

## LA COLUMNA DE...



**GINA OCQUETEAU**  
EMPRENDEDORA

### Tomar decisiones en la era de la desinformación

Por presiones, o por cumplir con la idea de ser cada vez más productivos, pocas empresas se detienen a cuestionar la calidad de la información en la que se basan a la hora de tomar decisiones estratégicas. Sin embargo, la desinformación se ha convertido en un problema que puede erosionar la reputación de una compañía y provocar costosas consecuencias.

Según el Global Risk Report 2026 del World Economic Forum, en el corto plazo, la información falsa y la desinformación serán el riesgo más prevalente en el mundo, solo después de las confrontaciones geoeconómicas. En el mismo ranking, pero pensando en 10 años, la desinformación se posiciona en el 4º puesto.

Desde el punto de vista corporativo, la desinformación es un peligro que impacta en la reputación y la confianza, uno de los activos más valiosos de cualquier orga-

nización. Basta con una noticia falsa, un rumor amplificado en RRSS o una narrativa maliciosa para destruir en pocas horas el nivel de credibilidad construido durante años. En mercados donde la confianza es determinante - finanzas, salud, tecnología, o servicios-, este daño se traduce rápidamente en pérdida de clientes, desvalorización de la marca y desventajas competitivas difíciles de revertir.

En segundo lugar, existe un impacto operacional y financiero. La desinformación o las noticias falsas que no se detienen a tiempo pueden influir en decisiones de consumo, afectar el precio de las acciones o gatillar crisis internas innecesarias. Las empresas que no cuentan con políticas al respecto, reaccionan tarde o sin información verificada, suelen incurrir en sobrecostos, paralización de proyectos o inversiones que no estaban planificadas. Un tercer punto crítico es

**“En mercados donde la confianza es determinante, el daño de la desinformación se traduce rápidamente en pérdida de clientes, desvalorización de la marca y desventajas competitivas”.**

el riesgo interno. Cuando la información falsa se relaciona con cambios estratégicos, liderazgo, procesos o desempeño, el efecto más inmediato es que se debilita el clima laboral, aumenta la incertidumbre

y se ve afectado el compromiso de los equipos.

En un entorno donde cada vez tienen más relevancia los datos y la automatización, este riesgo impacta la calidad de lo que se decide. Modelos analíticos, sistemas de IA y procesos de inteligencia de negocio dependen de información confiable.

Finalmente, está el impacto regulatorio y ético. Las empresas hoy enfrentan mayores exigencias en transparencia, gobernanza y uso responsable de tecnologías. No gestionar adecuadamente la desinformación o, peor, contribuir a su difusión, puede derivar en sanciones legales y cuestionamientos éticos.

Sin embargo, abordar la información falsa no es solo tarea del área de comunicaciones. Requiere una mirada transversal que combine estrategia, cultura organizacional, tecnología y liderazgo. .

Dejemos de ver la desinformación como

algo que ocurre solo en las redes sociales. Una narrativa incompleta, sesgos no detectados o datos mal interpretados, son desafíos que afectan la capacidad de competir, liderar y sostener la confianza.