



E-Book Colaborativo **MASTEREŞTAURANT**

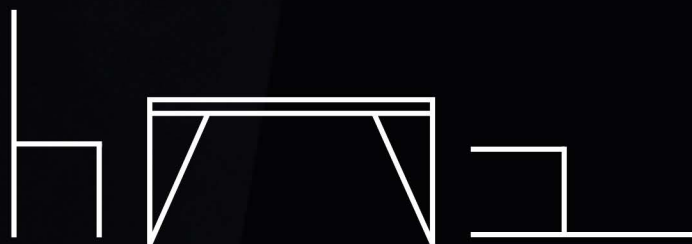
# REINVENCIÓN

# 2020

POST-PANDEMIA

## De **restaurantes** para **restaurantes**

### Oportunidades, ideas y aprendizajes



Escrito por:  
**Diego F. Parra P.:**

Con la participación de:  
**Más de 20 colaboradores  
de 3 países**

Primera edición: Abril 2020

Este E-Book fue escrito en medio de la pandemia mundial 2020. La industria gastronómica, de restaurantes y turismo son algunas de las más golpeadas económicamente.

Se ha creado en colaboración de **20 profesionales** de la industria de restaurantes de **3 países**, quienes respondieron a la misma pregunta:

**Sí solo pudiera dar un consejo o transmitir un aprendizaje sobre el manejo de restaurantes a sus hijos(as), de la situación generada por la pandemia 2020, ¿Cuál sería?**

Sus nombres a continuación:

Carlos Jesús Contreras Ayala (Pág. 24)

Claudia Cárdenas Ardila (Pág. 8)

Dayro Martín (Pág. 20)

Diego Fabián Parra Pabón (Pág. 4)

Diego Jaramillo (Pág. 16)

Dorian Rallón (Pág. 24)

Flor de María Pabón V. (Pág. 14)

José Mauricio Gómez Bueno (Pág. 10)

Juan Felipe Rodríguez (Pág. 20)

Laura Cañón (Pág. 18)

Leyda Sedano Ramirez (Pág. 14)

Libardo Suta Mogollón (Pág. 12)

Manuel Agudelo (Pág. 6)

María M. Valencia (Pág. 22)

Maribel Pinilla Landazábal (Pág. 22)

Miguel Kisic (Pág. 10)

Neissa Molina Pérez (Pág. 18)

Rafael Mendoza (Pág. 16)

Wilson Gómez Cure (Pág. 8)





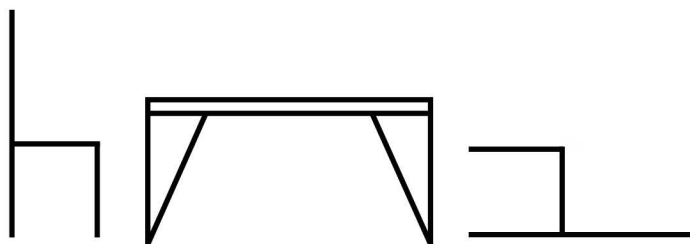
E-Book Colaborativo **MASTERE**ST**AURANT**

# REINVENCIÓN 2020

POST-PANDEMIA

## De restaurantes para restaurantes

Oportunidades, ideas y  
aprendizajes



Escrito por:  
**Diego F. Parra P.:**

Con la participación de:  
**Más de 20 colaboradores  
de 3 países**

# Prólogo



Este E-Book pretende comenzar a dar respuestas a las preguntas de dueños, administradores y socios de restaurantes del planeta que enfrentan un reto de dimensiones nunca antes vistas en nuestro tiempo.

No se debe esperar simplemente a abrir nuevamente las puertas de nuestros negocios y pretender que todo retorne a la normalidad, los negocios no funcionan así. Se requiere tomar acciones.

En este corto libro encontrará aportes de líderes de restaurantes de diferentes países, intercalados con 10 ideas para reinventar su restaurante, siguiendo la metodología del canvas de restaurantes desarrollada por MASTERRESTAURANT.

Gracias a todos los colaboradores que generosamente han aportado su conocimiento, sin más deseo que el de ayudar a otros. Estamos seguros estos aprendizajes resultará de utilidad para todos.

