicados a la construcción y decoración a nivel nacional; en especial la zona centro y sur de la República.

El presidente de la compañía y director general, Marcos Achar Levy, en 2012 inició el proceso de venta de la compañía. Comex distribuía sus productos a través de más de tres mil 300 tiendas operadas por concesionarios en México; de igual forma ocurría en Estados Unidos, Canadá y Centroamérica, como socios de México en el Tratado de Libre Comercio de América del Norte; (TLCAN) hasta Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua, Costa Rica, Panamá y Belice.

La empresa norteamericana Sherwin-Williams, con sede en Cleveland, Ohio, (EEUU), se dedicaba, al igual que Comex, a la fabricación y venta de pinturas; y ofertó la mayor postura económica en la cantidad de 2,340 millones de dólares americanos.

Sherwin-Williams estuvo presente en México por más de 80 años y fueron los primeros en abrir tiendas especializadas en pintura, además de plantas de producción y contaba con 135 tiendas en México.

Con la venta de Comex a Sherwin-Williams, esta empresa hubiera multiplicado su penetración en América Latina y Estados Unidos.

Los medios de comunicación opinan

En los medios de comunicación, especialmente escritos, se manifestaba la misma incertidumbre de qué es lo que pasaría con Comex después de ser vendido a Sherwin-Williams. Y existía también el cuestionamiento del alcance de los beneficios económicos que Sherwin-Williams obtendría con esta venta.

El 12 de noviembre de 2012 Consorcio Comex anunció a los medios a través de un comunicado que sería vendida; no obstante, la transacción con Sherwin-Williams aún se encontraba sujeta a que las autoridades de México y Canadá aprobaran la compra. “Estoy seguro que unirse a la familia Sherwin-Williams ofrecerá un futuro excepcional para nuestros empleados y clientes”¹, dijo Achar Levy.

“Este año en el que festejamos nuestro 60 aniversario como compañía, consideramos que la transacción con Sherwin Williams potencia a Comex en su crecimiento futuro. El

¹ REDACCIÓN. *Comex, otra empresa mexicana que se vende*. [En línea]. [Fecha de consulta: 13 de agosto de 2014]. Disponible en internet: <http://www.dineroenimagen.com/2012-11-13/10769>

portafolio de productos y servicios, así como la reputación de la marca, serán una adición fundamental para el negocio global de Sherwin Williams”², agregó.

La revista Forbes trató de contactar a ambas partes para conocer las razones de la compra, pero éstas no hicieron ningún comentario al respecto. No obstante, analistas sostuvieron la teoría de que la adquisición de Comex representaba una plataforma para Sherwin-Williams en la fabricación y desarrollo de productos de calidad a bajo costo, además de atacar mercados comunes, en especial en Latinoamérica.

Con la compra de Comex, Sherwin-Williams se hubiera convertido en el vendedor de pinturas más grande en comercios minoristas con un total de 7,200 tiendas, al sumar las 3,500 que tiene actualmente conforman la red de distribución de Comex en México (3,300), Estados Unidos (240), Canadá (78) y Centroamérica (82); a lo que se preguntaban expertos si esto podría significar el inicio de un monopolio.

Los analistas consultados por medio de la revista Forbes coincidieron en que “está en ciernes una guerra por el mercado de las pinturas”. Competidores extranjeros como Akzo Nobel (Holanda), PPG (Estados Unidos) y DuPont (Estados Unidos) hubieran tenido la oportunidad de adquirir algún “jugador local” y así incrementar su participación en el mercado.

Respecto a las pintureras nacionales, Berel, Dual, Prisa, Casther o Adhler, hubieran tenido la oportunidad de realizar adquisiciones o formar alianzas para competir contra el 50% de participación en el mercado por parte de Comex.

