

POLICHEF



OCTUBRE 2025

Indice

01

Marco Teorico



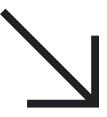
02

Benchmarking



03

Protopersonas



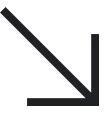
04

Encuestas / Entrevistas



05

User Persona



01 - Marco Teorico

Objetivo

El marco teórico es fundamental para cualquier emprendimiento porque permite comprender el entorno en el que se desarrollará el negocio. A través de información investigada, ayuda a identificar conceptos clave, analizar experiencias similares, conocer al mercado objetivo y entender tendencias del sector.

Polichef

PoliChef es una cadena de restaurantes moderna que busca ofrecer una experiencia gastronómica única, combinando tecnología, diseño y cultura internacional.

Su propuesta se centra en las noches temáticas que se realizan cada sábado, donde los clientes pueden disfrutar de menús y espectáculos inspirados en distintos países del mundo, como Italia, España, Grecia, Japón, Alemania, India y Colombia.

Cada evento transforma el restaurante en una “escapada cultural”, donde la gastronomía, la música y la ambientación se unen para crear una vivencia inmersiva.

Marca

Importancia del concepto de marca:

Una marca sólida no solo se reconoce por su logo o colores, sino por los valores y emociones que transmite. Es el vínculo emocional que une a los clientes con la empresa, generando confianza, identificación y lealtad.

Nos inspiramos en Starbucks porque ha logrado construir una marca global basada en la experiencia y el sentido de comunidad.

Más allá de vender café, vende un estilo de vida: un espacio acogedor, personalizado y coherente con sus valores de confort y conexión humana.

PoliChef busca replicar este enfoque, creando una marca que invite a viajar por el mundo a través de los sabores, con una identidad cálida, coherente y cercana.

El branding de PoliChef debe transmitir diversidad cultural, hospitalidad y modernidad, reflejando en cada detalle —desde el logo hasta la interfaz digital— una identidad fuerte y coherente.

Experiencia y Comodidad

Importancia de la experiencia en el local:

El entorno físico de un restaurante es un factor decisivo para la satisfacción del cliente. La ambientación, la iluminación, la música y el servicio influyen directamente en la percepción de calidad y en la fidelización.

De Kansas Grill & Bar tomamos la referencia del confort y la ambientación premium.

Kansas ofrece una experiencia gastronómica que combina atención personalizada, espacios amplios y una atmósfera elegante, que hace que el cliente disfrute tanto del ambiente como de la comida.

En PoliChef, esta idea se adapta a través de las noches temáticas internacionales, en las que el restaurante se transforma para ofrecer una experiencia inmersiva y cultural, donde cada detalle (decoración, música y menú) transporta al cliente a un país distinto.

Digitalización y Fidelización

Importancia de la digitalización en el rubro gastronómico:

En la actualidad, los clientes buscan comodidad y conexión digital con las marcas. La posibilidad de realizar reservas, pedidos y acumular puntos desde una aplicación o sitio web genera cercanía y fidelidad.

De Mostaza tomamos el ejemplo de su aplicación móvil y sistema de puntos, que permite a los usuarios crear una cuenta, realizar pedidos, obtener descuentos y canjear beneficios. Este modelo fomenta la interacción continua entre cliente y marca, fortaleciendo la fidelización.

En PoliChef, este concepto se traduce en un perfil digital de usuario, donde cada cliente puede registrar sus preferencias alimentarias, historial de reservas y puntos acumulados, premiando la lealtad y el compromiso.

Además, la digitalización permitirá mejorar la gestión interna, con un sistema unificado que conecta la base de datos, las reservas y el stock en tiempo real.

Logistica y envios

Importancia de la gestión eficiente y automatizada:

La rapidez y precisión en la atención son factores esenciales en el éxito de un restaurante moderno. La tecnología permite optimizar procesos internos y ofrecer respuestas inmediatas a los clientes.

De Rappi tomamos el modelo de eficiencia tecnológica y logística en envíos.

Su sistema de pedidos y entregas en tiempo real demuestra cómo la automatización puede mejorar la experiencia del usuario y reducir errores operativos.

En PoliChef, esta lógica se aplica a través de eventos y triggers automatizados en la base de datos, como:

- Recordatorios diarios de reservas.
- Alertas automáticas de bajo stock.
- Confirmaciones instantáneas de pedidos y reservas.

De esta manera, el sistema se vuelve más confiable y ágil, brindando una experiencia moderna y sin demoras.

02 - Benchmarking

Objetivo

Analizar buenas prácticas de marcas reconocidas para identificar oportunidades de mejora en la experiencia, comunicación y funcionalidad de nuestro restaurante.

Competencias



Mostaza



Mostaza es una cadena de comida rápida argentina con fuerte presencia en todo el país. Se especializa en hamburguesas, sándwiches y combos, compitiendo directamente con marcas globales como McDonald's o Burger King, pero con una identidad local.

Si bien su estilo es mas de fast food que gastronomía premium y casual nos compite directo en delivery, promociones, alcance masivo y estrategias digitales. Su fortaleza está en atraer un público variado a través de precios accesibles y un menú amplio.

