

E-Book Colaborativo **MASTERRESTAURANT**

**10**

Pasos para

# **POTENCIAR** **restaurantes**

*y negocios gastronómicos*

Mini guía de ideas introductorias a la metodología  
Masterrestaurant para crear y potenciar restaurantes  
y negocios gastronómicos exitosos



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

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

Tercera edición: 2023

La primera versión de este E-Book fue escrito en medio de la pandemia mundial, como una guía de reinención.

Con el paso del tiempo y a medida que miles de empresas en todo el planeta tienen sus primeros pasos en la implementación de la metodología de masterrestaurant, hemos actualizado la nueva versión como una versión introductoria para restaurantes y negocios gastronómicos que quieren crecer y buscan una estructura ordenada por pasos para este proceso.

**Hemos mantenido los consejos y aprendizajes sobre el manejo de restaurantes de más de 20 profesionales de la industria de restaurantes de 3 países.**

Sus nombres a continuación:

Carlos Jesús Contreras Ayala (Pág. 24)	Laura Cañón (Pág. 18)
Claudia Cárdenas Ardila (Pág. 8)	Leyda Sedano Ramirez (Pág. 14)
Dayro Martín (Pág. 20)	Libardo Suta Mogollón (Pág. 12)
Diego Fabián Parra Pabón (Pág. 4)	Manuel Agudelo (Pág. 6)
Diego Jaramillo (Pág. 16)	María M. Valencia (Pág. 22)
Dorian Rallón (Pág. 24)	Maribel Pinilla Landazábal (Pág. 22)
Flor de María Pabón V. (Pág. 14)	Melco Javier Martínez Forero (Pág. 26)
Francisco Javier Grimaldos (Pág. 22)	Miguel Kisic (Pág. 10)
Ivan Montenegro Arcila (Pág. 26)	Neissa Molina Pérez (Pág. 18)
José Mauricio Gómez Bueno (Pág. 10)	Rafael Mendoza (Pág. 16)
Juan Felipe Rodríguez (Pág. 20)	Wilson Gómez Cure (Pág. 8)
Laura Cañón (Pág. 18)	

E-Book Colaborativo **MASTERRESTAURANT**

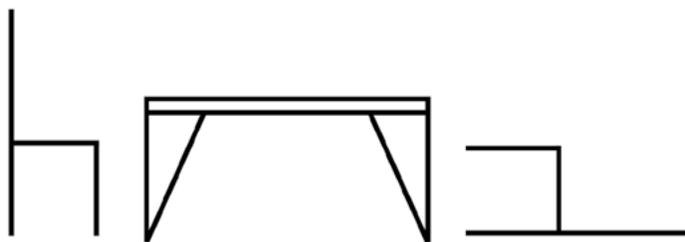
# 10

Pasos para

# POTENCIAR su restaurante

*y negocios gastronómicos*

Mini guía de ideas introductorias a la metodología  
Masterrestaurant para crear y potenciar restaurantes  
y negocios gastronómicos éxitosos



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

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

# Introducción



Este E-Book servir de introducción a la metodología de masterrestaurant para crear y potenciar restaurantes exitosos. Dando 10 pasos para responder a las preguntas de dueños, administradores y socios de restaurantes del planeta en sus restaurantes y negocios gastronómicos sobre como desarrollar sus empresas.

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

Esta es la tercera versión que publicamos. Gracias a todos los colaboradores que generosamente han aportado su conocimiento, sin más deseo que el de ayudar a otros. Estamos seguros estos aprendizajes resultarán de utilidad para todos.

Diego F. Parra P.:  
Creador de MASTERRESTAURANT



Sí solo pudiera dar un consejo o  
transmitir un aprendizaje sobre el  
manejo de restaurantes a sus hijos(as)...  
¿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	
<h1>1</h1>		Razón/Momento Consumo		Propuesta de Valor		Alimentos y Bebidas	
						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

Al final del documento encontrará la herramienta lista 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.

