



Estrategias digitales

PARA IMPULSAR LAS VENTAS

EN TU NEGOCIO GASTRONÓMICO

Cómo usar la tecnología, la inteligencia artificial y el marketing digital **para optimizar operaciones y atraer más clientes.**



loggro 
restobar

TABLA DE CONTENIDO

1

El panorama actual del negocio gastronómico

Pág. 4

2

Retos digitales en el sector gastronómico

Pág. 5

3

Marketing de contenido para negocios gastronómicos

Pág. 7

4

Cómo aplicar publicidad digital efectiva en tu negocio

Pág. 11

5

Campañas estratégicas que impulsan las ventas

Pág. 14

6

Inteligencia Artificial en tu negocio gastronómico

Pág. 17

Sobre Loggro Restobar

Pág. 23

Checklist para el éxito de tu negocio gastronómico

Pág. 20

INTRODUCCIÓN

Tener un restaurante, cafetería o cualquier negocio gastronómico en Colombia, es sentir que se vive constantemente en un escenario retador: costos operativos elevados, incremento en la informalidad, competencia y presión por menor consumo.

Ahora, con la digitalización y el deseo de brindar una experiencia única a los comensales, la necesidad de acelerar procesos ya no es una opción, es una determinación. **La inteligencia artificial permite automatizar turnos e incluso predecir intereses** y demanda redefiniendo la administración de este tipo de negocios y las experiencias del usuario final.

El negocio que no se adapta perderá fácilmente relevancia, pero el que adopte tecnología con estrategia, perdurará en el tiempo. **Este e-book reúne tácticas diseñadas para los dueños, administradores y emprendedores de negocios gastronómicos** que buscan mejorar su operación, tener mayor presencia digital y generar mayor oportunidad de venta.



CAPÍTULO 1:

EL PANORAMA ACTUAL DEL NEGOCIO GASTRONÓMICO

Hoy, más que nunca, **los negocios gastronómicos enfrentan el reto de vender más con menos esfuerzo**. Según estudios recientes y difundido por el medio *Portafolio.co* los consumidores colombianos han reducido su gasto en comidas fuera del hogar debido al aumento del costo de vida. El comensal actual no solo busca buena comida: quiere **rapidez, conveniencia y conexión digital**.



En Colombia, más de 38 millones de personas usan redes sociales activamente, y el 97,7% de los usuarios de Internet participa en al menos una red social. Colombiano.com



Esto significa que **más de la mitad de los colombianos está en el entorno digital** y buena parte de sus decisiones —incluyendo dónde comer— se toman ahí.

EL AUGE DEL CONTENIDO GASTRONÓMICO

La comida no solo se consume: se comparte. El 62% de los colombianos muestra interés en contenido gastronómico como recetas, restaurantes y experiencias culinarias.

Los restaurantes actuales ya no solo atienden en el local o salón. Reciben pedidos por **plataformas de delivery, WhatsApp, redes sociales y su propia web**.

Esta multiplicidad de canales, aunque poderosa, exige un manejo inteligente para evitar errores, duplicaciones o pérdidas de pedidos.

Por eso, integrar todos los puntos de venta en un solo sistema de gestión —como lo hace **Loggro Restobar**— permite mantener el control total: desde la orden y el inventario, hasta la facturación y los reportes.

CLAVES DEL NUEVO CONTEXTO GASTRONÓMICO

- ✓ Los clientes valoran **experiencias rápidas, estéticas y digitales**.
- ✓ Las decisiones de compra nacen en **redes sociales y buscadores**.
- ✓ Las plataformas de delivery y reservas son **aliadas estratégicas**.
- ✓ La **automatización** y el uso de datos reales son la base de la rentabilidad.



En un mundo donde la visibilidad digital define quién vende más, los restaurantes que aprendan a integrar tecnología, contenido y experiencia serán los que realmente se destaquen



CAPÍTULO 2:

RETOS DIGITALES EN EL SECTOR GASTRONÓMICO

Aunque la industria gastronómica ha evolucionado, **muchos negocios aún enfrentan barreras que frenan su crecimiento digital**. El primer paso hacia la transformación digital es **reconocer los retos actuales**, trazar un plan sólido para superarlos y competir con inteligencia en un mercado cada vez más digitalizado.