Mostaza



Identidad y objetivo: Apunta a un público masivo, joven, urbano.

Tiene un tono descontracturado y directo, muy enfocado en el consumo inmediato.

Contenido: Se destacan las promociones, los lanzamientos de nuevos productos, y el menú accesible.

Utilidad: Muy buena integración con plataformas de delivery y su propia app para pedidos. Fuerte foco en conversión rápida y volumen de ventas.

Kansas



Kansas es un restaurante de cocina americana con una propuesta gourmet. Se enfoca en ofrecer carnes premium, platos elaborados y una experiencia gastronómica de calidad, con locales ambientados cuidadosamente.

Nos compite en la experiencia de marca dentro del restaurante, ya que ofrece un entorno cálido, con diseño cuidado, menú amplio y público fidelizado de nivel medio-alto..

Kansas



Identidad y objetivo: Marca aspiracional y elegante, orientada a quienes valoran la experiencia completa: calidad del producto, atención y ambiente.

Contenido: El foco está en el menú gourmet, imágenes de alta calidad, reservas y ubicación de locales. Se comunica como una marca premium, sin promociones agresivas.

Elementos gráficos: Uso predominante del blanco y negro, tipografías clásicas.

Funcionales



Starbucks



Starbucks es una cadena global de cafeterías, reconocida por su enfoque en la experiencia del cliente, la personalización del pedido y la construcción de una comunidad en torno a su marca.

Es un caso exitoso en branding, fidelización y experiencia. Aunque no es un restaurante, comparte con nosotros la lógica de consumo presencial con posibilidad de pedidos digitales y fuerte conexión emocional con el cliente.

Starbucks

TM

Identidad y objetivo: Transmite cercanía, rutina y pertenencia. La marca se posiciona como un espacio propio del cliente ("tu lugar").

Contenido: Enfocado en lanzamientos, recomendaciones personalizadas, historias de café y beneficios exclusivos para usuarios registrados.

Elementos gráficos: Diseño limpio, tonos cálidos y naturales. Tipografías amigables y uso coherente de imágenes.

Utilidad: Muy funcional. App robusta con programa de puntos, notificaciones y promociones. Permite ahorrar tiempo y fideliza con recompensas.

Rappi



Rappi es una plataforma digital de delivery que conecta a usuarios con restaurantes, supermercados y otros servicios. Opera en toda Latinoamérica y es uno de los referentes más fuertes en logística y experiencia de compra rápida.

Es un referente funcional por su capacidad de resolver el proceso completo de búsqueda, pedido y entrega de comida en minutos. Aunque no compite como restaurante, es un canal clave para muchos.

Rappi



Contenido: Gran amplitud de opciones, filtros, menús detallados y promociones destacadas. Alto dinamismo en la oferta.

Navegación: Fluida y pensada para la velocidad. La app permite explorar, pedir y pagar en pocos pasos, con integración de múltiples métodos de pago.

Utilidad: Excelente para el usuario. Permite hacer seguimiento del pedido en tiempo real, contactar al repartidor y ver calificaciones de otros usuarios.

Elementos gráficos: Visualmente simple, con foco en la usabilidad. Los elementos visuales se adaptan al contenido de cada restaurante.

03 - Protopersonas

Objetivo

Las protopersonas son representaciones anticipadas de los distintos tipos de clientes que podría tener nuestro negocio. Su objetivo principal es ayudar a entender mejor quiénes son los potenciales usuarios o compradores, qué necesidades tienen, cómo piensan y qué los motiva.



Nombre

**Laura
Fernandez**

CABA, BSAS

Ejecutiva de marketing

Profesional comun

Age

34

Metas

Comer bien y sin culpa en la semana laboral.

Probar nuevos sabores dentro de un precio razonable.

Disfrutar un espacio relajado para almorzar sola o con colegas.

Biografía

Trabaja en el microcentro, con días muy intensos y poco tiempo para cocinar. Valora lugares donde pueda almorzar rápido pero con buena calidad, lejos de la idea de la comida chatarra. Busca variedad, opciones saludables y un espacio cómodo para desconectar un rato del trabajo.

Gustos

- Platos balanceados y con opciones veggies.
- Lugares con menú del día accesible.
- Espacios modernos y con WiFi.

Frustraciones

- Tener que esperar demasiado tiempo para ser atendida.
- Menús repetitivos sin opciones saludables.
- Locales demasiado ruidosos.



Nombre

Pablo Martinez

📍 Cordoba

💼 Ing. en sistemas

🏡 Familia de fin de semana

Age

42

Metas

Pasar tiempo de calidad en familia fuera de casa.

Encontrar un lugar confiable y práctico para todos.

Ahorrar tiempo en la decisión del lugar (que sea siempre una opción segura).

Biografía

Durante la semana almuerza en la oficina, pero los fines de semana le gusta salir con su familia. Busca un restaurante que tenga un ambiente casual, comida variada para grandes y chicos, y precios justos. Prefiere cadenas porque ya sabe qué esperar en cuanto a calidad y atención.