De acuerdo con Saúl Villa, socio a cargo del área de Fusiones y Adquisiciones de KPMG, habría más fusiones y adquisiciones en México ya que “geográficamente estamos

¹ REDACCIÓN. *Comex, otra empresa mexicana que se vende*. [En línea]. [Fecha de consulta: 13 de agosto de 2014]. Disponible en internet: <http://www.dineroenimagen.com/2012-11-13/10769>

² UGARTE, JESÚS. *Sherwin-Williams potenciará a Comex*. [En línea]. [Fecha de consulta: 09 de agosto de 2014]. Disponible en internet: <http://www.cnnexpansion.com/negocios/2012/11/12/sherwin-potenciara-negocio-de-comex>

muy bien localizados y eso es muy interesante para la estructura de costos de las empresas. Creemos que vamos a superar los 30,000 mdd. de empresas extranjeras comprando en México y de empresas mexicanas comprando en el extranjero.”³

Asimismo, comentó Saúl Villa para Forbes que cuando una empresa busca penetrar en geografías diferentes a las suya, es más fácil y rápido comprar una empresa que esté bien posicionada se logra tener una presencia “de la noche a la mañana.”

Carlos Ruiz, profesor del Área de Política de Empresas del IPADE, sostuvo que la venta de Comex no obedeció a una disputa entre hermanos sino que observaron que era momento para vender y así lo hicieron.

“La industria de pinturas es un mercado maduro donde la única forma de ganar participación es comprando redes de distribución. Lo que estamos viendo está pasando a nivel mundial: empresas que se están consolidando a través de la compra de otras empresas para aprovechar las economías de escala, pero sobre todo la buena posición de mercado de sus competidores, como sucedió en su momento con las cementeras y las cerveceras”⁴, comentó Carlos Ruiz.

Por otro lado, Sergio Rojas, Tesorero de la Asociación Nacional de Fabricantes de Pinturas y Tintas, pronosticó que Sherwin-Williams seguiría comprando empresas en Latinoamérica y Asia, específicamente en China, para consolidar su posición global.

Debido a que Consorcio Comex era una empresa privada no se tenía acceso a su información financiera, por lo que los medios no pudieron obtener datos más allá de los proporcionados por la empresa.

³ CASTAÑEDA, SERGIO. *Venta de Comex, ¿antesala de un monopolio?*. [En línea]. [Fecha de consulta: 13 agosto de 2014]. Disponible en internet: <http://www.forbes.com.mx/sites/venta-de-comex-antesala-de-un-monopolio/>

⁴ CASTAÑEDA, SERGIO. *Venta de Comex, ¿antesala de un monopolio?*. [En línea]. [Fecha de consulta: 13 agosto de 2014]. Disponible en internet: <http://www.forbes.com.mx/sites/venta-de-comex-antesala-de-un-monopolio/>

La postura de Sherwin-Williams

Sherwin-Williams operaba tres mil 880 tiendas en Estados Unidos, Canadá, Puerto Rico y las Islas Vírgenes a través de su unidad minorista Paint Stores Group. Contaba con 135 tiendas en México

Para Sherwin-Williams adquirir Comex era “una oportunidad de crecimiento”. Christopher M. Connor, presidente del Consejo de Administración y director general de The Sherwin-Williams Company, comentó a través de un comunicado que “la compañía y Grupo Comex son un complemento ideal en todos los sentidos; geográfico, estratégico y culturalmente.”⁵

Asimismo, la compra de Comex incrementó significativamente la presencia de Sherwin-Williams en mercados en donde el número de locales era bajo. En el 2011 registró ventas por ocho mil 800 millones de dólares, de acuerdo con su reporte financiero anual.

“Sherwin-Williams y Consorcio Comex son empresas que poseen una cultura y pensamiento estratégico que apuntan en la misma dirección”, mencionó Chris Connor. “Éste es un paso muy importante en nuestra estrategia de crecimiento sostenido y de expansión en productos y empleados altamente capacitados”⁶, agregó.