1. PRESENCIA DIGITAL INCONSISTENTE

El 60% al 70% de los consumidores revisa las redes sociales o el perfil de Google de un negocio antes de visitarlo. Un perfil sin actualizar o con pocas reseñas puede ser la diferencia entre recibir una reserva o perderla.

Solución:

Mantener una comunicación activa, con fotos recientes, promociones vigentes y respuestas oportunas a los comentarios. La constancia genera confianza.

2. RESISTENCIA A LA AUTOMATIZACIÓN

Muchos negocios pequeños creen que la automatización es costosa o innecesaria.

Solución:

Herramientas como Loggro Restobar permiten automatizar procesos reduciendo errores, mejorando tiempos de atención y aumentando la rentabilidad. Desde el control de inventario hasta la gestión de pedidos, la automatización permite que los dueños se concentren en lo más importante: ofrecer una gran experiencia al cliente.

3. MEDIOS DE PAGO LIMITADOS

En plena era digital, algunos negocios siguen sin aceptar pagos modernos como transferencias, códigos QR o datáfonos inteligentes. Esto aleja a los consumidores más jóvenes, que prefieren rapidez y opciones sin fricción.

Solución:

La adopción de pagos digitales aumenta las ventas, mejora la trazabilidad y fortalece la credibilidad del negocio.



4. PUBLICIDAD SIN TRAZABILIDAD

Uno de los errores más comunes es invertir en publicidad sin medir resultados. Se crean campañas sin objetivos claros o sin herramientas de análisis.

Solución:

La clave está en medir, ajustar y escalar. Si no se analizan los datos, no hay aprendizaje. Y sin aprendizaje, no hay crecimiento.

5. CONTENIDO VISUAL AMATEUR

En redes sociales, la primera impresión lo es todo. Fotos oscuras, videos mal grabados o diseños improvisados pueden hacer que incluso el mejor plato pase desapercibido.

Solución:

Cada publicación es una vitrina: debe reflejar la calidad del producto y la esencia del lugar.

6. FALTA DE ANÁLISIS DE DATOS

Muchos negocios toman decisiones basadas en intuición, no en información. Pero el éxito digital depende de conocer los números:

- ¿Qué productos se venden más?
- ¿En qué horarios hay mayor flujo?
- ¿Cuáles publicaciones generan reservas o pedidos?

Solución:

Implementar sistemas que registren y analicen información en tiempo real —como **Loggro Restobar**— y permitan convertir los números en estrategias.



CAPÍTULO 3:

MARKETING DE CONTENIDO PARA NEGOCIOS GASTRONÓMICOS

En el mundo gastronómico actual, el contenido es el nuevo menú. Las personas no sólo deciden dónde comer por la comida, sino por lo que ven, sienten y experimentan en redes sociales. Una imagen o video bien hechos pueden despertar el apetito, generar curiosidad y llevar a un cliente directo a tu mesa. El marketing de contenido no se trata de publicar por publicar, sino de contar historias que vendan experiencias.

1. LA COMIDA TAMBIÉN ENTRA POR LOS OJOS

En redes como Instagram y TikTok, **los usuarios buscan emociones:** colores, texturas, sonidos y momentos que les provoquen visitar tu negocio. Por eso, cada plato que sirves puede ser una pieza de contenido, si se presenta de forma atractiva.

Ejemplo simple:

Un video mostrando cómo se sirve un café con arte latte, acompañado del sonido ambiente y una sonrisa del barista, puede generar más reservas que un anuncio genérico de “Ven a nuestro café”.

TIP

Cuida tres elementos clave: luz natural, limpieza visual y autenticidad. Los clientes valoran lo real más que lo perfecto.



2. CONSTRUYE UNA PARRILLA DE CONTENIDO

Una estrategia sólida requiere planificación. No se trata de improvisar publicaciones, sino de mantener coherencia visual y narrativa.