Gustos

- Menús con opciones para niños.
- Porciones abundantes para compartir.
- Promociones familiares o combos.

Frustraciones

- Que no haya sillas para niños pequeños.
- Esperas largas para conseguir mesa.
- Poca variedad de opciones para los chicos.



Nombre

Sofia Romero

📍 La Plata

💼 Estudiante universitaria y
trabaja medio tiempo

addGroup de amigos

Age

22

Metas

Salir a comer seguido sin gastar demasiado.

Tener un punto de encuentro fijo con amigos.

Disfrutar de una experiencia divertida además de la comida.

Biografía

Le gusta salir con amigos a comer y charlar. No busca un lugar lujoso, pero sí un espacio cómodo, con precios accesibles y ambiente relajado. Prefiere cadenas porque ofrecen combos grupales, promociones y variedad.

Gustos

- Promociones para grupos.
- Espacios con música y buen ambiente.
- Platos abundantes y opciones para compartir.

Frustraciones

- Que los precios sean demasiado altos para estudiantes.
- Mala atención al cliente cuando el local está lleno.
- Que el ambiente sea demasiado formal o aburrido.

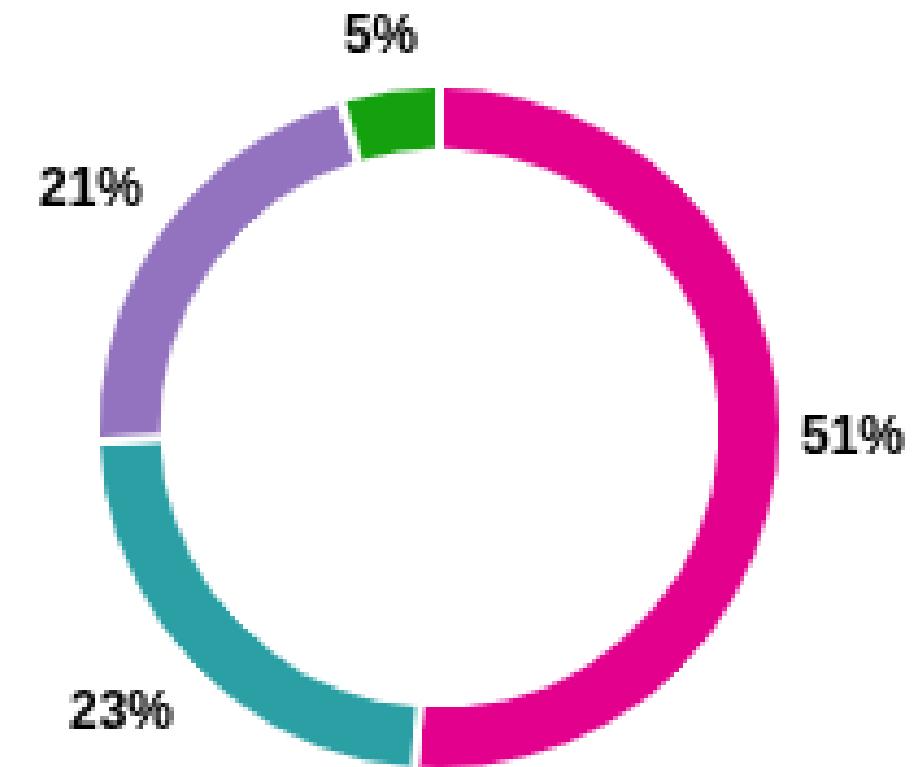
04 - Encuestas

Objetivo

Las encuestas sirven para que un local pueda conocer la opinión, necesidades y preferencias de sus clientes. También ayudan a recolectar información clave para mejorar productos, servicios y la atención al cliente. Son una herramienta útil para tomar decisiones basadas en datos reales.

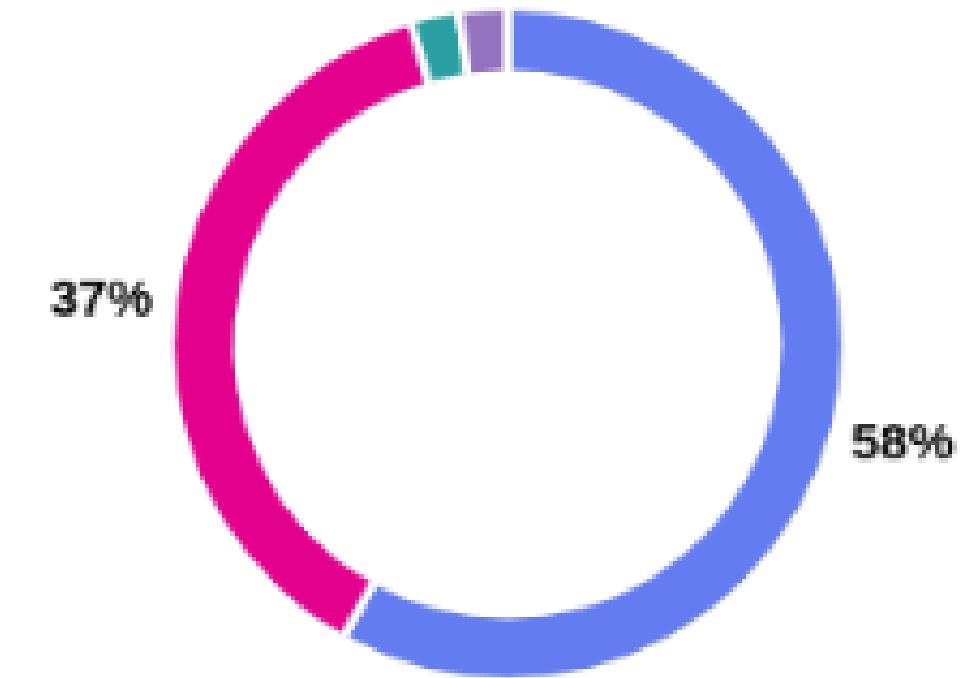
¿Que edad tenes?