⁵ REDACCIÓN. *Comex, otra empresa mexicana que se vende*. [En línea]. [Fecha de consulta: 13 de agosto de 2014]. Disponible en internet: <http://www.dineroenimagen.com/2012-11-13/10769>

⁶ UGARTE, JESÚS. *Sherwin-Williams potenciará a Comex*. [En línea]. [Fecha de consulta: 09 de agosto de 2014]. Disponible en internet: <http://www.cnnexpansion.com/negocios/2012/11/12/sherwin-potenciara-negocio-de-comex>

El avistamiento de un monopolio

En octubre de 2013 la nueva Comisión Federal de Competencia Económica, COFECE⁷, informó que darían a conocer su decisión acerca de la compra de Sherwin-Williams a Comex ya que el antiguo organismo antimonopolios, la Comisión Federal de Competencia, había rechazado el acuerdo.

La CFC explicó que la concentración en los términos presentados conduciría a consolidar o incrementar el poder de mercado que detentaban las empresas en la industria de recubrimientos decorativos, en perjuicio de los consumidores.

Asimismo, agregó que "en este mercado, por mucho el más grande, la fusión implicaría una acumulación de participación de mercado de entre 48% y 58%, dependiendo del tipo de recubrimiento, entre seis y 10 veces más grande que la del competidor más cercano".⁸

Por su parte, Sherwin-Williams anunció que solo quedaba pendiente la operación en cuanto a la compra de la parte de México ya que había culminado con el proceso de compra de las filiales de Comex en Estados Unidos y Canadá.

Christopher Connor, CEO de Sherwin-Williams, dio a conocer su postura a los medios a través de una conferencia con analistas en la cual afirmó: "Estamos claramente

⁷ COFECE: La es la autoridad responsable de vigilar los mercados para garantizar un entorno favorable a la competencia, en beneficio de los consumidores y el crecimiento económico de México. [En línea]. [Fecha de consulta: 21 agosto de 2014]. Disponible en internet: <http://www.cfc.gob.mx/cofece/index.php>

⁸ SIGLER, EDGAR. *CFCE "pinta" estreno con Comex-Sherwin*. [En línea]. [Fecha de consulta: 9 de agosto de 2014]. Disponible en: <http://www.cnnexpansion.com/negocios/2013/10/29/cfce-se-estrena-con-comexsherwin>

desilusionados con esta decisión, pero estamos resueltos y determinados a resolver las objeciones de la CFC y proceder con la transacción.”⁹

Connor comentó que los representantes legales de la firma en México analizaron las opciones para analizar y resolver las inquietudes y rechazo de la CFC para aprobar la compra-venta.

En conjunto con Comex estudiaron las opciones disponibles para que se concretara la operación. Connor habló de la comunicación que tiene con Marcos Achar, CEO de Comex, en relación al proceso y que ambos estarían al tanto de revisar los canales disponibles y poder avanzar la transacción y darle certidumbre a la CFC.

Comex en la incertidumbre

Ante el rechazo de la CFC para dar una resolución en relación a la compra de Comex por parte de Sherwin-Williams, Marcos Achar Levy, CEO de Comex, opinó al respecto a través de la cadena CNN. Comentó que el organismo, la CFC, “no analizó la industria en su conjunto como tal, en este caso nosotros no tenemos tiendas, solo fabricamos y distribuimos; las tiendas son de gente independiente.”¹⁰

Marcos Achar habló también de su preocupación ya que la Comisión salió de vacaciones durante esa época y también se hizo un cambio de comisionados. “Creo que los argumentos que tenemos y que hemos presentado es para demostrar que no somos un jugador dominante en el mercado son suficientes para que ellos reconsideraran su decisión...estamos muy preocupados si no se autorizara esto y se nos considerara, como ellos dicen, como un probable jugador dominante tendríamos una pérdida muy