Aquí una guía semanal de ejemplo:

DÍA	TIPO DE CONTENIDO	OBJETIVO
 Lunes	Plato o bebida del día	 Inspirar visita o pedido
 Martes	Tip o curiosidad gastronómica	 Educar y conectar
 Miércoles	Detrás de escena o preparación	 Mostrar autenticidad
 Jueves	Promoción o evento especial	 Generar tráfico
 Viernes	Experiencia del cliente	 Validar confianza
 Sábado	Video corto o tendencia	 Alcance y viralidad
 Domingo	Mensaje emocional o de estilo de vida	 Cerrar con conexión humana



¡CONSEJO!

Combina formatos: foto, carrusel, reels, historias, encuestas o transmisiones en vivo.

3. CREA HISTORIAS, NO SOLO PUBLICACIONES

El contenido gastronómico más poderoso es aquel que cuenta algo más allá del plato: quién lo preparó, por qué se eligió ese ingrediente o qué representa en la cultura del lugar.

Por ejemplo:

"Nuestra receta de lasaña lleva más de 20 años en la familia. Hoy sigue siendo el plato más pedido en nuestro restaurante." Historias como esta generan conexión emocional y recordación de marca.

4. EL PODER DEL CONTENIDO GENERADO POR EL USUARIO (UGC)

Tus propios clientes son los mejores promotores de tu negocio. Si logras que compartan fotos, vídeos o reseñas, estás obteniendo publicidad gratuita y auténtica.

Cómo fomentar el UGC:

- ✓ **Diseña espacios** "instagrammeables" con buena luz y decoración llamativa.
- ✓ **Crea un hashtag propio** (#SaboresDeProvenza o #BrunchConEstilo).
- ✓ **Pide a los clientes** que compartan su experiencia etiquetando tu cuenta.
- ✓ **Repostéalo en tus redes**, agradeciendo públicamente.



5. VIDEO: EL FORMATO REY DE LA GASTRONOMÍA

Los vídeos cortos son el contenido con mayor alcance orgánico. Son ideales para mostrar procesos, ambiente y emociones en segundos.

Ideas prácticas:

- ✓ **Behind the scenes:** la preparación de un plato.
- ✓ **Momentos humanos:** la reacción de un cliente probando algo nuevo.
- ✓ **Experiencias:** música en vivo, brunchs, cócteles o celebraciones.
- ✓ **Tendencias:** adapta audios virales a tu estilo.



6. EDUCAR TAMBIÉN ES VENDER

El contenido educativo no solo atrae seguidores, también fideliza clientes. Puedes publicar tips, curiosidades o recomendaciones útiles:

- ✓ Cómo conservar el café en casa.
- ✓ Qué vinos combinan con tus platos.
- ✓ Beneficios de ingredientes locales.

Estos temas posicionan tu marca como experta y confiable, lo que genera preferencia natural.



7. MIDE TU DESEMPEÑO

Publicar sin analizar es como cocinar sin probar. Usa los informes de Meta, TikTok o Google para conocer qué tipo de contenido genera más interacción.

Métricas clave:

Alcance: cuántas personas lo vieron.

Engagement: reacciones, comentarios, compartidos.

CTR: porcentaje de clics o reservas generadas.

Con esa información, replica lo que funciona y ajusta lo que no.

CAPÍTULO 4:

CÓMO APLICAR PUBLICIDAD DIGITAL EFECTIVA EN TU NEGOCIO

1. DEFINE UN OBJETIVO CLARO

El primer paso de toda estrategia publicitaria es definir un solo objetivo. Muchos negocios cometen el error de intentar vender, fidelizar, posicionar y atraer al mismo tiempo. Eso dispersa el mensaje y reduce el impacto.

Algunos ejemplos de objetivos específicos para un negocio gastronómico:

- ✓ Aumentar las reservas en horarios de baja afluencia.
- ✓ Incrementar los pedidos a domicilio.
- ✓ Posicionar un nuevo menú o plato estrella.
- ✓ Promocionar un evento o experiencia especial.