Diego F. Parra P.:  
Creador de MASTERRESTAURANT





**MASTERRESTAURANT**

**10 ideas**  
para reinventar  
su restaurante

Sí solo pudiera dar un consejo o transmitir un aprendizaje sobre el manejo de restaurantes a sus hijos(as), de la situación generada por la pandemia 2020, ¿Cuál sería?

“No podemos servir al nuevo mundo que se avecina, pensando y actuando de la misma forma, porque ahora nuestra mayor competencia es la supervivencia de todos. Por esto, hagamos que tome fuerza la bondad y la honestidad. Ahora en este encierro nos dimos cuenta de qué cosas no necesitamos como civilización y cuáles debemos rescatar del olvido”.

*Manuel Agudelo, Saxo Pub, Colombia*

## Amplíe las razones y momentos de consumo

Cada tipo de cliente consume los productos y servicios de su restaurante en momentos específicos y por unas razones determinadas. Ej: Un cliente desayuna en su restaurante cuando sus niños tienen clase temprano.

**Debemos entender cuáles son y cómo podemos entrar a momentos de consumo adicionales con razones adicionales.**

Nombre Restaurante:  Creado por:  Fecha:  Versión:  **Canvas Modelo Restaurante**

1	Propuesta de Valor	Alimentos y Bebidas	Segmentos de Mercado
		Diseño Servicio y Tema	
		Instalaciones Físicas	
		Canales/Modelos de Venta	
Canales de Mercadeo		Fuentes de Ingresos	
Estructura de Costos			

www.masterrestaurant.com  
Diseñado por: Diego F Parra P creador de MASTERRESTAURANT

**MASTERRESTAURANT**

En la última página encontrará el canvas para imprimir

Este es el canvas de modelo de restaurantes. En estas diez casillas es posible re-inventar, organizar y potenciar el modelo de negocio de los restaurantes.

Escriba en post-its las razones y momentos de consumo actuales de sus clientes. Utilice un Post-it para cada una.

Sí solo pudiera dar un consejo o transmitir un aprendizaje sobre el manejo de restaurantes a sus hijos(as), de la situación generada por la pandemia 2020, ¿Cuál sería?

“El mejor aprendizaje que nos ha dejado la Pandemia de 2020 es la del apoyo en el gremio de restaurantes, la unidad es el ingrediente que nos ayudará a salir victoriosos. Restaurantes unidos por una causa.”

*Claudia Cárdenas Ardila restaurante El Gran Hipopótamo, Colombia*

“En un restaurante no se trata solo darles de comer lo que les gusta, es transmitir todo el amor, conocimiento y pasión que hay detrás de cada bocado que llevan a su boca. ”

*Wilson Gómez Cure, Cure Cuisine, Colombia*



# Atraiga nuevos segmentos de mercado

# 2/10

idea

MASTERRESTAURANT

Un restaurante debe ser pensado, ideado y construido para llegarle a uno o varios grupos de clientes. Es un error común pensar que TODO el mundo es su cliente.

Escriba los segmentos de clientes actuales y piense cuales grupos o tipos de personas interesantes en este momento no están comprándole y serían valiosos para la empresa.

Nombre Restaurante:  Creado por:  Fecha:  Versión:  **Canvas Modelo Restaurante**

Razón/Momento Consumo	Propuesta de Valor	Alimentos y Bebidas	Segmentos de Mercado  <b>2</b>
		Diseño Servicio y Tema	
		Instalaciones Físicas	
		Canales/Modelos de Venta	
Canales de Mercadeo		Fuentes de Ingresos	
Estructura de Costos			

www.masterrestaurant.com  
Diseñado por: Diego F Parra P creador de MASTERRESTAURANT

MASTERRESTAURANT

Si quiere tener un restaurante más exitoso, deberá tomar decisiones de cambios. Eso necesariamente implica dejar por fuera algunos segmentos de clientes que estratégicamente son menos interesantes.

Escriba en post-its los segmentos de clientes que más aprecian su propuesta de valor. Utilice un Post-it para cada tipo de cliente.

Sí solo pudiera dar un consejo o transmitir un aprendizaje sobre el manejo de restaurantes a sus hijos(as), de la situación generada por la pandemia 2020, ¿Cuál sería?

“Mantengamos las tradiciones adaptándose a la tecnología”.