0-13	0
14-17	22
18-25	10
26-39	9
40+	2



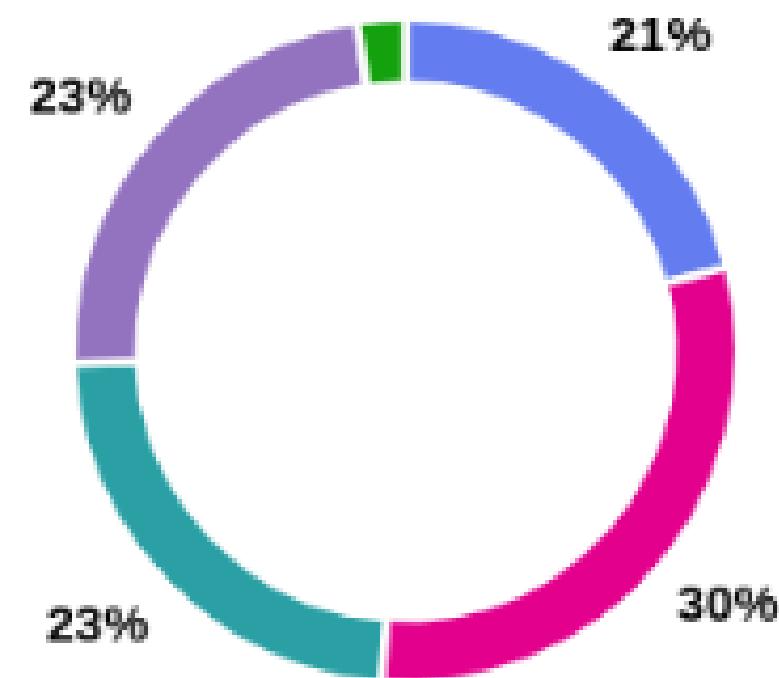
¿Con que genero te identificas?

● Masculino	25
● Femenino	16
● Prefiero no decirlo	1
● Otras	1



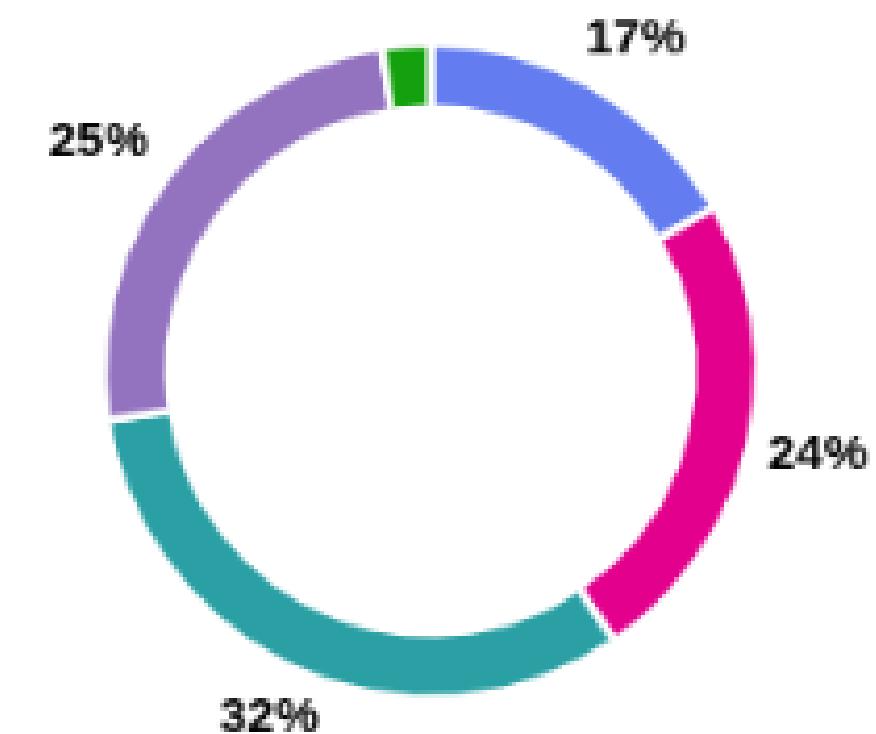
¿Con qué frecuencia visitas restaurantes de comida casual?