Una campaña sin un objetivo claro es como un restaurante sin menú: nadie sabe qué pedir.



2. DEFINE TU OFERTA DE VALOR

Antes de hablarle al público, debes tener claro **por qué deberían elegirte a ti** y no a otro restaurante. Tu oferta de valor debe responder a una pregunta simple: **¿Qué hace única tu experiencia gastronómica?**

Puede ser:

- ✓ Tu rapidez en el servicio.
- ✓ El sabor o la autenticidad de los platos.
- ✓ La estética del lugar.
- ✓ La experiencia completa (comida + ambiente + atención).

Cuando comunicas esto con claridad, tus campañas dejan de ser genéricas y comienzan a conectar emocionalmente.

3. CONOCE A TU CLIENTE IDEAL (BUYER PERSONA)

Definir a tu cliente ideal te permite diseñar mensajes, imágenes y ofertas que realmente le interesen.

Por ejemplo:

“Una Valeria tiene 28 años, vive en Medellín, ama los brunch y busca lugares estéticos para compartir contenido en redes sociales.”

Ese tipo de detalle ayuda a orientar todo: desde el tono del mensaje hasta el tipo de foto que usas en los anuncios. Crea un perfil del cliente ideal basado en tus ventas reales, no solo en suposiciones.

4. CREA EXPERIENCIAS VISUALES QUE SE COMPARTAN

En el mundo gastronómico, una buena foto puede vender más que un descuento. Diseña tus espacios y tus platos pensando en cómo se verán en redes sociales. Cada cliente puede ser un generador de contenido (UGC: User Generated Content).

Por ejemplo: Si tu restaurante tiene una pared con un mensaje atractivo o una presentación de plato “instagrammeable”, estás generando publicidad orgánica sin costo.

5. ELIGE LOS CANALES ADECUADOS

No todos los canales funcionan igual. Cada plataforma tiene su propósito. Aquí las más efectivas para el sector gastronómico:



→ **Meta Ads (Facebook, Instagram, WhatsApp):** Perfecta para campañas locales. Permite segmentar por ubicación, edad, intereses y comportamientos. Ideal para mostrar experiencias, platos, promociones y generar reservas directas.



→ **Google Ads & Google Maps:** Excelente para captar intención de búsqueda.

Ejemplo: “pizzería en Medellín” o “brunch en Provenza”. Aparecer en el momento en que el usuario busca es una oportunidad de venta directa. Además, Google Maps es gratuito y posiciona tu negocio de forma local si mantienes tu perfil optimizado.



→ **TikTok Ads:** Ideal para contenido creativo y visual. Muestra la preparación de los platos, los ambientes o las experiencias del cliente. Perfecto para viralizar y conectar con audiencias jóvenes.



→ **WhatsApp Business:** Un canal directo para reservas, fidelización y atención personalizada. Permite automatizar mensajes, usar catálogos digitales y hacer seguimiento a clientes frecuentes.



6. APLICA LA ESTRATEGIA DEL “FRANCOTIRADOR”

No se trata de impactar a todos, sino de llegar a las personas correctas. En marketing, esto se conoce como targeting de precisión.

- ✓ Segmenta por ubicación (radio cercano al local).
- ✓ Filtra por intereses (gastronomía, brunch, experiencias).
- ✓ Usa públicos personalizados (personas que visitaron tu web o interactuaron con tus redes).
- ✓ Excluye audiencias irrelevantes para optimizar presupuesto.

7. MIDE Y OPTIMIZA

Toda campaña debe medirse con métricas claras:

- ✓ CTR (Click Through Rate): mide el interés que genera tu anuncio.
- ✓ CPA (Costo por adquisición): cuánto te cuesta cada cliente o conversación.
- ✓ ROAS (Retorno de la inversión publicitaria): cuánto obtienes por cada peso invertido.



Si una campaña no funciona, cámbiala rápido. *Haz pruebas, ajusta públicos, formatos o mensajes.*

Lo digital es dinámico: la clave está en probar y escalar lo que da resultado.