*Miguel Kisic, La Carreta, Colombia*

“Unifiquemos criterios, fortalezcamos la tolerancia. Yo tengo familia tú tienes familia, yo te ofrezco un servicio tú me das una recompensa, tu salud es mi salud, tu bienestar es el mío, somos iguales.

*José Mauricio Gómez Bueno, Fuente German, Chile*

# Revise y reinvente su propuesta de valor

Cuando se le pregunta a un restaurante ¿por qué vuelven sus clientes?, es MUY común que el dueño responda algo cómo: "por la calidad", "porque la comida es rica", "por el servicio"...

Casi TODOS los restaurantes responden algo similar, lo cual evidencia que realmente no entienden cual es la propuesta de valor diferenciada a ofrecer para que sus clientes les sigan comprando una y otra vez.

Nombre Restaurante:  Creado por:  Fecha:  Versión:  **Canvas Modelo Restaurante**

Razón/Momento Consumo	Propuesta de Valor	Alimentos y Bebidas	Segmentos de Mercado
		Diseño Servicio y Tema	
		Instalaciones Físicas	
		Canales/Modelos de Venta	
Canales de Mercadeo		Fuentes de Ingresos	
Estructura de Costos			

www.masterrestaurant.com  
Diseñado por: Diego F Parra P creador de MASTERRESTAURANT

MASTERRESTAURANT

En el canvas, la propuesta de valor del restaurante se detalla en las cuatro casillas a su derecha. Cada restaurante debe entender cual es su propuesta de valor o no podrá crecer rápidamente!

Escriba en post-its lo más valioso ofrecido a sus clientes para que sigan recomprando. Utilice un Post-it para cada una.

Sí solo pudiera dar un consejo o transmitir un aprendizaje sobre el manejo de restaurantes a sus hijos(as), de la situación generada por la pandemia 2020, ¿Cuál sería?

“No dejes que tus clientes te olviden.

Tengo un restaurante de comidas rápidas: Libardog. Y mis clientes aman la salsa tártara que preparo diariamente para acompañar una deliciosa porción de papas fritas; según muchas personas, la mejor salsa de la ciudad de Bucaramanga (Colombia).

Cuando la situación por la pandemia nos llevó a tomar la decisión de parar la operación, me preocupé. No sabía de donde iba a sacar dinero para las próximas quincenas. Pero mi hija mayor tomó la iniciativa de promocionar la famosa salsa por Instagram. Sí, por redes sociales y sí, una salsa que nunca imaginé sería la estrategia perfecta para que los clientes no nos olvidaran durante la cuarentena.

Por esto hablando una noche con mis hijas y mi esposa, llegamos a esta conclusión: en tiempos difíciles como estos, no podemos dejar que nuestros clientes nos olviden; hay que buscar esa parte del restaurante que siga llevando felicidad a la mesa de los clientes.”

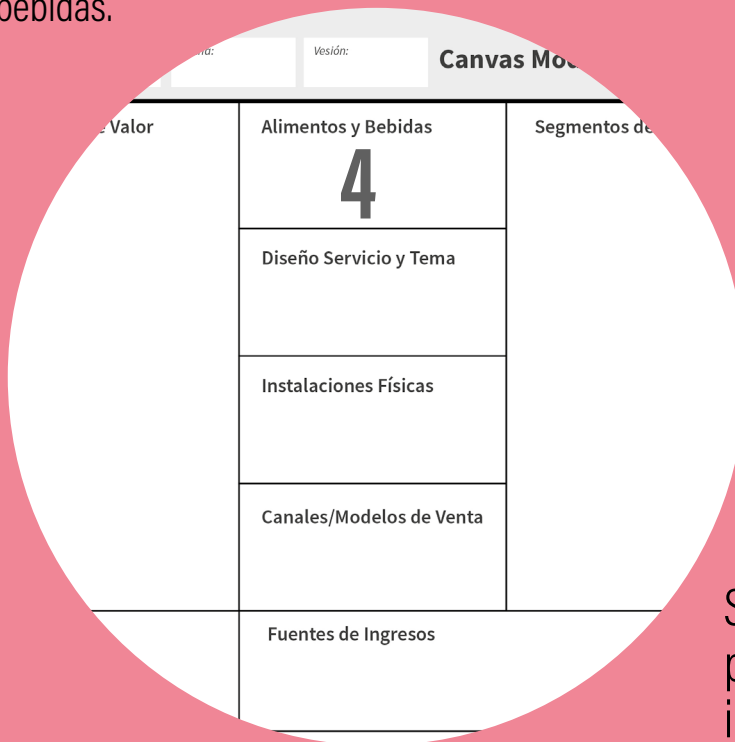
*Libardo Suta Mogollón, Libardog, Colombia*