Visite  
**www.masterrestaurante.com**  
para adquirir nuestro libro en formato digital  
**DE ESCLAVO A DUEÑO**



Sí solo pudiera dar un consejo o transmitir un aprendizaje sobre el manejo de restaurantes a sus hijos(as)...  
¿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

## Paso

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)...  
¿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*

# 3/10 Paso



## 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

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)...  
¿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

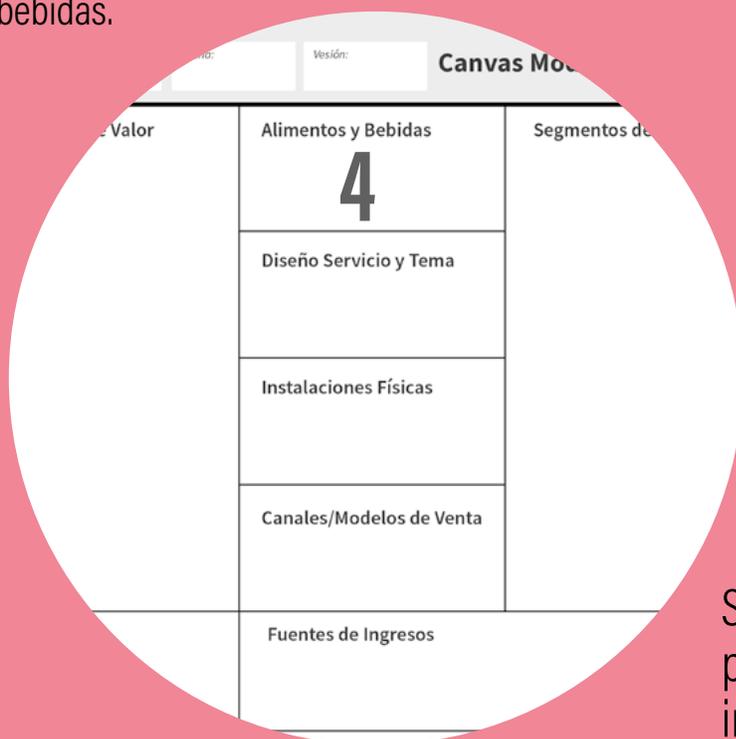
# 4/10

## Paso

MASTERESTAURANT

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.

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.

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

Sí solo pudiera dar un consejo o  
transmitir un aprendizaje sobre el  
manejo de restaurantes a sus hijos(as)...  
¿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*

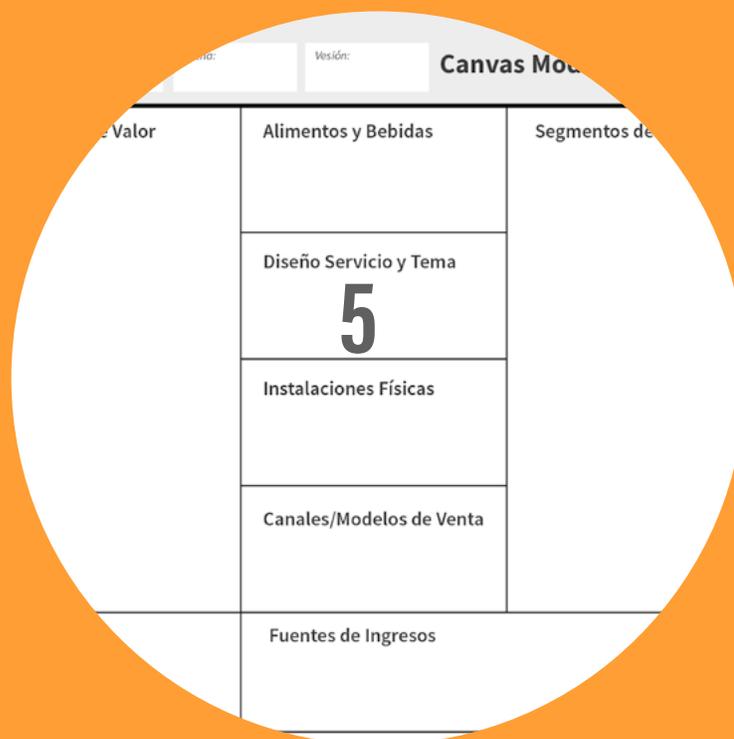
# 5/10 Paso

MASTERRESTAURANT

## 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 micro-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)...  
¿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