⁹ RODRIGUEZ, KARLA. *Sherwin Williams dará pelea por Comex*. [En línea]. [Fecha de consulta: 15 de agosto de 2014]. Disponible en: <http://www.cnnexpansion.com/negocios/2013/07/18/sherwin-williams-comex-cfc-pinturas-cnn>

¹⁰ RODRIGUEZ, KARLA. *Marcos Achar teme destrucción de Comex*. [En línea]. [Fecha de consulta: 19 de agosto de 2014]. Disponible en: <http://www.cnnexpansion.com/negocios/2013/07/19/comex-ve-desinversion-como-destruccion>

importante también no solo de valor sino de la forma de actuar y de qué hacer con el modelo de negocio hacia delante.”¹¹

Sherwin-Williams se retracta

Sherwin-Williams había dejado vencer el plazo que la COFECE le otorgó para remediar los puntos que en materia de competencia económica impedían el cierre de la compraventa con Comex. Siendo el más importante, el dejar la operación de sus tiendas en México así como sus plantas productoras bajo un licenciamiento en manos de un tercero distinto a Comex y a la propia Sherwin-Williams.

Sin embargo, a través de los medios de impresos y electrónicos de comunicación se dio la noticia de que Sherwin-Williams obtendría de una corte Neoyorquina una resolución que confirmaba que habían hecho los mejores esfuerzos *-Best Efforts-* para obtener la autorización de COFECE para realizar la compra-venta de Comex.

Christopher Connor, CEO de Sherwin-Williams, anunció en los medios que abandonaban la compraventa con Comex y por otra parte, confirmaron haber realizado todo lo que estuvo a su alcance y que no fue suficiente para que se diera una autorización de la compra de Consorcio Comex; reaccionando el CEO de ésta, Marcos Achar Levy, con dos demandas en Estados Unidos de América, una por incumplimiento de contrato y la otra, por indemnización de los daños y perjuicios ocasionados por el injustificado retiro de Sherwin-Williams del proceso de compra-venta de la compañía Comex.

¹¹ RODRIGUEZ, CARLA. *Marcos Achar teme destrucción de Comex*. [En línea]. [Fecha de consulta: 19 de agosto de 2014]. Disponible en: <http://www.cnnexpansion.com/negocios/2013/07/19/comex-ve-desinversion-como-destruccion>

Problemática

Consortio Comex decidió que la venta se daría a conocer a los medios de comunicación a través de un boletín que se les envió. Asimismo, se llevó a cabo una conferencia con especialistas en la cual tanto Marcos Achar Levy, CEO de Consorcio Comex, como Christopher Connor, CEO de Sherwin-Williams; respondieron a algunas cuestiones sobre la compra-venta.

No obstante, se pudo observar que no fue suficiente ya que en todas las notas publicadas podemos ver la misma información, redactada de forma diferente; pero finalmente no se abunda en detalles y ya que Comex era una empresa privada, no se pueden obtener datos financieros de manera abierta.

Por otro lado, al interior de la empresa existía un ambiente de incertidumbre, surgieron rumores de que se vendería Comex, algunos sabían que a Sherwin-Williams, otros sólo tenían la idea de que estaba a la venta.

Asimismo, los únicos que sabían eran los directores y cada uno se encargó de comentarlo en sus respectivas áreas. Por ejemplo, en el área de Marketing y Publicidad se dijo que Comex estaba en un proceso de compra-venta y que Sherwin-Williams eran quienes estaban dando la mayor oferta, no obstante el director dejó claro que no se harían cambios dentro del área y que todos siguieran normalmente con sus respectivas actividades.

Sin embargo, se podía notar que muchos colaboradores se resistían al cambio y esto se veía reflejado en su productividad, otros se querían aprovechar de la situación y actuar como si ya hubieran sido adquiridos y se percibía una falta de lealtad a Comex.

En cuanto a la imagen de la empresa de manera externa, era una problemática en potencia el hecho de que estuvieran poniendo en riesgo la reputación y su imagen como una empresa familiar mexicana que, de ser comprada, cambiaría la perspectiva de los consumidores y sus clientes y proveedores ya no se sentirían con la misma confianza.