# Reinvente su oferta de alimentos y bebidas

**4/10**  
idea  
MASTERRESTAURANT

Las cuatro casillas del canvas de restaurantes, ubicadas en medio de la propuesta de valor y el segmento de clientes, son las encargadas de conectar mi negocio, con los segmentos de mercado objetivo.

La primera de ellas es la oferta gastronómica de alimentos y bebidas.



Se debe revisar cuales son los platos, alimentos y las bebidas insignia identificadores de la marca, así como determinar cuales no tienen valor para mis clientes.

Escriba en post-its los tipos de alimentos y bebidas insignia de su marca. Utilice un Post-it para cada tipo.

Reestructurar el menú y la oferta gastronómica es una ciencia delicada y debe hacerse teniendo en cuenta también las estructura de costos entre otros temas.

Sí solo pudiera dar un consejo o transmitir un aprendizaje sobre el manejo de restaurantes a sus hijos(as), de la situación generada por la pandemia 2020, ¿Cuál sería?

“El aquí y el ahora es el regalo máspreciado que tenemos, el tiempo es limitado. Podemos producir más dinero, pero no más tiempo”.

*Flor de María Pabón Vanegas, La Fonda Paisa Florida, Colombia*

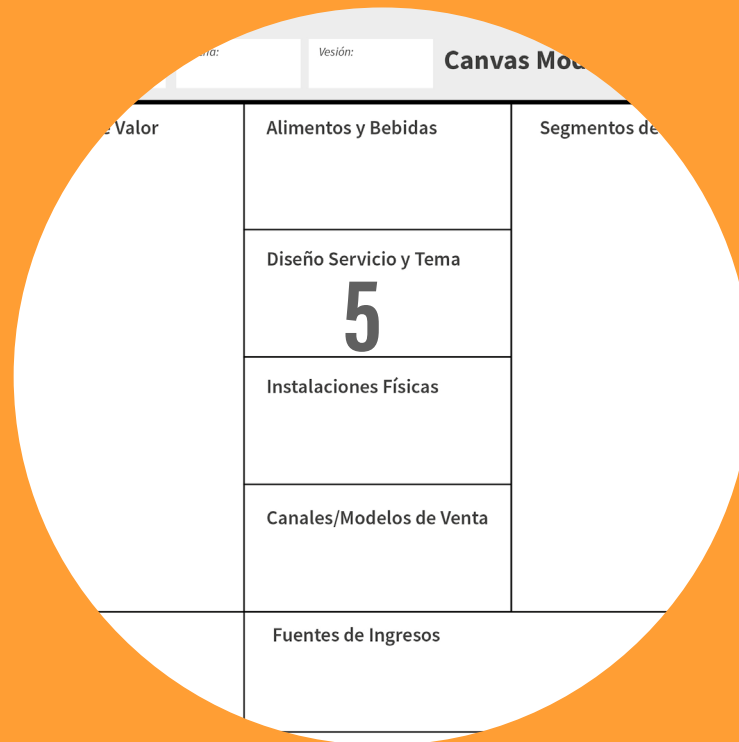
“La vida es una sola y lo material es pasajero, lo realmente importante es el ahora y el bienestar de las personas que están a nuestro alrededor. El dinero se recupera con trabajo en equipo.”

*Leyda Sedano Ramirez, Brides Academy, Colombia*

# Construya un modelo de servicio replicable y emotivo

Todos los restaurantes y la industria de la hospitalidad saben la importancia del servicio, pero no necesariamente implementan un procedimiento replicable para permitir a sus clientes recibir siempre el mismo nivel de experiencia.

Generar emociones ayudan a generar recordación, recompra y recomendación. Por eso es necesario PARAR y DISEÑAR el modelo de servicio adecuado a la marca.