CAPÍTULO 5:

CAMPAÑAS ESTRATÉGICAS QUE IMPULSAN LAS VENTAS

Una buena estrategia digital no se trata solo de publicar contenido, sino de crear campañas con propósito y estructura. En la industria gastronómica, cada acción debe tener un objetivo: llenar mesas, aumentar pedidos o mejorar la recordación de marca.

Aquí conocerás tres tipos de campañas efectivas que todo restaurante, bar o cafetería puede aplicar —sin necesidad de grandes presupuestos— para lograr resultados reales.

1. CAMPAÑAS DE TRÁFICO LOCAL

El primer paso es atraer clientes cercanos. De nada sirve tener miles de vistas si las personas que las ven viven a kilómetros de distancia.

Las campañas de tráfico local en Meta Ads y Google Maps permiten impactar a quienes se encuentran dentro de un radio geográfico específico, por ejemplo, 3 km alrededor del negocio.

Objetivo: aumentar visitas presenciales o reservas en el punto de venta.

Cómo hacerlo:

- ✓ Segmenta por ubicación (barrio o zona).
- ✓ Usa frases con cercanía: “A solo unas cuadras de ti”, “Ven a probar el mejor almuerzo ejecutivo de Provenza”.
- ✓ Añade el botón “Cómo llegar” o “Reservar ahora”.
- ✓ Asegúrate de tener actualizado tu perfil en Google Maps con fotos, horarios y reseñas.

Dato: un perfil optimizado en Google Maps puede aumentar hasta un 20% el número de visitas presenciales.



2. PROMOCIONES TEMPORALES Y TÁCTICAS DE URGENCIA

Las promociones no siempre significan descuentos. Lo importante es generar movimiento y sensación de oportunidad.

Algunas ideas efectivas:

- ✓ **Combos limitados:** “Menú especial de temporada solo hasta el domingo”.
- ✓ **Upselling inteligente:** “Agrega tu bebida favorita por solo \$3.000 más”.
- ✓ **Eventos temáticos:** “jueves de cocteles 2x1” o “Brunch musical los domingos”.
- ✓ **Promos digitales:** cupones exclusivos para quienes reservan por WhatsApp o redes sociales.

Usar el principio psicológico de escasez o tiempo limitado acelera la decisión de compra.

3. CAMPAÑAS DE REMARKETING (VOLVER A IMPACTAR)

No todas las personas compran en el primer contacto.

De hecho, más del **80% de los usuarios** necesitan al menos dos interacciones antes de decidirse. **Ahí entra el remarketing.**



¿Qué es?

Volver a mostrar anuncios a quienes ya interactuaron con tu negocio: visitaron tu sitio web, abrieron tu menú, escribieron al WhatsApp o vieron tus publicaciones.

Ejemplo de secuencia efectiva:

1. Anuncio inicial:

muestra tu experiencia o menú.



2. Remarketing:

invita a reservar, promoción, reseñas, videos del ambiente o testimonios.



4. MIDE, COMPARA Y OPTIMIZA

No existe una fórmula mágica. Cada campaña debe evaluarse con **métricas claras, qué mide y por qué importa:**



CTR

Porcentaje de clics sobre impresiones

Mide el atractivo del anuncio



CPA

Costo por acción (clic, reserva, mensaje)

Evalúa la eficiencia de la inversión



ROAS

Retorno de inversión publicitaria

Determina la rentabilidad real

La clave está en probar, ajustar y escalar. Si una promoción no funciona, no significa que la plataforma falle, sino que necesita optimización: cambiar la imagen, el público o el texto.



En digital, el éxito no es cuestión de suerte, sino de análisis constante.



6. RECOMENDACIONES FINALES

- ✓ Prioriza los objetivos locales antes que los globales.
- ✓ Planifica campañas con fechas específicas y mensajes claros.
- ✓ Usa formatos de video corto: funcionan mejor para gastronomía.
Aunque no dejes de probar formatos.
- ✓ Mantén coherencia entre lo que promocionas y lo que entregas.
- ✓ Conecta tu operación digital con tu operación real.