Análisis de la crisis y soluciones

Para poder proponer soluciones, primero que nada, tenemos que analizar la crisis desde sus fundamentos. En el caso de la compra de Comex por parte de su homóloga norteamericana Sherwin-Williams, estaríamos hablando de una afectación a su reputación¹² a través de los medios de comunicación, principalmente.

Asimismo, se ha dado un seguimiento a las noticias sobre el tema para poder analizar los factores de riesgo (que es diferente a una crisis) en el caso. Las crisis no deben suceder si existe un buen sistema de planificación creado a tiempo.¹³

Para poder definir este caso como crisis es porque ha cumplido con alguna de estas características:

- Está en la agenda de los medios y del gobierno: en este caso aplica ya que la noticia ha estado presente en medios y el gobierno es un factor determinante para la operación debido a las leyes de antimonopolios en el país.
- Escala en intensidad: aquí se podría decir que, aunque la nota es prácticamente repetitiva en los medios, la podemos encontrar sin dificultad y cada medio le da su giro y opinan del tema.

¹² Reputación: Definida como la opinión de la excelencia de un sujeto en su profesión o arte; siempre se busca mantener la reputación de una empresa cuando hay crisis.

¹³ Balaza, A. y Coppola, G. (2011) Gestión de riesgo comunicacional. Issues management. Icrj'apero. Pp.41.

- Interfiere con las operaciones cotidianas: si bien, no ha habido cambios significativos en el interior de la empresa, se puede percibir un clima de incertidumbre e incluso baja productividad.
- Amenaza la imagen de marcas, productos, servicios: en este punto aun no se puede decir que la imagen esté afectada, pero sí existe una posibilidad de que con la venta a Sherwin-Williams, Comex ya no sea percibida como la empresa mexicana, familiar y de confianza como ha sido a lo largo de los años.
- Daña a personas, empleados, comunidades, etc.: al venderse a una empresa, no sería extraño que la empresa que toma posesión imponga sus reglas de trabajo y que, además, tengan que comenzar a despedir gente para poder incluir a los colaboradores de la nueva firma.

Como podemos ver, Comex se enfrenta a una crisis tanto interna como externa como consecuencia de su venta a Sherwin-Williams. Ahora que sabemos que la reputación de Comex está en juego, podemos definir el Manual de Crisis¹⁴ con los pasos a seguir ante una situación como esta. El Manual de Crisis deberá responder a cuestiones como, ¿qué hacer en cada caso? (Para esto se realizan diversos escenarios plausibles) ¿quién debe hacerlo? ¿cómo lo deben hacer? ¿cuándo se debe hacer? ¿a quién acudir en determinado caso? ¿quién toma las decisiones? ¿a quién se le comunica? y ¿por qué medios?¹⁵

A continuación se muestra una propuesta para el Manual de Crisis en el Caso Comex: La venta de un gigante.

¹⁴ Manual de Crisis: Guía operativa que facilita la toma de decisiones en situaciones de emergencia.

¹⁵ Profesor Edgar Yemán García Turincio. Experto en manejo de crisis.

Manual de Procedimiento para una crisis de comunicación Comex

1. Introducción: Aquí se detallan aspectos como qué es crisis, qué es riesgo y qué es un conflicto, además de mencionar la importancia de tener un Manual de Crisis para la empresa.

2. Objetivos del Manual de Crisis

3. Calificación y clasificación de la crisis
 - 3.1. Creación de escenarios y procedimientos de actuación: debido a las características del caso, además de los posibles escenarios por accidentes y en relación al giro de la empresa; se incluirá un escenario de crisis de comunicación por situaciones como una compra-venta, por ejemplo.

