

RUMOR

El caso que abordaremos en esta parte del tema de "rumor" es el caso de Coca-Cola, en el cual por medio los ya mencionados rumores su prestigio como número uno en elaboración, distribución y venta de bebidas azucaradas en el mundo.

El rumor principalmente consistía en que dentro de los países más pobres donde tenían algunas de sus fábricas, Coca-Cola, supuestamente, utilizaban una excesiva cantidad de agua y además era agua que se sacaba directamente de ríos y lagos de la región y no pasaba por ningún proceso de saneamiento ni potabilización.

Dentro de estos rumores también circulaban que muchas personas alrededor del mundo que habían consumido dicho producto contaminado estaban muriendo por graves intoxicaciones con terribles síntomas como vómitos, mareos, altas fiebres, etc. Todo lo anterior no se publicaba debido a las líneas editoriales de los periódicos y a la censura propia de los medios de comunicación, pero el rumor se estaba transportando por un camino aún más peligroso que los anteriormente mencionados, la denominada "boca en boca".

El rumor llegó a tales grados que perdió millones de dólares en el primer trimestre del año en el que comenzó este problema. En un principio el rumor solo se había establecido en aquellas lejanas regiones, pero con el paso del tiempo llegó hasta oídos de los altos directivos de la organización en Estados Unidos y éstos se encargaron primero de ver si en realidad se usaba agua no potable cómo decía el rumor.

Después de muchos exámenes e investigaciones se llegó a la conclusión de que todos los productos de The Coca-Cola Company eran completamente seguros para el consumo y que las personas que estaban enfermas eran por diferentes razones ajenas al consumo de sus productos.

Al tiempo de que todo lo anterior sucediera la organización aún no recuperaba las pérdidas que tuvo gracias a este desafortunado suceso. Poco tiempo después los rastros del rumor comenzaron a desaparecer y las ventas de los productos comenzaron a subir a los niveles normales pero quedó siempre en la mente de los integrantes de The Coca-Cola Company como por un pequeño rumor casi se destruye una organización que a la fecha lleva más de 100 años en el mercado.

Una solución más efectiva que la que la organización utilizó para arreglar sus problemas hubiese sido de manera primordial una buena estrategia de relaciones públicas en la cual se mostrara a la empresa en su forma de procesamientos, tanto internos como externos, para dar a conocer que todos esos rumores acerca de ella y de sus productos eran falsos.