● Varias veces por semana	9
● 1 vez a la semana	13
● 2 a 3 veces al mes	10
● Rara vez	10
● Nunca	1



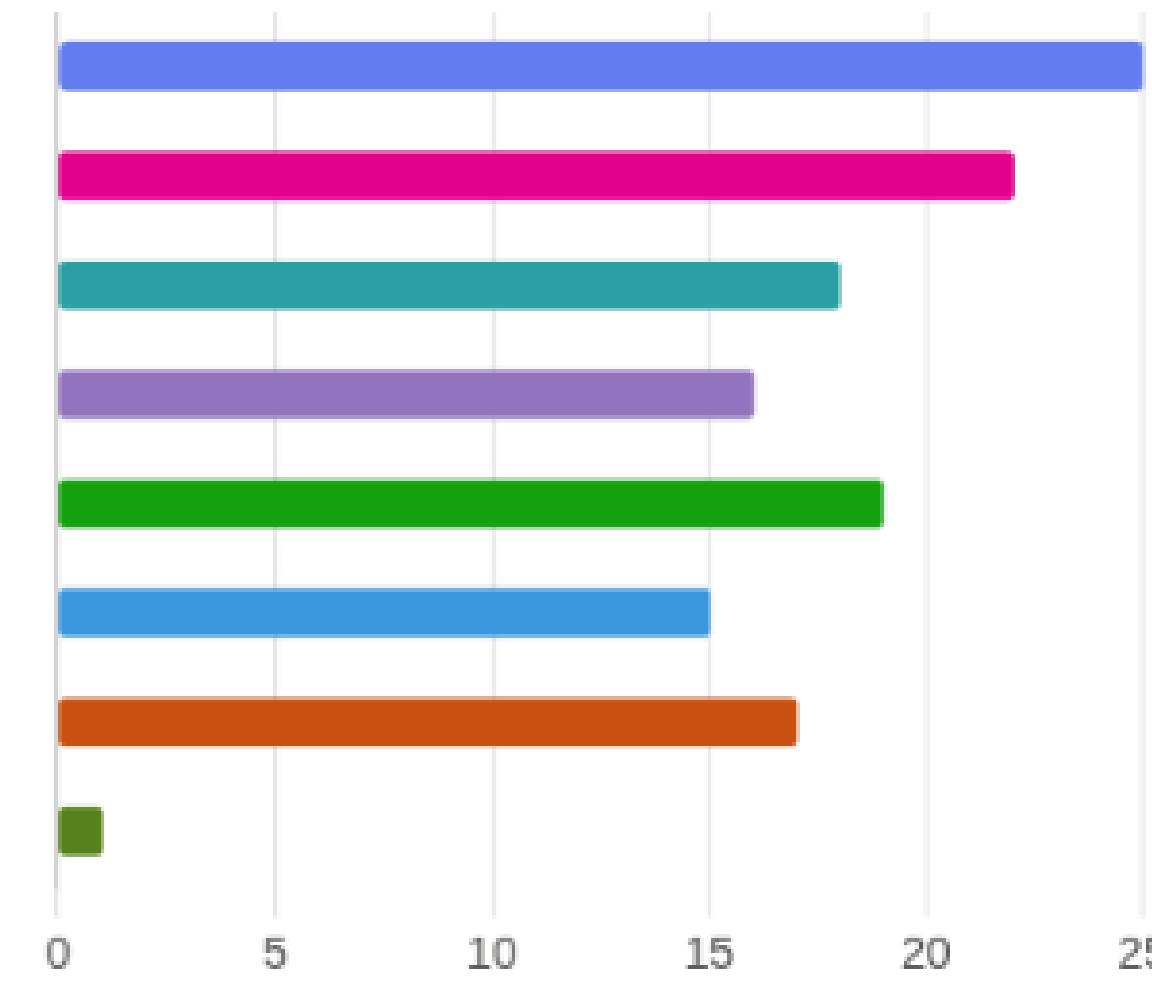
¿Cómo prefieres obtener información sobre un restaurante?

- Nuestra pagina web 14
- Redes sociales (Instagram, Twitter, etc.) 20
- Google Maps o alternativas 27
- Recomendaciones de amigos o familiares 21
- Otras 2