Una campaña bien planificada no solo atrae clientes, sino que convierte tu negocio en una marca memorable.



CAPÍTULO 6:

INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN TU NEGOCIO GASTRONÓMICO

Durante años, la inteligencia artificial (IA) fue vista como una tecnología exclusiva para grandes empresas. Hoy, esa barrera desapareció. Las herramientas están al alcance de cualquier negocio, incluso los más pequeños, y pueden marcar la diferencia en productividad, servicio al cliente y ventas.

“

La IA no reemplaza la creatividad humana ni la pasión gastronómica. La potencia. La hace más eficiente, más precisa y rentable.

”

¿QUÉ ES LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y POR QUÉ IMPORTA?

La IA permite automatizar tareas, analizar datos y generar contenido con rapidez. En el contexto gastronómico, esto significa:



Ahorrar tiempo
en tareas repetitivas.



Conocer mejor
a tus clientes.



Tomar decisiones
basadas en datos reales.



Crear contenido atractivo
sin depender de grandes equipos.



En palabras simples: hacer más, con menos esfuerzo.

1. CHATBOTS INTELIGENTES Y ATENCIÓN AL CLIENTE

Los chatbots ya no son mensajes automáticos rígidos. Hoy existen asistentes con IA capaces de entender preguntas y responder de manera natural.

Por ejemplo:

- ✓ Tomar reservas directamente por WhatsApp o el sitio web.
- ✓ Enviar el menú actualizado según el día.
- ✓ Sugerir platos o promociones personalizadas.

Con herramientas como ChatGPT, Manychat, Cliengo o Gemini, puedes configurar un chatbot que funcione 24/7, incluso en varios idiomas si atiendes turistas.

2. ANALIZA TUS DATOS Y PREDICE COMPORTAMIENTOS

¿Sabes qué plato se vende más los fines de semana? ¿O cuáles días desperdicias más ingredientes? La IA puede ayudarte a responder estas preguntas en segundos. Conectada a sistemas como Loggro Restobar, la inteligencia artificial puede:

Identificar patrones de consumo.

Sugerir ajustes en el menú según ventas reales.



Detectar tendencias estacionales o por horarios.

El resultado: decisiones más inteligentes y basadas en evidencia, no en intuición.

3. GENERACIÓN DE CONTENIDO CON INTELIGENCIA ARTIFICIAL

El contenido visual es vital en la gastronomía y la IA facilita su producción. Puedes crear fotos, videos y textos atractivos sin depender de un equipo grande.

Algunas herramientas recomendadas:

- ✓ **Veo 3 (Google):** genera videos promocionales realistas.
- ✓ **Gemini + Imagen 3:** crea imágenes profesionales de platos o ambientes.
- ✓ **Canva Magic Studio:** combina diseño con automatización.



Ejemplo práctico:

Toma una foto real de tu producto, cárgala en una herramienta de IA y pídele que la sitúe en un ambiente elegante o que mejore su iluminación. En segundos, obtendrás una pieza lista para redes sociales o pauta digital.



CÓMO COMENZAR (SIN COMPLICARTE)

Empezar con IA no requiere inversión grande ni conocimientos técnicos.
Sigue este orden:



1. Elige un área específica (atención al cliente, contenido o análisis).



2. Prueba herramientas gratuitas como ChatGPT, Gemini, Claude y demás.



3. Mide el impacto real en tiempo o ventas.



4. Escala gradualmente.

“Integrar IA en tu negocio no es una moda. Es el nuevo estándar de eficiencia.”

LOGGRO RESTOBAR Y LOS REPORTES APLICADOS

Loggro Restobar incorpora tecnología para que los negocios gastronómicos gestionen mejor sus operaciones y tomen decisiones basadas en datos:

- ✓ Reportes automáticos de ventas y rentabilidad.
- ✓ Control de inventario inteligente.
- ✓ Facturación electrónica integrada.
- ✓ Datos de desempeño por punto, horario o producto.

Gracias a esta analítica, los administradores pueden optimizar recursos, anticipar tendencias y mejorar la rentabilidad del negocio sin esfuerzo manual.