 - 3.2. Análisis de vulnerabilidad de Fink¹⁶

4. Respuesta a la crisis
 4. 1. Equipo de respuesta inmediata: el cual estará conformado por dos de los miembros principales de la organización y un agente externo (algún experto en relaciones públicas)

¹⁶ Análisis de vulnerabilidad de Fink: qué tan probable (en una escala del 0 al 100%) y cuál es el impacto de cada escenario (en una escala del 0 al 10) Se mencionan 10-15 cosas “peores” que podrían pasar a la empresa y después se califican con el modelo.

4.2 Comité de crisis¹⁷: El cual es convocado por el ERI en caso de que escale la crisis.

| Actores | Actividades y Responsabilidades |
|--|--|
| Dirección | <ul style="list-style-type: none"> - Aprueba los mensajes clave. - Aunque no puede ser el presidente del comité, puede fungir como vocero. - Designa voceros. - Aprueba materiales informativos. - Enlace primario con agencia de RP y con otras áreas de la compañía. |
| Corporativo <ul style="list-style-type: none"> - Legal / RRHH / Comunicación | <ul style="list-style-type: none"> - Encargado de respuesta operativa. - Encargado a atención a públicos afectados. - Encargado de respuesta comunicativa. - Elaboración de plan y estrategia de comunicación. - Determinan impacto de la crisis en el ámbito digital. (Mercadotecnia) - Recopilación interna de los hechos. - Monitoreo de medios digitales. |
| Asesores externos. Agencia de Relaciones Públicas | <ul style="list-style-type: none"> - Encargados de documentación. - Definen estrategia para manejo de crisis. - Elaboran mensajes clave. - Monitoreo de medios. - Contacto con periodistas y públicos externos. - Elaboran documentos de soporte. |

5. Análisis de públicos: Mapa de actores internos y externos para cada situación.

6. Social media: Dentro del plan de comunicación de emergencia, es importante tener en cuenta que muchos de los actores involucrados manejan redes sociales o sitios web; no sólo es importante un buen manejo de la tecnología para minimizar

¹⁷ Comité de crisis: equipo de personas que asumen la responsabilidad de la previsión, contención y manejo de situaciones de crisis que una organización llega a enfrentar. Su función básica es tomar decisiones estratégicas y gestionar las respuestas operativas, comunicativas y psicológicas.

los ataques, sino que es relevante para poder establecer un vínculo con las personas afectadas.

7. Flujo de respuesta ante una crisis:



8. Evaluación post-crisis

Anexo A: Mensajes clave básicos acorde con los escenarios

Anexo B: Recomendaciones para el vocero

Anexo C: Materiales de comunicación

Anexo C.1. Modelos de comunicados de prensa

Anexo C.2. Postura del corporativo

Anexo C.3. Machotes de cartas

Anexo C.4. Números de emergencia

Anexo D: Implementación del Dark Site¹⁸

Anexo D.1. Posibles preguntas y respuestas

Anexo E: Hoja de registro de incidente y para medios de comunicación.

¹⁸ Dark Site: es una herramienta de relaciones públicas muy común que se lleva a cabo cuando surge una crisis. Consiste en implementar un sitio web que sí existe pero sólo se da a conocer cuando hay una situación de emergencia; en este sitio publican información actualizada y relevante al tema, preguntas y respuestas, etc. Es usado normalmente por aerolíneas, farmacéuticas, compañías en el ramo de los alimentos, entre otras. En línea: (<http://www.cidrap.umn.edu/practice/dark-site-stores-emergency-communications-until-crisis-occurs-ca>)

Conclusiones

La comunicación es importante pero primero hay que ver el contexto en el que se está presentando el problema. La empresa que será vendida es mexicana y pasará a manos de los norteamericanos por lo que se debe analizar en primer lugar que la empresa se encontrará en un entorno globalizado, estará mucho más presente a nivel mundial y será un suceso de gran relevancia en los medios de comunicación.