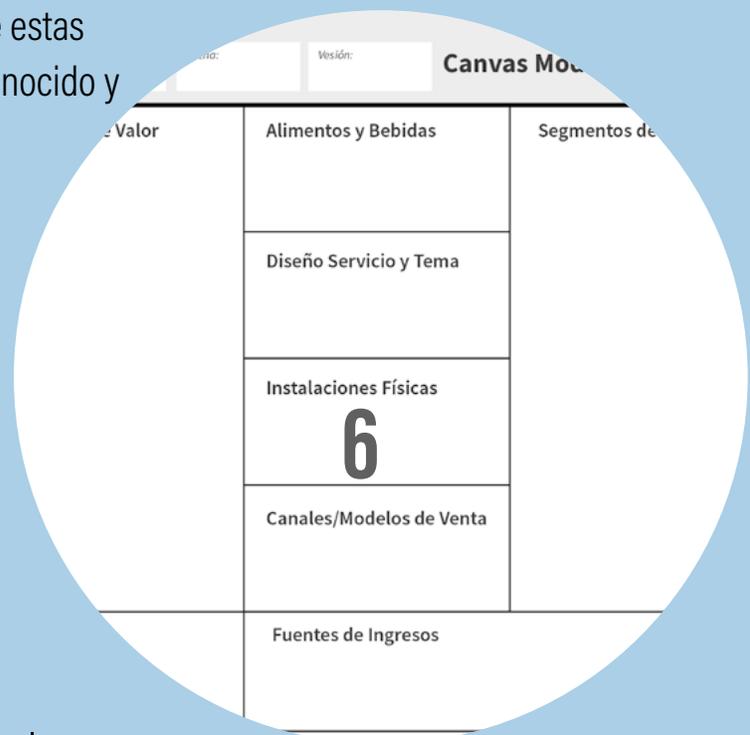
# 6/10

## Paso

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 tacto, 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.



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)...  
¿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*

# 7/10 Paso

MASTERRESTAURANT

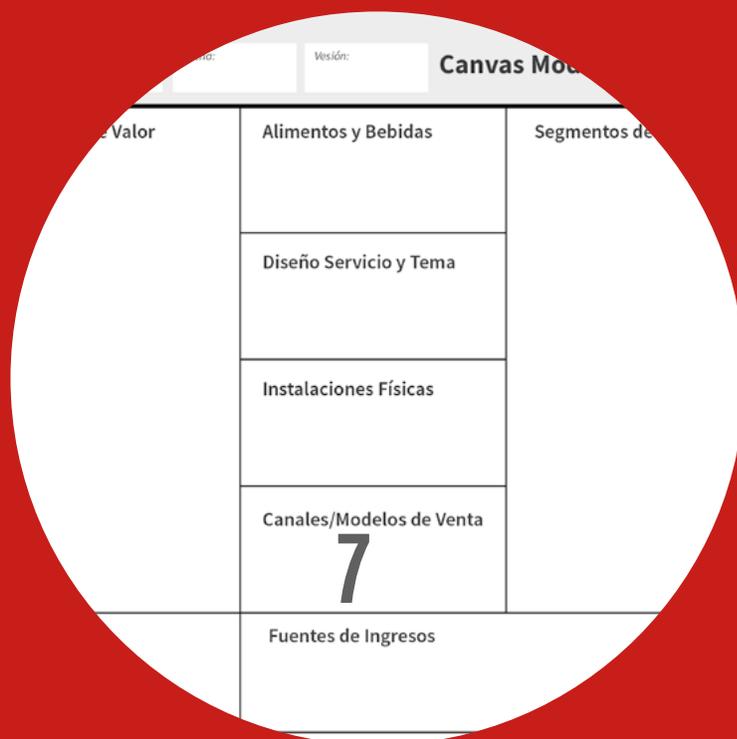
## Mejore y potencialice sus canales y modelos de venta

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)...  
¿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*

# Comuniquen por medios y canales más interesantes

# 8/10

## Paso

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 mediante testeo, 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)...  
¿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*

“Se debe hacer una mejor estructuración, clasificación y  
análisis de los costos considerando que estos son generados  
y consumidos básicamente por actividades de funcionamiento  
y operación del negocio, por la elaboración de los A&B y por la  
prestación de los servicios y de los inventarios hay que evaluar  
que bienes agregan valor o no al servicio”

*Francisco Javier Grimaldos Franco, Grimaldos asesores (gestión administrativa  
y financiera aplicada a la industria hotelera y de A&B), Colombia*

# 9/10 Paso



## 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:	Usó:	Canvas Modelo Restaurant	
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		9	
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)...  
¿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

## Paso

MASTERRESTAURANT

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:	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		<b>10</b>			

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

MASTERRESTAURANT

El costeo de alimentos perecederos 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.

