

PROGRAMA DE ESPECIALIZACIÓN

GESTIÓN ESTRATÉGICA DE BARES Y RESTAURANTES: OPERACIÓN, RENTABILIDAD Y EXPERIENCIA DEL CLIENTE



Certifica: Cámara de Comercio de Lima

SOBRE EL PROGRAMA

En un entorno altamente competitivo y en constante evolución, la gestión de bares y restaurantes exige hoy mucho más que una buena propuesta gastronómica. Se requiere una visión estratégica orientada a la rentabilidad, la experiencia del cliente y la innovación continua.

El Programa de Especialización en Gestión de Bares y Restaurantes – Edición 2026 ha sido diseñado para formar profesionales capaces de liderar negocios gastronómicos de manera eficiente, rentable y diferenciada. A través de un enfoque práctico y actualizado, los participantes aprenderán a optimizar operaciones, gestionar costos, posicionar su marca y tomar decisiones basadas en datos, alineadas a las nuevas tendencias del sector.

VALOR AGREGADO

Este programa destaca por su enfoque integral y actualizado a las exigencias reales del mercado gastronómico. Integra gestión operativa, control financiero, marketing digital, experiencia del cliente, sostenibilidad e innovación, elementos clave para el éxito de cualquier negocio de alimentos y bebidas en la actualidad.

Además, incorpora herramientas prácticas como ingeniería de menú, indicadores de rentabilidad, estrategias de fidelización y uso de tecnología en la gestión. Los participantes trabajarán con casos reales y metodologías aplicadas, lo que les permitirá implementar mejoras inmediatas en sus negocios o entornos laborales.

DIRIGIDO A

- Administradores de restaurantes, bares, cafeterías y negocios gastronómicos.
- Emprendedores y propietarios que deseen profesionalizar su gestión.
- Supervisores, jefes de operación, sala o cocina.
- Profesionales del sector hotelero y turístico.
- Personas con experiencia en gastronomía que busquen asumir roles de liderazgo o escalar su negocio.

OBJETIVOS

Desarrollar competencias para gestionar bares y restaurantes de manera eficiente, rentable y diferenciada, mediante el uso de herramientas modernas de operación, marketing, análisis financiero y experiencia del cliente.

METODOLOGÍA

El programa se desarrolla bajo una metodología práctica, dinámica y orientada a resultados. Combina exposiciones breves con análisis de casos reales, ejercicios aplicados, desarrollo de herramientas de gestión y discusión grupal.

Los participantes trabajarán sobre situaciones reales del sector gastronómico, lo que les permitirá trasladar de manera inmediata lo aprendido a su entorno laboral o emprendimiento.

TEMARIO

MÓDULO 1: GESTIÓN OPERATIVA, COSTOS Y RENTABILIDAD

Sesión 1: Modelos de negocio gastronómicos 2026

- Tipos de negocios: restaurante, bar, dark kitchen, fast casual
- Tendencias del consumidor
- Definición del concepto gastronómico rentable
- ▶ **Nuevo:** visión de negocio desde el inicio

Sesión 2: Ingeniería de menú y rentabilidad

- Costeo de platos (food cost)
- Menu engineering (estrella, puzzle, etc.)
- Fijación de precios estratégica
- ▶ **Clave actual del sector**

Sesión 3: Gestión de operaciones y estandarización

- Diseño de procesos (cocina y servicio)
- Manuales operativos
- Control de tiempos y productividad
- Gestión de personal operativo
- Turnos y productividad del equipo
- Cultura de servicio

Sesión 4: Gestión de inventarios y control de mermas

- Kardex y rotación
- Control de desperdicios
- Optimización de compras

Sesión 5: Gestión financiera y KPIs del negocio

- Indicadores clave (ticket promedio, rotación, margen)
- Punto de equilibrio
- Control de costos operativos

▶ **Nuevo fuerte:** gestión con números

MÓDULO 2: MARKETING GASTRONÓMICO, BRANDING Y EXPERIENCIA DEL CLIENTE

Sesión 6: Branding gastronómico y concepto de marca

- Construcción de marca en restaurantes y bares
- Storytelling gastronómico
- Diseño de concepto (carta, ambiente, identidad)
- Diferenciación en mercados saturados