Debido a que las características de la compra-venta conciernen, no solo a inversionistas y empresarios, sino a todo público; los mensajes deben ser más profundos y claros. Se pudo observar que la información era la misma en los medios, sacada del boletín y de las conferencias que se tuvieron; no obstante eso no quiere decir que esté necesariamente bien o mal sino que, en este caso las compañías, no se preocuparon por profundizar en la información y en los datos.

Creo que está bien que hayan homogeneizado la información; sin embargo, se pudo haber abundado más en la información que se daba, responder a más dudas que se tenían, mismas que se “auto-resolvieron” los medios a través de expertos, pero nada realmente oficial como tal.

Aunque en este caso no se habla de una crisis como tal, ya que no hay un problema tangible respecto a la compañía, sí podemos hablar de un impacto en los medios de comunicación que podría desembocar en un asunto de reputación y en consecuencia, una crisis.

Bibliografía

A, Ruiz Balaza. Gestión de riesgo comunicacional. Primera edición. Buenos Aires: La Crujía, 2011.

COFECE. Recuperado el 21 de agosto de 2014 de:

<http://www.cfc.gob.mx/cofece/index.php>

Consortio Comex (2013). Sherwin Williams adquiere grupo Comex. Recuperado el 17 de agosto de 2014 de: <http://www.brochasesxito.com.mx/acerca/noticias.html>

Castañeda, Sergio (2013). Venta de Comex, ¿antesala de un monopolio? Recuperado el 13 de agosto de 2014 de: : <http://www.forbes.com.mx/sites/venta-de-comex-antesala-de-un-monopolio/>

Historia de Comex. Recuperado el 5 de agosto de 2014 de:

<http://www.comex.com.mx/home>

Sigler, Edgar (2013). CFCE “pinta” estreno con Comex-Sherwin. Recuperado el 9 de agosto de 2014 de: <http://www.cnnexpansion.com/negocios/2013/10/29/cfce-se-estrena-con-comexsherwin>

Redacción (2013). Comex, otra empresa mexicana que se vende. Recuperado el 13 de agosto de 2014 de: <http://www.dineroenimagen.com/2012-11-13/10769>

Rodríguez, Karla (2013). Marcos Achar teme destrucción de Comex. Recuperado el 19 de agosto de 2014 de: <http://www.cnnexpansion.com/negocios/2013/07/19/comex-ve-desinversion-como-destruccion>

Rodríguez, Karla (2013). Sherwin Williams dará pelea por Comex. Recuperado el 15 de agosto de 2014 de: <http://www.cnnexpansion.com/negocios/2013/07/18/sherwin-williams-comex-cfc-pinturas-cnn>

Ugarte, Jesús. Sherwin-Williams potenciará a Comex. Recuperado el 9 de agosto de 2014 de: <http://www.cnnexpansion.com/negocios/2012/11/12/sherwin-potenciara-negocio-de-comex>

Anexos

Anexo 1

Boletín



Sherwin-Williams adquiere al Grupo Comex

La adquisición combina operaciones de Sherwin-Williams y Comex en los Estados Unidos, México y Canadá

México, D.F. a 12 de noviembre de 2012. The Sherwin-Williams Company (NYSE: SHW) anunció hoy que llegó a un acuerdo definitivo mediante el cual adquirirá el capital social de Consorcio Comex, S.A. de C.V., empresa líder en el mercado de pinturas y recubrimientos en México.

Marcos Achar Levy, CEO de Grupo Comex comentó, "este año en el que festejamos nuestro 60 aniversario como compañía, consideramos que la transacción con Sherwin Williams potencia a Comex en su crecimiento futuro. Nuestro incomparable portafolio de productos y servicios, el talento de nuestra gente, el equipo administrativo y la envidiable reputación que nuestra empresa y nuestra marca tienen en nuestro país, serán una adición fundamental en el negocio global de Sherwin Williams".