Sí solo pudiera dar un consejo o transmitir un aprendizaje sobre el manejo de restaurantes a sus hijos(as)...  
¿Cuál sería?

“Hacer énfasis en la importancia de consumir productos orgánicos dándole prelación al campo colombiano. El campo primero, la industria extractiva pasará a un segundo plano.”

*Ivan Montenegro Arcila, Hojalco, Colombia*

“Nadie podía estar preparado para los retos que trajo la pandemia a los restaurantes. Dos acciones resalto como importantes para liderar el cambio de esta industria efectivamente después del COVID-19: La primera es poner especial cuidado en incluir cláusulas de fuerza mayor específicas al firmar contratos de arriendo y con los proveedores y aliados, previendo situaciones extremas que puedan llevar a medidas extremas como lo que ocurrió, y que permitan tener liquidez en momentos tan difíciles.

La segunda es potenciar o incluir un muy representativo porcentaje del negocio “para recoger” o “para llevar” a disposición del cliente por medios tecnológicos, velando porque el mayor valor se quede dentro del negocio mismo, en lugar de pagar altas comisiones a terceros y con óptimos parámetros de calidad y sostenibilidad. ”

*Melco Javier Martínez Forero, Napule Pizzería, Colombia*

# Bootcamp intensivo De aceleración de restaurantes

2 días aplicados para transformar su negocio

**Separe su cupo en [www.masterrestaurant.com/bootcamp](http://www.masterrestaurant.com/bootcamp)**

## ¿Qué es?

Este es el primer programa intensivo aplicado de 3 días de aceleración y potenciación de restaurantes. Creado

Combina el poder del entrenamiento altamente especializado de MASTERRESTAURANT y su metodología para potenciar los elementos claves en los restaurantes para su éxito y rentabilidad.

**Más de 20 años de experiencia, más de 5.340 experiencias de empresas que utilizan la metodología comprimidos en 3 días intensivos**

## ¿Para quien es?

Está buscado ¿Cómo potenciar, administrar y hacer crecer un restaurante rentable y exitoso? ¿Quiere dejar de ser esclavo de su empresa?.

Si ud es dueño, socio(a), administrador(a), gerentes, lidere o forma parte del equipo de restaurantes y quiere aumentar sus resultados, mejorar y organizar su operación, incrementar ventas y rentabilidad logrando restaurantes más exitosos y rentables, este es el programa para ud.

  
**MASTERRESTAURANT**



# Bootcamp intensivo De aceleración de restaurantes

2 días aplicados para transformar su negocio

Separe su cupo en [www.masterrestaurant.com/bootcamp](http://www.masterrestaurant.com/bootcamp)



