



en su punt 

Ana Saldaña

¿CUÁL  
ES TU  
PROPUESTA  
DE VALOR  
COMO



RESTAURANTE?

**E**n esta época cuando hasta el último centavo cuenta, es muy importante que el restaurante tenga una estrategia pensada en el largo plazo. Muchas veces nos enfocamos en rutinas que pueden no sólo ser muy malas prácticas para el negocio, sino que además afectan nuestro desempeño final. Por lo mismo, es bueno de vez en cuando echarnos un clavado en nuestro restaurante y si es necesario, replantear nuestra estrategia.

Yo lo veo en cuatro pasos muy simples:

#### ¿QUÉ TE HACE ÚNICO?

Si una persona entra a mi restaurante, ¿qué es lo que le vendió? Si todos los restaurantes vendieran lo mismo, no habría razón por la cual elegir uno sobre otro. Hay que pensar cuáles son los factores diferenciadores que hacen que tus clientes se sientan a tu mesa, ¿es el precio?, ¿el estilo de comida que sirves?, ¿mis clientes vienen

porque los atiendes bien? o simplemente vienen por comodidad porque les quedó de paso? No es una sola respuesta, sino que está compuesta por una serie de factores que te hacen único. Conociéndolos, sabrás cuáles son los puntos que más debes de cuidar para garantizar que continúes siendo único en el mercado.

#### ¿ESTOY EXPRIMIENDO TODO EL VALOR QUE PODRÍA OBTENER DE MI NEGOCIO?

Una vez que hemos entendido nuestra oferta diferenciadora, tenemos que pensar en los activos estratégicos que utilizamos para armar el producto que les ofrecemos a nuestros clientes. ¿Qué necesitamos para armar nuestro producto? Yo los divido en dos: los recursos humanos y los materiales. En el primero están todas las personas que trabajan en el restaurante. Es un balance precario que depende de cada uno de esos individuos. Debe funcionar a la perfección. Si uno falla, todo

el restaurante falla. Por ejemplo, si en la cocina agregan mucha sal a la comida, ésta se volverá incomible sin importar lo bueno que sea el servicio. Por esta parte, tampoco servirá si toda la cocina funciona perfectamente y las personas que sirven lo hacen de una manera desahogada. La falta en cualquier lugar hará que el cliente deje menos dinero en la mesa. Por lo mismo, hay que enfocar las energías para que estén en sintonía nuestros activos humanos.

Luego, en la parte de los activos materiales, son los ferros y las cosas que utilizamos, como por ejemplo el local, la cocina, los platos, los sistemas, hasta las ollas, todo. Parecería que no es muy importante, pero se dice muchas veces que *se hace lo que se puede con lo que se tiene*. Sin embargo, aquí te pregunto ¿qué recursos materiales requieres para hacer que tus recursos humanos funcionen más eficientemente? Por ejemplo, pensando en algo básico, si tengo una licuadora pequeña, ¿no sería mejor reemplazarla con una industrial para manejar más



volumen y acabar qué rápido para tener mejor rotación de mesas, porque la cocina trabaja más rápido? Depende de tu negocio pero una vez que entiendas qué es lo que le das al cliente, también lo hagas en cómo funcionan tus procesos desde la cocina hasta el salón/parking, y con la interacción de los recursos humanos con los recursos materiales, podrás identificar cómo funciona tu restaurante y así encontrar qué mejoras debes hacer en el proceso para impactar positivamente la rentabilidad de tu negocio.

#### ¿QUÉ NUEVAS HERRAMIENTAS EXISTEN PARA AHORRAR TIEMPO EN LA ADMINISTRACIÓN DEL NEGOCIO?

Esta es una estrategia que se arma paso por paso. Primero entendiéste qué es lo que te hace enojar después cómo interactúan tus recursos humanos y materiales, y ya identificaste zonas de mejora. Ahora tienes que pensar si únicamente requieres reorganizarte internamente o si requieres de más ayuda. Las ferias son muy buenas para comparar y ver lo que está pasando en la industria, pero sobre todo, si crees que bien

tu negocio, si conoces de 'pe a pa' el equipo humano y material con el que trabajas, podrás estar atento y ver si hay algo que te ayude a resolver los problemas que identificaste. ¿Hay un nuevo implemento de cocina que te ahorra tiempo? ¿Hubo algún ingrediente que me gusta como sabe y puedo incorporar en mi menú para que me salga más barato? ¿encontraré nuevos proveedores que me ahorran tiempo como administrador del negocio? ¿Qué nuevas adiciones tienen los sistemas? ¿Hay manera de reducir más las métricas con nuevos sistemas?

Por eso, el 30 de junio y 1 y 2 de julio próximo, aprovecha EX-PORESTAURANTES. No pierdas la oportunidad de re-evaluar tu estrategia de negocio e identificar las mejoras que incidirán en la mejor operación del restaurante. Te prometo que el tiempo que invertirás en hacerlo, bien valdrá la pena. ●

Escribenos y cuéntanos tus problemas vinculados con la operación de tu restaurante o envíanos un correo con tus preguntas a:

revistarestaurantesymas@yahoo.com.mx  
ana@anasidana.com

Te prometemos que lo abordaremos en próximos artículos.