“La inteligencia artificial no reemplaza la pasión por cocinar, pero sí libera el tiempo necesario para crecer.”



✓ CHECKLIST PARA EL ÉXITO DE TU NEGOCIO GASTRONÓMICO

Llegó el momento de pasar de la teoría a la acción. Este checklist te servirá como una guía práctica para evaluar el nivel de digitalización y eficiencia de tu negocio gastronómico. No se trata de hacerlo todo de golpe, sino de **avanzar paso a paso, midiendo resultados y construyendo mejoras sostenibles**.

1. ESTRATEGIA Y VISIBILIDAD DIGITAL

- ☐ Tengo ficha actualizada en Google Maps, con fotos, horarios y reseñas.
- ☐ Publico contenido frecuente en redes sociales con buena calidad visual.
- ☐ Uso campañas segmentadas para atraer clientes en zonas cercanas.
- ☐ Mido el rendimiento de mis publicaciones y anuncios.
- ☐ Mantener coherencia en la comunicación de mi marca (colores, tono y estilo).

Objetivo: Que los clientes te encuentren fácilmente y reconozcan tu propuesta de valor antes de visitarte.

2. COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE

- ☐ Tengo un número de WhatsApp Business con respuestas automáticas y catálogo.
- ☐ Facilito reservas y pedidos por chat o redes sociales.
- ☐ Respondo reseñas y comentarios en máximo 24 horas.
- ☐ Uso chatbots o asistentes digitales para mantener atención 24/7.
- ☐ Ofrezco menús digitales o códigos QR actualizados.

Objetivo: Convertir la atención rápida en una experiencia memorable.

3. OPERACIÓN Y EFICIENCIA

- ☐ Uso un software POS para registrar pedidos, ventas e inventarios.
- ☐ Automatizo tareas repetitivas (reportes, alertas, pedidos).
- ☐ Coordino cocina, servicio y caja desde un mismo sistema.
- ☐ Monitoreo en tiempo real el desempeño de cada punto de venta.
- ☐ Realizo reportes semanales de productividad.

Objetivo: Mejorar tiempos, reducir errores y tomar decisiones informadas.

4. ANALÍTICA Y TOMA DE DECISIONES

- ☐ Reviso métricas de ventas y rentabilidad por producto.
- ☐ Identifico qué promociones o campañas generan más impacto.
- ☐ Ajusto estrategias con base en resultados, no intuiciones.
- ☐ Comparo meses, temporadas y horarios para optimizar.
- ☐ Tengo claridad sobre mis indicadores clave (KPIs) del negocio.

Objetivo: Que cada decisión esté respaldada por datos reales.

5. INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍA

- ☐ He probado herramientas de inteligencia artificial para marketing o servicio.
- ☐ Uso IA para generar contenido visual o textos publicitarios.
- ☐ Analizo reseñas y comentarios con herramientas digitales.
- ☐ Automatizo flujos de comunicación con clientes recurrentes.
- ☐ Evalúo nuevas integraciones digitales cada trimestre.

Objetivo: Mantener al negocio en constante evolución tecnológica.

6. EQUIPO Y CULTURA DIGITAL

- ☐ Capacito al personal en herramientas digitales y servicio al cliente.
- ☐ Realizo reuniones periódicas para revisar resultados y aprendizajes.
- ☐ Motivo a mi equipo a aportar ideas de mejora.
- ☐ Tengo manuales de procesos actualizados.
- ☐ Fomento una cultura basada en datos, colaboración y mejora continua.

Objetivo: Que la digitalización sea parte de la cultura, no solo del software.

7. EVALÚA TU NIVEL DE MADUREZ DIGITAL

NIVEL	DESCRIPCIÓN	ACCIÓN RECOMENDADA
 Básico	Presencia digital mínima, sin control centralizado.	Inicia con Loggro Restobar y redes sociales activas.
 Intermedio	Uso parcial de herramientas, pero sin integración total.	Automatiza procesos y mide resultados.
 Avanzado	Operación digital completa y medición por datos.	Escala campañas y experimenta con IA.