Existe una herramienta llamada "Customer Journey" o viaje del consumidor, en el cual se fracciona en mini-momentos las tres etapas claves del servicio: Antes, durante y después.

Escriba en post-its la esencia del modelo de servicio a usar. Ej. Servicio temático enfocado en los años 70. Utilice un Post-it.

Sí solo pudiera dar un consejo o transmitir un aprendizaje sobre el manejo de restaurantes a sus hijos(as), de la situación generada por la pandemia 2020, ¿Cuál sería?

“Vivan pensando que no hay nada seguro en la vida.”

*Rafael Mendoza, Zirus Pizza, Colombia*

“Todo va a salir bien! Y volveremos a sentarnos a disfrutar de la comida que tanto nos gusta.”

*Diego Jaramillo, Noé sushi bar, Ecuador*



# Revise y mejore sus instalaciones físicas

**6/10**  
idea  
MASTERRESTAURANT

Su restaurante habla antes de que alguien pronuncie la primera palabra. El letrero de entrada grita, el tipo de sillas y decoración susurra, la iluminación del sitio, la temática o la falta de ella, todo le habla a la mente del cliente desde la primera mirada, igualmente a otros sentidos poderosos como el olfato, el oído y más adelante el tácto, para eventualmente llegar al paladar.

Hoy en día, el sitio web también forma parte de estas instalaciones y debe ser acorde al concepto conocido y esperado por sus clientes de su marca.

Valor	Alimentos y Bebidas	Segmentos de
	Diseño Servicio y Tema	
	<b>Instalaciones Físicas</b> <b>6</b>	
	Canales/Modelos de Venta	
	Fuentes de Ingresos	

Los restaurantes son un negocio. Por lo tanto requieren inversiones y retornos sobre esas inversiones. Cada moneda o billete invertida en él, debe tener sentido en la creación de valor para el cliente y por ende para la vida de la empresa en el tiempo.

Escriba en post-its los elementos claves para identificar el tipo de instalaciones físicas de su empresa. Utilice un Post-it.

Sí solo pudiera dar un consejo o transmitir un aprendizaje sobre el manejo de restaurantes a sus hijos(as), de la situación generada por la pandemia 2020, ¿Cuál sería?

“Prepararse para las crisis, procurar tener un fondo, guardar el 10% de las ventas para emergencias. Diversificar también las fuentes de ingreso, tener al menos en dos sectores.”

*Laura Cañón, Escarabajos Food Bike Friends, Colombia*

“Nosotros primero ponemos todo en manos de Dios y segundo no desmayar en el intento y reinventarnos para sacar nuevos servicios y recetas a nuestra clientela, no perder la fe.”

*Neissa Molina Perez, Marissa amore y parrilla, Colombia*

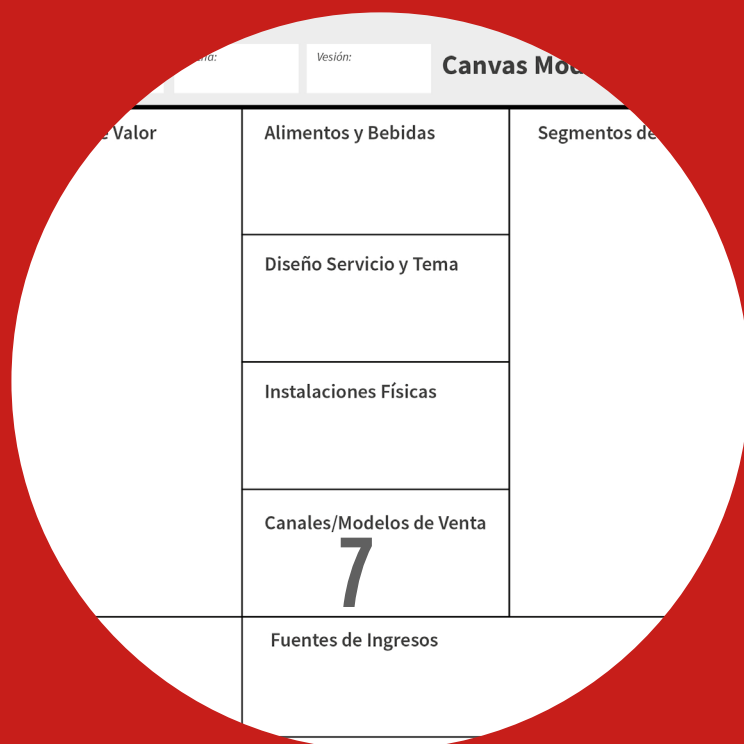
# Mejore y potencialice sus canales y modelos de venta