## Beneficios a asistentes

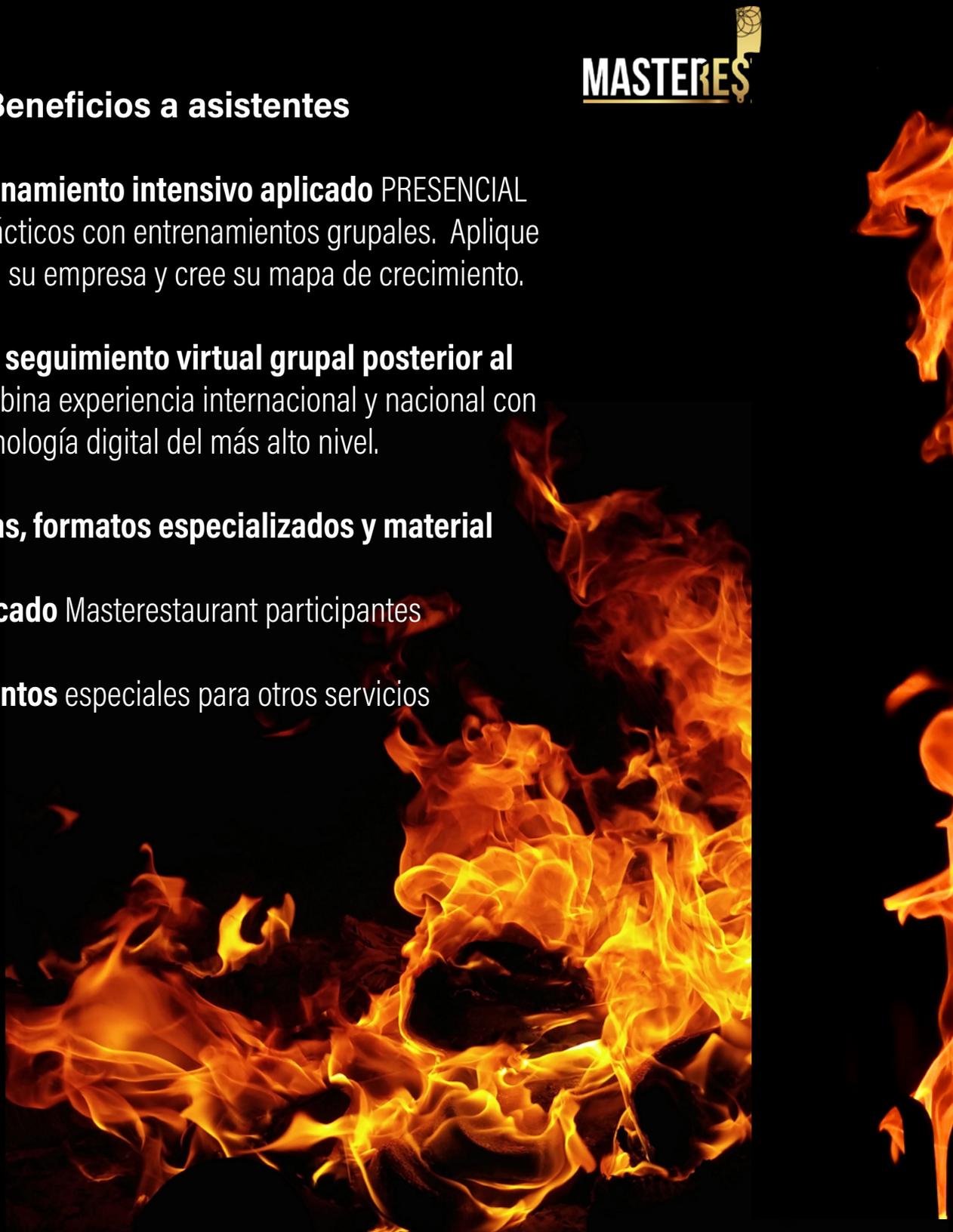
**2 días de entrenamiento intensivo aplicado PRESENCIAL** con ejercicios prácticos con entrenamientos grupales. Aplique en tiempo real a su empresa y cree su mapa de crecimiento.

**2 sesiones de seguimiento virtual grupal posterior al programa.** Combina experiencia internacional y nacional con tecnología digital del más alto nivel.

## Herramientas, formatos especializados y material

**Certificado** Masterrestaurant participantes

**Descuentos** especiales para otros servicios



# Bootcamp intensivo De aceleración de restaurantes

2 días aplicados para transformar su negocio

Separe su cupo en [www.masterrestaurant.com/bootcamp](http://www.masterrestaurant.com/bootcamp)



Potenciadores de crecimiento a desarrollar en el programa			
<b>Día 1 en Vivo</b>	<b>Metodología</b> Masterrestaurant para crear y potenciar restaurantes exitosos.	<b>Auto-Diagnóstico individual</b> Priorización de aspectos claves para su empresa.	<b>Estructura financiera y de espacios rentable.</b> Claves para la receta estándar.
<b>Día 2 en Vivo</b>	<b>Mapa de crecimiento Growth Map</b> , la mano del éxito y plan de trabajo individual.	<b>4 Potenciadores de crecimiento claves del modelo de negocio</b>	<b>Potenciadores de marketing digital y offline</b> para restaurantes con plan de marketing de crecimiento.
<b>Formación independiente</b> (Asincrónica posterior al programa)	<b>Más de 20h de estudio independiente en curso virtual grabado.</b>		
<b>Sesión de Seguimiento 1</b> (3 semanas después)	<b>Sesión virtual de seguimiento</b> , preguntas, recomendaciones y avances al plan de trabajo desarrollado durante el acompañamiento. (Grupal)		
<b>Sesión de Seguimiento 2</b> (6 semanas después)	<b>Sesión virtual de seguimiento</b> , preguntas, recomendaciones y avances al plan de trabajo desarrollado durante el acompañamiento. (Grupal)		