Sesión 7: Marketing digital para restaurantes (2026) – captación

- Redes sociales (Instagram, TikTok, contenido gastronómico)
- Estrategias de atracción (contenido, promociones, influencers)
- Publicidad digital básica
- Tendencias de consumo digital
- ▶ **Nuevo:** TikTok y contenido como canal principal

Sesión 8: Plataformas digitales y reputación online

- Gestión de reseñas (Google, TripAdvisor)
- Manejo de crisis reputacional – crisis DIGITAL (reseñas, redes)
- Estrategias para mejorar calificaciones
- Experiencia omnicanal

Sesión 9: Customer Experience (CX) en restaurantes

- Diseño de la experiencia del cliente
- Momentos de verdad
- Customer journey gastronómico
- ▶ **Nuevo:** experiencia como eje del negocio

Sesión 10: Fidelización y ventas

- Programas de fidelización
- Estrategias de upselling y cross-selling
- CRM básico para restaurantes

MÓDULO 3: CALIDAD, INNOVACIÓN Y GESTIÓN SOSTENIBLE

Sesión 11: Seguridad alimentaria aplicada

- BPM y normativa vigente
- Casos reales de incumplimiento
- Cultura de inocuidad

Sesión 12: Gestión de riesgos y continuidad del negocio

- Manejo de crisis (sanitarias, reputacionales, operativas)
- Plan de contingencia
- Continuidad del negocio
- Casos reales del sector

Sesión 13: Innovación gastronómica y tendencias globales

- Nuevos formatos: ghost kitchens, experiencias inmersivas
- Food tech y automatización
- Cambios en hábitos de consumo
- Innovación en carta y servicio

▶ **Nuevo:** visión de futuro

Sesión 14: Sostenibilidad en restaurantes (ESG aplicado)

- Reducción de desperdicios
- Uso eficiente de recursos
- Proveedores sostenibles
- Tendencias eco-friendly

▶ **Nuevo:** sostenibilidad como valor de marca

Sesión 15: Digitalización y futuro del sector – operación interna

- Software de gestión (POS, inventarios)
- Automatización
- Uso de datos para decisiones

DIFERENCIAS CLAVE CON EL TEMARIO ANTERIOR

1. Enfoque en rentabilidad (antes no desarrollado)

Antes: enfoque operativo

Ahora: gestión con control de costos, KPIs y toma de decisiones

2. Incorporación de experiencia del cliente (CX)

Antes: no considerado

Ahora: diseño de experiencias y fidelización como eje del negocio

3. Marketing digital actualizado

Antes: marketing general

Ahora: redes sociales, contenido, reputación online y conversión

4. Inclusión de nuevos modelos de negocio

- Dark kitchens
- Fast casual
- Tendencias globales

5. Digitalización del negocio gastronómico

Antes: no incluido

Ahora: uso de software, automatización y gestión con datos

6. Innovación y tendencias 2026

Antes: enfoque tradicional

Ahora: food tech, cambios en consumo y evolución del sector

7. Gestión de riesgos y continuidad del negocio

Antes: limitado

Ahora: enfoque práctico en crisis operativas, sanitarias y reputacionales

CRONOGRAMA

MÓDULO 1	MÓDULO 2	MÓDULO 3
Juana Zuñiga	Patricia Salvatierra	Juana Zuñiga
Gestión Operativa, Costos y Rentabilidad	Marketing Gastronómico, Branding y Experiencia d el Cliente	Calidad, Innovación y Gestión Sostenible
Sesión 1 Lunes, 08 de junio	Sesión 6 Jueves, 25 de junio	Sesión 11 Jueves, 16 de julio
Sesión 2 Jueves, 11 de junio	Sesión 7 Jueves, 02 de julio	Sesión 12 Lunes, 20 de julio
Sesión 3 Lunes, 15 de junio	Sesión 8 Lunes, 06 de julio	Sesión 13 Lunes, 27 de julio
Sesión 4 Jueves, 18 de junio	Sesión 9 Jueves, 09 de julio	Sesión 14 Jueves, 30 de julio
Sesión 5 Lunes, 22 de junio	Sesión 10 Lunes, 13 de julio	Sesión 15 Lunes, 03 de agosto

****Los días 29 de junio y 23 de julio no habrá clases por ser feriado**

PLANA DOCENTE

Patricia Salvatierra

Consultora especializada en modelos de negocio, marketing, innovación y emprendimiento, con enfoque en servicios gastronómicos.