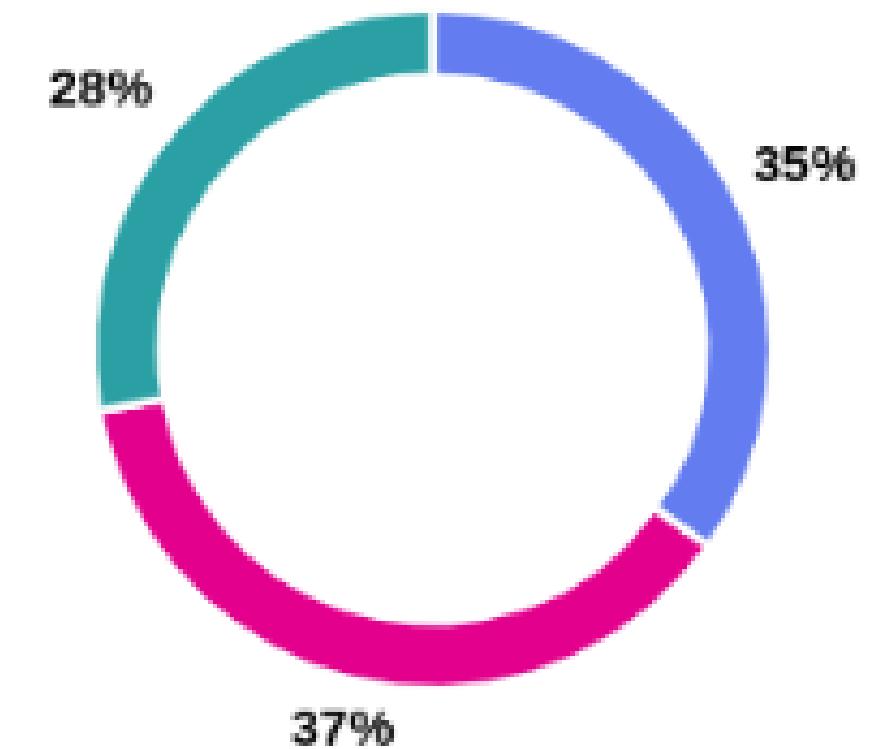
¿Qué información consideras más importante en la página web de un restaurante?

- Menú con precios 25
- Ubicación y cómo llegar 22
- Horarios de atención 18
- Opciones para reservar una mesa 16
- Opiniones y calificaciones 19
- Información nutricional o alérgenos 15
- Fotos del lugar y la comida 17
- Otras 1



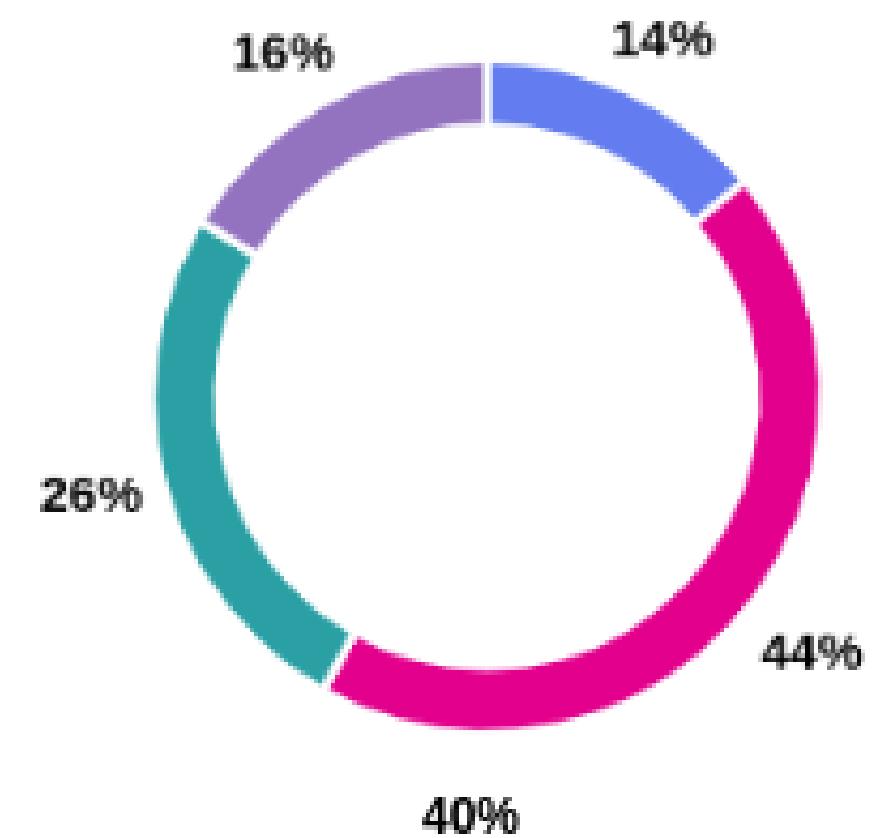
¿Te gustaría poder hacer pedidos en línea desde la página web?

- Sí, con opción de entrega a domicilio o retirar en local 15
- No, prefiero pedir por apps externas (Uber Eats, Rappi, etc.) 16
- No me interesa pedir en línea 12