Estos son algunos ejemplos de como los restaurantes pueden innovar en canales de venta diferentes al punto de venta tradicional: Tener un drive through (venta desde el carro), despacho a domicilio, venta por el sitio web, venta y despacho por apps propias o de terceros, distribuidores en otros lugares, revendedores, alimentos empacados en otros canales, recetas con paquetes crudos para preparar en casa, entre otros.

También existe la posibilidad de modificar los modelos de venta. Hace referencia a buscar otras formas para la venta de nuestros servicios o productos tales como: Suscripciones, cupones, bonos, preventas, paquetes para eventos, combos, educación culinaria, acciones, etc.

Las posibilidades para innovar son casi infinitas mezclándose con otras industrias diferentes, antes impensables.

¿Quién dijo que los restaurantes solo pueden tener un modelo transaccional en el cuál solo venden alimentos y el cliente paga por ellos?



Escriba en post-its los canales y modelos de venta adecuados para la empresa. Utilice un Post-it para cada uno.

Sí solo pudiera dar un consejo o transmitir un aprendizaje sobre el manejo de restaurantes a sus hijos(as), de la situación generada por la pandemia 2020, ¿Cuál sería?

"Y en el momento menos pensado, cuando creemos que vamos por el camino correcto, todo se detiene y tenemos que volver a empezar. Así que nos toca levantar la cabeza, sonreír y seguir."

*Juan Felipe Rodríguez, Gula y Chilanguito, Colombia*

"Han sido 35 años de lucha, paciencia y tesón, vivir el día a día siempre con proyección y resguardo, siempre con pasión y esmero.

*Dayro Martin, Restaurante La Langosta Cartagena, Colombia*

# Comunique por medios y canales más interesantes

**8/10**  
idea  
MASTERRESTAURANT

Los restaurantes deben tener un presupuesto de mercadeo y publicidad mensual pre-establecido y se debe ejecutar en los canales donde demuestren tener mejores resultados.

Para esto es necesario MEDIR dichos resultados y así poder comparar cuales tienen los mejores indicadores de desempeño, permitiéndole optimizar las inversiones y por ende los resultados.

Nombre Restaurante:	Creado por:	Fecha:	Versión:	<b>Canvas Modelo Restaurante</b>	
Razón/Momento Consumo	Propuesta de Valor	Alimentos y Bebidas		Segmentos de Mercado	
		Diseño Servicio y Tema			
		Instalaciones Físicas			
		Canales/Modelos de Venta			
Canales de Mercadeo		<b>8</b>		Fuentes de Ingresos	
Estructura de Costos					

www.masterrestaurant.com  
Diseñado por: Diego F Parra P creador de MASTERRESTAURANT

MASTERRESTAURANT

Existen diferentes fuentes de marketing tradicional así como de marketing digital, no tenga miedo de invertir algo de dinero para descubrir cuales son los mejores para su marca.

Escriba en post-its los canales de mercadeo a utilizar. Utilice un Post-it para cada uno.

Sí solo pudiera dar un consejo o  
transmitir un aprendizaje sobre el  
manejo de restaurantes a sus hijos(as),  
de la situación generada por la  
pandemia 2020,  
¿Cuál sería?

“¡Haz siempre las cosas con amor y nunca  
abandones tus sueños!”

*María M. Valencia, Eventos Monik's, Colombia*

“La energía del servicio nos lleva a estrechar las manos de  
solidaridad.”

*Maribel Pinilla Landazábal, Restaurante ZaborArte - Hotel Chicamocha, Colombia*

# 9/10 idea



## Explore posibles fuentes de ingresos nuevas

Los modelos de venta tratados en el punto 7 se complementan con las fuentes de ingresos. Comúnmente al principio los restaurantes planean su modelo de negocio teniendo un solo tipo de ingresos generados por la venta de alimentos y bebidas. Sin embargo, en el largo plazo, para muchas empresas esto resulta ser solo la punta del iceberg.