Cuenta con una Maestría en Marketing y Gestión Comercial y estudios de especialización en inteligencia artificial aplicada a los negocios, transformación digital, metodologías ágiles, social media marketing, design thinking y administración de restaurantes. Su formación multidisciplinaria le permite integrar visión estratégica, creatividad e innovación en la gestión de negocios gastronómicos.

Posee más de 10 años de experiencia en el desarrollo de productos y servicios, organización de eventos corporativos, académicos y sociales, así como en la gestión operativa y de marketing de restaurantes y servicios de catering. Ha liderado procesos de estandarización, desarrollo de manuales operativos, fidelización de clientes, branding y mejora de la experiencia del cliente, aplicando herramientas digitales y modelos centrados en la eficiencia operativa.

Con más de 7 años de trayectoria como docente y facilitadora, ha diseñado e implementado cursos y programas académicos en áreas como marketing, gestión comercial, hospitalidad, innovación y emprendimiento, tanto en entornos virtuales como presenciales. Ha participado en el diseño curricular, elaboración de materiales educativos, mentorías y proyectos educativos vinculados a la transformación digital.

Actualmente, combina su experiencia empresarial con la consultoría y la docencia, comprometida con la excelencia académica, el impulso del emprendimiento innovador y el fortalecimiento de negocios gastronómicos sostenibles, rentables y centrados en el cliente.

Juana Zuñiga

Profesional con Maestría en Administración y formación doctoral

Profesional con Maestría en Administración y formación doctoral, especializada en la implementación de Sistemas de Gestión bajo estándares internacionales, con más de 30 años de experiencia en consultoría, auditoría y capacitación en sectores como la industria alimentaria y restaurantes. Ha liderado la implementación de sistemas de gestión basados en normas ISO (9001, 22000, 14001, 45001), con enfoque en calidad, seguridad alimentaria, sostenibilidad y cumplimiento normativo.

Ha asesorado a empresas líderes, mejorando procesos, optimizando recursos y garantizando estándares de seguridad e inocuidad en restaurantes. Como expositora y docente en instituciones como la Cámara de Comercio de Lima, USIL y la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, transmite su experiencia en programas de formación ejecutiva, con énfasis en la mejora continua y la integración de prácticas sostenibles en el sector restaurantero.



**INICIO:**

Lunes, 08 de junio

FIN:

Lunes, 03 de agosto

**FRECUENCIA:**

Lunes y jueves,
de 8:00 p.m. a 11:00 p.m.

**DURACIÓN:**

60 horas académicas (de 45min. C/U)

**MODALIDAD:**

Online (sesiones en tiempo real) a través
de la plataforma TEAMS

**INVERSIÓN:**

Público en general: S/ 1600
Socio CCL: S/ 1200

**CERTIFICACIÓN DIGITAL:**

A nombre de la Cámara de Comercio de Lima

MÉTODOS DE PAGO

• Depósitos o transferencia Cuenta corriente en soles banco



Banco o agente BCP
193-1943271-0-99



Banco o agente Interbank
005-0000007180



Banco BBVA
0011-0130-0100003020



Banco Scotiabank
000-2019361

Todas nuestras cuentas están a nombre de **CÁMARA DE COMERCIO DE LIMA - Ruc: 20101266819**

• Tarjeta de crédito Podrá realizar sus pagos con rapidez y total seguridad.



1. Ingresar a nuestra página web: www.camaralima.org.pe
2. Buscar: **Pagos online**, parte superior derecha.
3. Ingresar **datos de la empresa y/o persona** que solicito el servicio.
4. Ingresar **datos de la tarjeta de crédito y detalle del servicio**.
5. Procesar pago.

Luego de realizar el pago, enviar el voucher de pago indicando el RUC y/o DNI del depositante al **asesor educativo**.

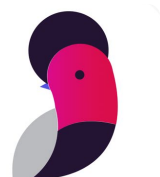


Exclusivo para VISA

Hasta 6 cuotas sin intereses con tus tarjetas de crédito BBVA y 12 cuotas con BCP.

Preguntar por términos y condiciones.

• Billetera electrónica Escanea y paga



Considerar

Los horarios que están en la programación de todos los eventos que se realice están sometidos a cualquier cambio por cualquier inconveniente que se presente. ***Los cambios de los horarios serán notificados con anticipación.**



| CONTÁCTANOS

Ejecutivo de ventas

✉ jromero@camaralima.org.pe

☎ 994 250 942