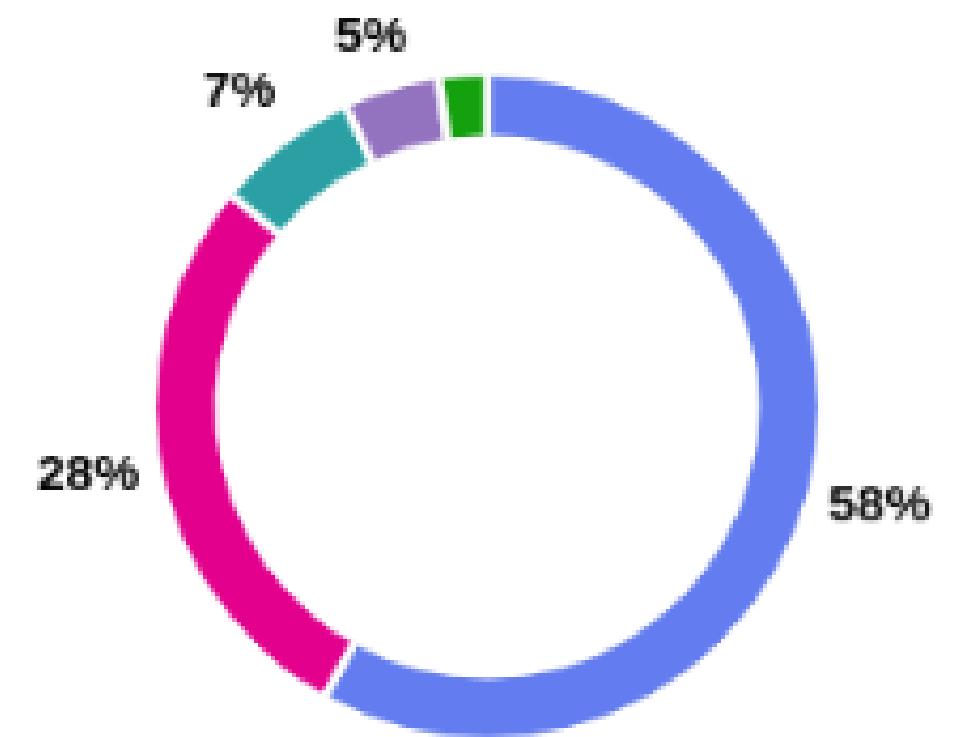
¿Qué tan importante es para ti el diseño visual de la página web de un restaurante?

- Muy importante, influye en mi decisión de visitar 6
- Algo importante, pero no decisivo 19
- Poco importante, me enfoco en la información 11
- No me importa el diseño 7



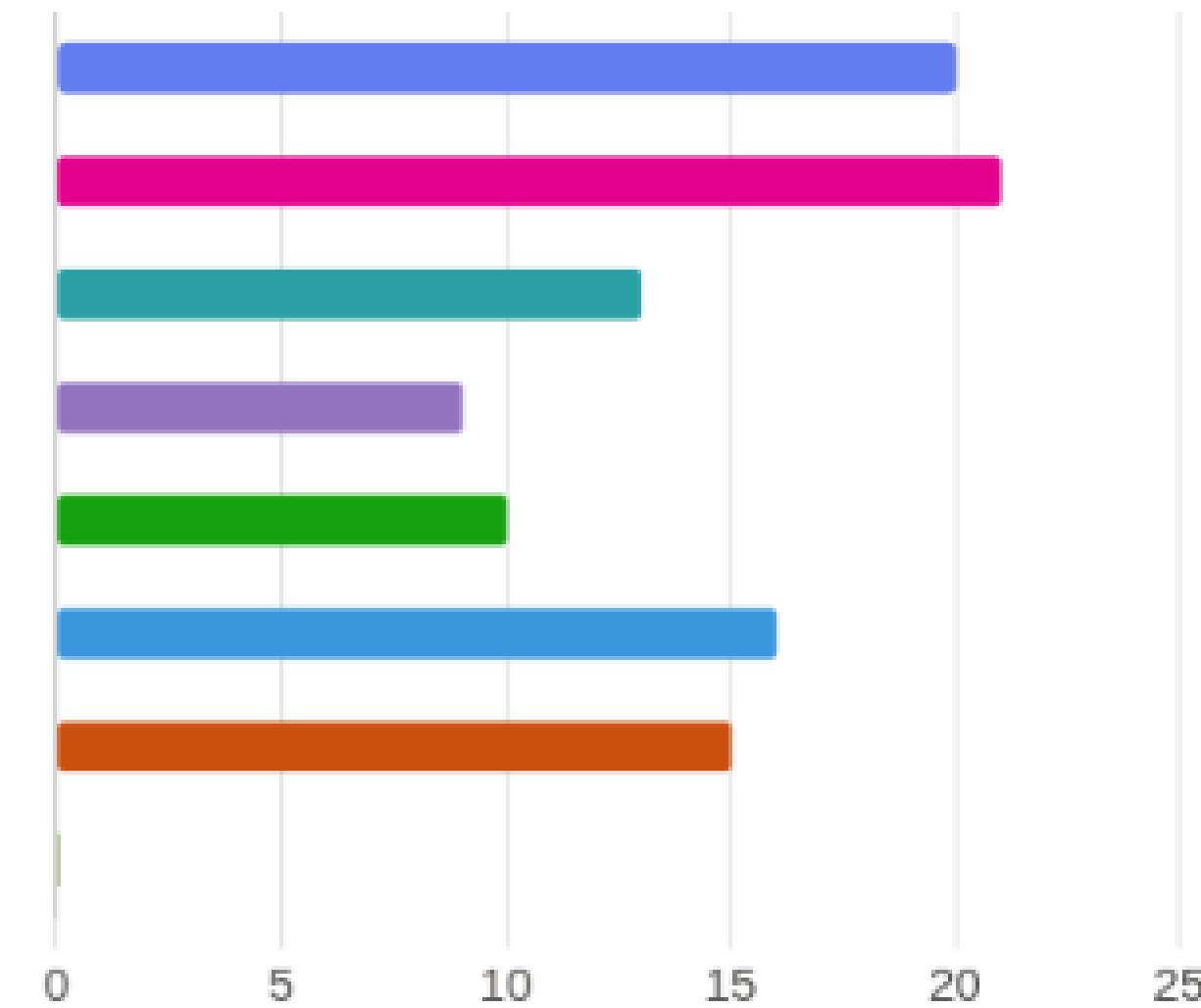
¿Desde qué dispositivo sueles visitar páginas web de restaurantes?