# Bootcamp intensivo De aceleración de restaurantes

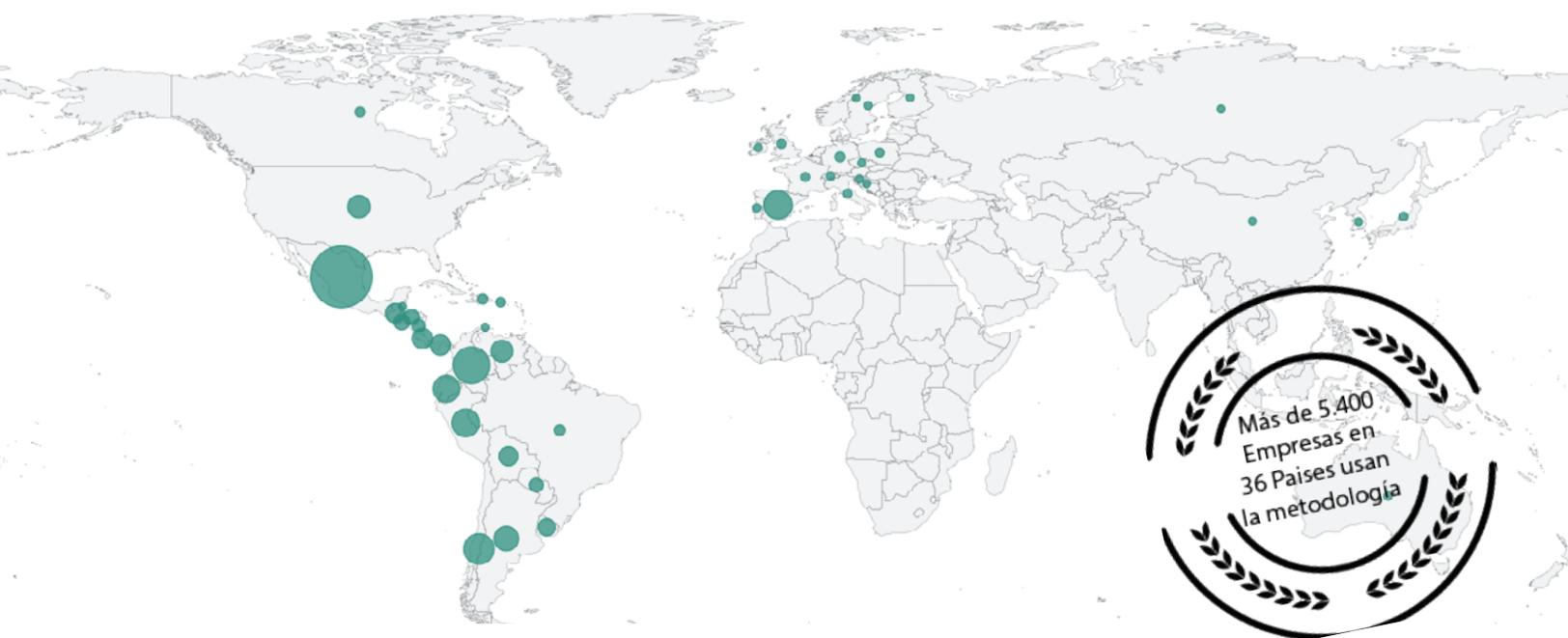
2 días aplicados para transformar su negocio

Separe su cupo en [www.masterrestaurant.com/bootcamp](http://www.masterrestaurant.com/bootcamp)

## Logros Esperados

¿Qué espera lograr el participante?	
Aspecto clave	Logo esperado
Metodología canvas restaurante Masterrestaurant	Organizar claramente cada uno de los aspectos claves del modelo de negocio de su restaurante basado en la herramienta de canvas de restaurante
Diagnóstico y plan de crecimiento(Growth Map)	Realizar un autodiagnostico priorizando los aspectos claves a trabajar organizados en un mapa de crecimiento.
Potenciadores de crecimiento	Aprender, identificar y clarificar como aplicar los principales potenciadores de crecimiento de restaurantes y negocio gastronómicos.
Estructura financiera y receta estándar	Revisar los elementos claves para la receta estándar así como la base para lograr rentabilidad en su estructura financiera.
Marketing Digital	Claves para potenciar el marketing digital y tradicional en su restaurante y fundamentos para plan de marketing de crecimiento
Operación diaria y manejo personal	Metodos claves de control y operación así como recomendaciones para manejo y entrenamiento de personal.

# ¿Quiénes utilizan la metodología?



Descargue los formatos y material en  
[www.masterrestaurant.com/material](http://www.masterrestaurant.com/material)

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