Existen diversas fuentes como los eventos, items adicionales, ventas empresariales, servicios complementarios, alianzas multiservicios, alimentos empacados, franquicias, derechos de marca, etc., los cuales pueden pesar rápidamente más del 30% del negocio.

Nombre Restaurante:		Creado por:		Fecha:		Versión:		<b>Canvas Modelo Restaurant</b>	
Razón/Momento Consumo	Propuesta de Valor	Alimentos y Bebidas		Segmentos de Mercado					
		Diseño Servicio y Tema							
		Instalaciones Físicas							
		Canales/Modelos de Venta							
Canales de Mercadeo		Fuentes de Ingresos		<b>9</b>					
Estructura de Costos									

www.masterrestaurant.com  
Diseñado por: Diego F Parra P creador de MASTERRESTAURANT

Los restaurantes también pueden servir de canal de comunicación para marcas aliadas con el fin de generar nuevas fuentes de ingresos y valor hacia los clientes.

Escriba en post-its las fuentes de ingresos. Ej. Ventas congresos, ventas espacio para marcas, ventas alimentos adicionales menú. Utilice un Post-it para cada una.

Sí solo pudiera dar un consejo o transmitir un aprendizaje sobre el manejo de restaurantes a sus hijos(as), de la situación generada por la pandemia 2020, ¿Cuál sería?

“Es un momento de reinventarse y desde los restaurantes darle más valor a lo nuestro, apoyar a nuestros campesinos, ganaderos, pescadores , pequeños productores entre otros. Esto nos fortalecerá como región y como país y dinamizará más nuestra economía..”

*Carlos Jesús Contreras Ayala, Maíz Pelao, Colombia*

“Mantener identificado dentro de nuestro menú, cuál es el plato, ingrediente o salsa por la que nuestros comensales compran, con esto tener un producto alternativo, el cual se comercialice, trasladando a los clientes la preparación en sus casas, pero con la sazón de nuestro restaurante. ”

*Dorian Rallón, Wannaeat, Colombia*



# Revise, construya y organice su estructura de costos

# 10/10

## idea

MASTERESTAUANT

La industria gastronómica está llena de personas enamoradas de su función y de su empresa, sin embargo frecuentemente olvidan la importancia de revisar y mantener su estructura de costos y gastos.

Crear y actualizar las recetas estandar ayuda a mantener los costos y gastos sanos.

Nombre Restaurante:	Creado por:	Fecha:	Versión:	<b>Canvas Modelo Restaurante</b>	
Razón/Momento Consumo	Propuesta de Valor	Alimentos y Bebidas	Segmentos de Mercado		
		Diseño Servicio y Tema			
		Instalaciones Físicas			
		Canales/Modelos de Venta			
Canales de Mercadeo		Fuentes de Ingresos			
Estructura de Costos		<b>10</b>			

www.masterrestaurant.com  
Diseñado por: Diego F Parra P creador de MASTERESTAUANT

MASTERESTAUANT

El costeo de alimentos percederos y el manejo de los inventarios están dentro de los elementos de mayor valor y dificultad para los restaurantes. Comience a prestarles más atención. Poco a poco se sentirá más cómodo en esta área y las finanzas mejorarán.

Escriba en post-its las fuentes de costos y gastos a tener en cuenta. Utilice un Post-it para cada grupo de costos y gastos.

Nombre Restaurante:

Creado por:

Fecha:

Versión:

# Canvas Modelo Restaurante

Razón/Momento Consumo	Propuesta de Valor		Alimentos y Bebidas	Segmentos de Mercado	
					Diseño Servicio y Tema
					Instalaciones Físicas
					Canales/Modelos de Venta
Canales de Mercadeo		Fuentes de Ingresos			
Estructura de Costos					



# Gracias

Esperamos se haya dado la  
oportunidad de utilizar esta  
metodología.

  
**MASTERRESTAURANT**

[www.masterrestaurant.com](http://www.masterrestaurant.com)

[eng.diegoparra@gmail.com](mailto:eng.diegoparra@gmail.com)

Cel/ Whatsapp +57 3187357790