



Guía para *la gestión de crisis* en tu negocio



Cuando tomamos la decisión de abrir un negocio gastronómico, lo hacemos con entusiasmo, sueños y la firme intención de que crezca, sea próspero y se mantenga siempre en marcha. Difícilmente pensamos en los días complicados o en los momentos en que las cosas pueden salirse de control. Es natural tratar de esquivar las malas rachas, pero en ocasiones, por más esfuerzo que pongamos, hay factores externos que no podemos controlar.

Lo realmente importante no es evitar la tormenta, sino saber cómo navegarla. La gestión de crisis no es solo una herramienta para sobrevivir, sino una estrategia clave para adaptarse, sostenerse y salir fortalecido.

¿Qué es una crisis en el food service?

Una crisis en el ámbito gastronómico es cualquier evento inesperado que interrumpe la operación normal del negocio, afecta negativamente su reputación, compromete la seguridad alimentaria o pone en riesgo su estabilidad financiera. Lo más desafiante de una crisis es que suele llegar sin aviso previo y, si no se cuenta con un plan estructurado para afrontarla, sus consecuencias pueden ser devastadoras.

A diferencia de los desafíos cotidianos, las crisis exigen respuestas rápidas, coordinadas y estratégicas. No basta con reaccionar: se necesita anticipación y preparación para minimizar daños, proteger al equipo, mantener la confianza de los clientes y, sobre todo, asegurar la continuidad del negocio.

Lamentablemente, muchos negocios no se preparan para este tipo de situaciones. Enfocados en crecer, vender más o innovar, dejan de lado la planificación para momentos difíciles. Sin embargo, tener un plan de gestión de crisis no solo es una medida de prevención, sino una herramienta de supervivencia.



Tipos de crisis

que pueden afectar tu negocio

Crisis por seguridad alimentaria

1

Este tipo de crisis es una de las más sensibles. Un alimento en mal estado, una intoxicación reportada por un cliente o una inspección sanitaria negativa puede generar consecuencias legales, pérdida de confianza y daño a la reputación que puede ser difícil de revertir.

Crisis relacionadas con la experiencia del cliente

2

Errores en los pedidos, tiempos de espera excesivos, personal con mala actitud o instalaciones en mal estado pueden provocar una mala experiencia que se traduzca en reseñas negativas o en la pérdida de clientes recurrentes. En el mundo actual, donde la reputación lo es todo, esto puede escalar rápidamente.

Crisis derivadas de errores de comunicación o marketing

3

Una campaña mal planteada, una promoción explicada incorrectamente o una publicación desafortunada en redes sociales puede desencadenar una ola de críticas. Hoy más que nunca, las redes sociales son un arma de doble filo: pueden ayudar a visibilizar lo bueno, pero también pueden amplificar errores y convertirlos en crisis públicas.

Crisis por desinformación o ataques online

4

Las crisis digitales también son una amenaza real. A veces surgen por ataques coordinados con reseñas falsas o información errónea, y otras veces por clientes reales, que, tras una mala experiencia, inundan las redes con comentarios negativos o mensajes agresivos.

Crisis económicas o externas

5

Una pandemia, la inflación o las crisis logísticas globales nos han enseñado que factores externos pueden impactar directamente en el funcionamiento del negocio: escasez de insumos, aumento de costos, cambios en los hábitos de consumo o restricciones legales pueden modificar por completo el panorama operativo.



¿Cómo gestionar una crisis en tu negocio?

Una crisis puede tomar muchas formas, pero todas exigen lo mismo: responder con agilidad, liderazgo y visión estratégica. Saber actuar en momentos de incertidumbre no solo ayuda a mitigar pérdidas, sino que puede fortalecer la relación con los clientes, el equipo y los proveedores. A continuación, te compartimos algunos puntos que te ayudarán a sostener tu negocio y salir a flote en estos tiempos difíciles.

- **Actúa con rapidez y toma decisiones claras**

El tiempo es un factor crítico. Mientras más rápido identifiques el problema y reacciones, menor será el daño. Evalúa la situación y responde con acciones firmes, priorizando la continuidad del negocio y el bienestar de tus clientes.

- **Prioriza la comunicación transparente**

Ocultar el problema solo agrava la situación. Sé claro y honesto con tus clientes y tu equipo. Informa lo que está ocurriendo, qué medidas estás tomando y cómo piensas solucionarlo. La transparencia genera confianza y demuestra profesionalismo.

- **Responde con empatía, no con defensa**

Ante comentarios negativos o críticas públicas, mantener una postura empática y constructiva es clave. Reconoce el problema, pide disculpas si es necesario y comunica los pasos que estás dando para solucionarlo. Mostrar responsabilidad suma más que intentar justificarte.

- **Protege la seguridad y el estándar de calidad**

Si hay riesgos sanitarios o logísticos, suspende temporalmente el servicio afectado, retira productos y comunica acciones correctivas. Cuidar la integridad de tus clientes y colaboradores es la mejor inversión a largo plazo.

- **Controla las finanzas sin comprometer la experiencia**

En una crisis, es vital revisar tus costos y ajustar gastos sin que eso afecte gravemente la calidad del servicio. Revisa tu inventario, trato con proveedores, ajusta horarios o turnos y detecta oportunidades de ahorro. También puedes explorar nuevas fuentes de ingreso, como domicilios propios o combos promocionales.



- **Anticípate con un plan de comunicación en crisis**

No improvises. Define con antelación quién será el vocero, prepara mensajes base para distintos escenarios (fallas técnicas, problemas de insumos, incidentes sanitarios) y determina los canales prioritarios según cada público (clientes, proveedores, equipo). Esto te ahorrará tiempo y reducirá la confusión cuando la crisis ocurra.

- **Convierte la crisis en una oportunidad de mejora**

Cada desafío deja una lección. Evalúa qué falló, cómo respondió tu equipo y qué puedes hacer para estar más preparado la próxima vez. Una gestión inteligente no solo soluciona el problema, sino que refuerza tu modelo de negocio a futuro.

Cada crisis pone a prueba no solo la resistencia de tu negocio, sino también tu visión como líder. Son momentos que sacuden, pero también abren caminos para reinventarte, fortalecer la confianza de tu equipo y reafirmar tu propósito. Afrontar la adversidad con ingenio convierte la incertidumbre en la chispa que impulsa la innovación y el crecimiento.



 **Nestlé**
PROFESSIONAL



La mejor forma
de **sorprender a tus
clientes** es ofreciéndoles
productos de una
calidad inigualable.

NESTLÉ PROFESSIONAL®
te ayuda a cumplir esa meta.

La información proporcionada se basa en una visión general de la industria y no es específica de su negocio.

Cada negocio es único y las decisiones relacionadas con él deben tomarse tras consultar con los expertos adecuados, de considerarlo necesario.

.....

Fuentes

- Who does your restaurant turn to in a crisis?
- Restaurant crisis management: How to plan for the worst
- Navigating restaurant crisis management and communication with confidence



*¡Somos el socio que
te inspira a crecer!*