"Sherwin-Williams y Consorcio Comex son empresas que poseen una cultura y pensamiento estratégico que apuntan en la misma dirección" dijo Chris Connor, Presidente del Consejo de Administración de The Sherwin-Williams Company. "Esta transacción nos permite complementar nuestra presencia en Latino América, en mercados donde nuestra presencia es muy limitada. A su vez, reafirma nuestra estrategia de crecimiento en el segmento de pinturas arquitectónicas en todo el continente Americano, integrando a un equipo único en la industria a la familia Sherwin-Williams".

"Con mucho orgullo damos la bienvenida a una empresa de tanto renombre y a sus empleados a la familia de Sherwin-Williams. Este es un paso muy importante en nuestra estrategia de crecimiento sostenido y de expansión en productos y empleados altamente capacitados, para brindar un excelente servicio al cliente," refirió Connor.

"Esta transacción reafirma nuestro compromiso de crecimiento acelerado de manera global, gracias a adquisiciones y una política de inversión disciplinada", finalizó Connor.

El cierre de esta adquisición está sujeto a ciertas condiciones y aprobaciones regulatorias de las autoridades correspondientes en los Estados Unidos, México y Canadá en donde HSBC se desempeñó como asesor financiero exclusivo de Consorcio Comex.

Para mayor detalle en torno a la adquisición, se llevará a cabo una conferencia telefónica a las 10:00 hrs. (hora de México) el día 12 de noviembre. Puede ingresar a la conferencia marcando los siguientes números telefónicos (877) 407-9205 en los Estados Unidos y (201) 669-8039 en otros países.

De igual manera, por internet podrá ingresar a la conferencia telefónica así como revisar la presentación del anuncio.

Para entrar al enlace del webcast, favor ingresar al sitio de Sherwin-Williams en www.sherwin.com, en la sección acerca de la empresa (About Us), busque en enlace de relación con inversionistas (Investor Relations), luego comunicados de prensa (Press Releases) y seleccione el botón del webcast en la referencia detallada en el comunicado del 12 de noviembre. La presentación también quedará disponible después de las 10 a.m. EST en la página <http://investors.sherwin-williams.com/company-presentations/>

También, aproximadamente dos horas después de concluida la conferencia telefónica, estará habilitada una grabación de la misma en el sitio de la compañía www.sherwin.com hasta el día viernes, 16 de noviembre de 2012 a las 5:00 p.m. EST.

Todo lo anterior es con el fin de apoyar a periodistas y analistas en todas partes del mundo a tener acceso a información positiva y antecedentes informativos que les ayuden a elaborar sus notas y reportes. Así mismo, muchos prefieren participar en las conferencias telefónicas por internet, donde además pueden ir repasando la presentación.

Después de la conferencia telefónica (a eso de las 3 p.m. EST) subiremos una transcripción en inglés y español para que tanto periodistas como analistas puedan usar citas directas y recientes para complementar los comunicados de prensa que emitan Comex y Sherwin-Williams.

Para ingresar a las transcripciones, favor entrar a la página <http://investors.sherwin-williams.com/company-presentations/>.

Acerca de Grupo Comex

Grupo Comex es un consorcio líder en la fabricación, comercialización y distribución de pinturas decorativas, texturas, impermeabilizantes, productos para el cuidado de la madera, recubrimientos industriales, paneles de yeso (Plaka) y accesorios (Éxito). Comex consolida su liderazgo empresarial con su tendencia constante en innovación y con una expansión que va de Canadá a Panamá y con importantes operaciones en Sudamérica. Este año, Comex celebra 60 años de vida y el haber convertido un pequeño negocio familiar en una corporación global con más de 15,000 Soluciones Ilimitadas que embellecen, protegen y preservan el mundo en el que vivimos.

Para más información:

Jorge Quintana
Fleishman-Hillard México
Tel. 5540 6031
Jorge.quintana@fleishman.com

Términos y condiciones / Aviso de privacidad / Derechos reservados © Comex 2012