Dispositivo	Cantidad
Celular	25
Computadora	12
Tablet	3
No suelo visitar páginas de restaurantes	2
Otras	1



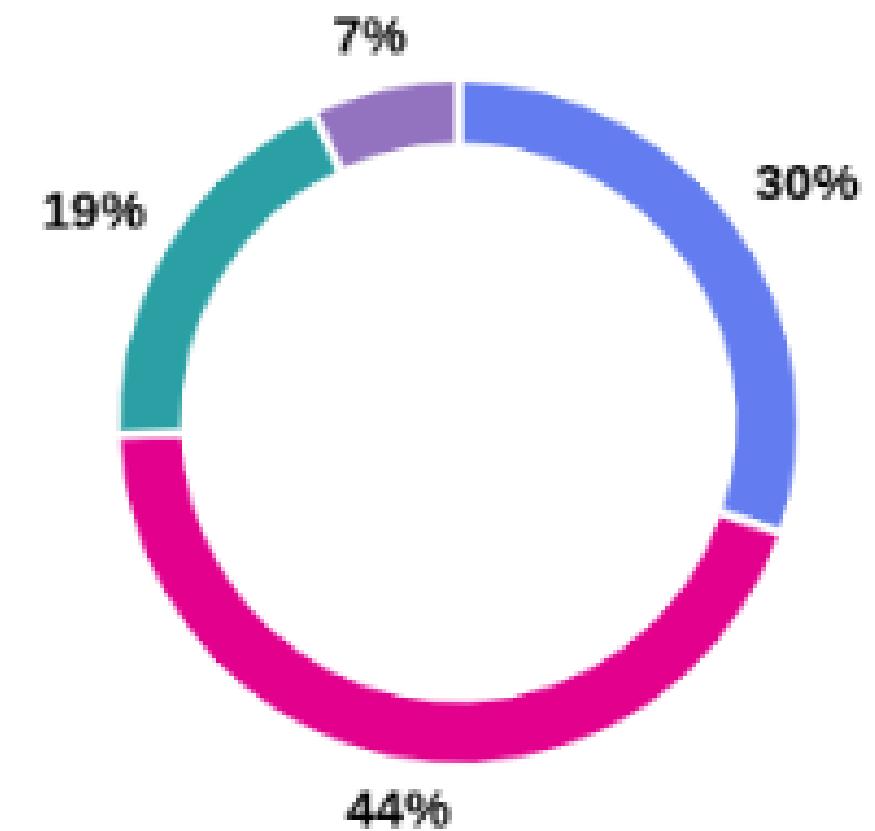
¿Qué funciones adicionales te gustaría ver en la página web?

● Programa de lealtad o puntos	20
● Registro de usuario / perfil personal	21
● Reserva en línea de eventos privados o cumpleaños	13
● Blog con recetas o novedades	9
● Chat en vivo para atención al cliente	10
● Mapa interactivo de sucursales	16
● Nada adicional, solo lo básico	15
● Otras	0



¿Qué tan probable es que navegues por el sitio web si está optimizado para móviles?

● Muy probable	13
● Algo probable	19
● Poco probable	8
● No uso el celular para eso	3



04 - Entrevistas

Objetivo

Las entrevistas cumplen una función clave en la selección de personal, ya que permiten conocer mejor a los candidatos más allá de su currículum. A través de ellas, se evalúan habilidades, experiencia, actitud y compatibilidad con la cultura de la empresa, lo que ayuda a tomar decisiones más acertadas al momento de contratar.

¿Que es lo primero que te hace elegir un restaurante?

Respuesta

Lo primero que considero es el precio, ya que me gusta que la comida sea accesible. Después, reviso las reseñas para asegurarme de que la calidad de la comida y el servicio sean buenos.

¿Con que frecuencia salís a comer afuera o pedís comida por delivery?

Respuesta

Generalmente, solo los fines de semana me doy el gusto de salir a comer afuera o pedir comida a domicilio.

¿Que tipo de comida te gusta mas cuando salís a comer?

Respuesta

Prefiero comidas tradicionales como milanesas o pastas, ya que son opciones que siempre disfruto.

¿Que te hace volver a un restaurante
después de la primera vez?

Respuesta

Volvería a un restaurante si quedo satisfecho con la comida, si el precio es razonable
y si la atención es buena.

¿Que cosas te molestan o te hacen no querer volver a un restaurante?

Respuesta

Me molesta la demora en la entrega de los pedidos y las largas esperas, ya que afectan la experiencia general.

POLICHEF

FIN

GRACIAS