PASO A PASO

No se trata de hacerlo todo al mismo tiempo, sino de avanzar con estrategia.

Cada casilla que marques te acerca a un negocio más rentable, organizado y conectado con sus clientes.

Y si quieres hacerlo más fácil, **Loggro Restobar te ayuda a automatizar gran parte de este checklist:** control, facturación, reportes, inventarios, reservas y más... **todo desde una sola plataforma.**



SOBRE LOGGRO RESTOBAR

Loggro Restobar es una **solución tecnológica creada especialmente para restaurantes, bares, cafeterías, panaderías y negocios gastronómicos** que buscan simplificar su operación, aumentar su rentabilidad y tomar decisiones basadas en datos reales.

1. QUÉ ES LOGGRO RESTOBAR

Es un software POS todo en uno diseñado para centralizar las operaciones del negocio gastronómico. Desde la toma de pedidos hasta la facturación electrónica, Loggro Restobar integra cada área del negocio en un flujo de trabajo ágil y transparente.

2. PRINCIPALES FUNCIONALIDADES

Toma de pedidos y ventas

integradas: Registra pedidos desde el salón, la barra o el delivery, y sincronízalos con la cocina en tiempo real.



Control de inventario

automático: Reduce pérdidas y controla costos con actualizaciones automáticas por cada venta o consumo.



Facturación electrónica nativa y conexión DIAN:

Cumple con la normativa colombiana sin necesidad de sistemas adicionales.



Reportes e indicadores de rentabilidad:

Visualiza las métricas clave de tu negocio: ventas, márgenes, productos más rentables, horarios de mayor flujo y desempeño del personal.



Gestión de múltiples

puntos de venta: Administra varios locales o franquicias desde una sola cuenta.



Acceso desde cualquier dispositivo: Todo en la nube.

Consulta la información desde tu computador, tablet o celular, en cualquier momento y lugar.



Integración con plataformas de delivery y reservas:

Conecta fácilmente con apps como Rappi, Uber Eats, Domicilios.com o tu propio sistema de pedidos en línea.



3. BENEFICIOS REALES PARA TU NEGOCIO

- ✓ Ahorra tiempo en procesos operativos y administrativos.
- ✓ Disminuye errores humanos en pedidos y cierres de caja.
- ✓ Mejora la trazabilidad de ventas, costos e inventarios.
- ✓ Centraliza información para tomar decisiones rápidas y acertadas.
- ✓ Optimiza la gestión de tu personal y mejora la atención al cliente.
- ✓ Incrementa tus ventas al conectar marketing, reservas y facturación.



4. DIFERENCIADORES DE LOGGRO RESTOBAR



- **Desarrollado** en Colombia
- **Soporte local** y capacitación continua.
- **Actualizaciones** automáticas **sin costos** adicionales.
- **Diseño intuitivo:** pensado para que cualquier miembro del equipo pueda usarlo fácilmente.



“



Seguridad en la nube: tus datos siempre protegidos.
Loggro Restobar no es solo un software. **Es un socio digital que crece contigo.**

”

TRANSFORMA TU NEGOCIO GASTRONÓMICO HOY

Si llegaste hasta aquí, ya sabes que la clave para crecer está en **conectar tu operación con la tecnología.**



Da el paso hacia un **negocio más eficiente, rentable y moderno** con el apoyo de

loggro
restobar

→ Descubre cómo puedes **digitalizar tu restaurante o bar** en cuestión de días.

SOLICITA TU DEMO GRATUITA

www.loggro.com/restobar

Contáctanos:

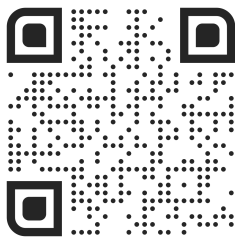
✉ info@loggro.com

📞 +57 304 - 385 - 4956

📱 [f](#) [x](#) [v](#) [in](#) [@](#) [@tuloggro](#)



ESCANÉAME



“

“La verdadera transformación **COMIENZA** cuando decides tener control de tu negocio, no solo de tu cocina.”

”

