

MASTERRESTAURANT®



365 días en el descarado negocio de hacer sentir



*El manual de combate diario con frases poderosas e
inspiradoras para líderes que inyectan Hospitalidad
Humana Rentable y sostenible.*



DIEGO F. PARRA

CREADOR DE LA METODOLOGÍA MASTERRESTAURANT®

MASTERRESTAURANT®

365 DÍAS EN EL DESCARADO NEGOCIO DE HACER SENTIR

El manual de combate diario con frases poderosas e inspiradoras para líderes que inyectan Hospitalidad Humana Rentable y sostenible.

© 2026 *Diego F. Parra*

Autor · Diego Fabián Parra Pabón

Creador de la Metodología MASTERESTAURANT®

EDITOR

MASTERESTAURANT® — Diego Fabián Parra Pabón

NIT / C.C. 91506768

Bucaramanga, Santander, Colombia

info@masterrestaurant.com · www.masterrestaurant.com

IMPRESOR

Impresión bajo demanda

Bucaramanga, Santander, Colombia

1.ª edición · 2026 · Bucaramanga, Colombia

País de primera publicación: Colombia

Tipo de libro: Electrónica (digital)

ISBN en trámite

Todas las frases de este volumen son de autoría de Diego F. Parra. Las que provienen de obra publicada llevan su referencia bibliográfica al pie de página.

Obras del autor citadas en este libro:

De esclavo a dueño · Edición del autor, 2023 · ISBN 978-958-49-8598-9

Triunfar o morir en el intento · (Sic) Editorial Ltda., 2013 · ISBN 978-958-708-728-

4

Reservados todos los derechos. Prohibida la reproducción total o parcial de esta obra, por cualquier medio, sin autorización escrita del titular.

Contacto: info@masterrestaurant.com

MASTERESTAURANT® · EDITORIAL

— C Ó M O U S A R E S T E L I B R O —

Una frase por día. Trescientos sesenta y cinco.

No es un libro para leer de corrido. Es un manual de combate: se abre por donde toca, se lee una sola página y se cierra. La frase del día trabaja sola durante las siguientes veinticuatro horas, mientras usted opera.

Están agrupadas por los diez frentes donde un restaurante se gana o se pierde: rentabilidad, costos, hospitalidad, servicio, experiencia, operación, equipo, marca, liderazgo y modelo de negocio. Cada capítulo cubre un tramo del año.

Algunas vienen de mis libros anteriores y llevan su página al pie. El resto nació donde nace casi todo lo que sirve: en el piso del restaurante, discutiendo con dueños que ya no sabían por qué no les quedaba plata.

El negocio de restaurantes es el descarado negocio de hacer sentir. Todo lo demás —la carta, el costo, la nómina— existe para sostener esa sensación.



ÍNDICE



01	Rentabilidad y finanzas	5
	DÍAS 1 — 47 · 47 FRASES	
02	Costos e inventarios	53
	DÍAS 48 — 72 · 25 FRASES	
03	Hospitalidad	79
	DÍAS 73 — 108 · 36 FRASES	
04	Servicio	116
	DÍAS 109 — 137 · 29 FRASES	
05	Experiencia del cliente	146
	DÍAS 138 — 170 · 33 FRASES	
06	Operación y procesos	180
	DÍAS 171 — 206 · 36 FRASES	
07	Equipo y cultura	217
	DÍAS 207 — 225 · 19 FRASES	
08	Marketing y marca	237
	DÍAS 226 — 263 · 38 FRASES	
09	Liderazgo y mentalidad	276
	DÍAS 264 — 319 · 56 FRASES	
10	Estrategia y modelo de negocio	333
	DÍAS 320 — 365 · 46 FRASES	

CAPÍTULO 01



Rentabilidad y finanzas

Frases sobre márgenes, punto de equilibrio, utilidad real y el lenguaje financiero del negocio gastronómico.



DÍAS 1 — 47 · 47 FRASES

1

«La rentabilidad no es un destino, es un camino que se recorre con disciplina.»



— DIEGO F. PARRA

2

*«Las finanzas no son
enemigas de la creatividad,
son su mejor aliada.»*



— DIEGO F. PARRA

3

*«El conocimiento financiero
es el ingrediente secreto de
los grandes restauranteros.»*



— DIEGO F. PARRA

4

*«La rentabilidad comienza
cuando entiendes cada
número de tu operación.»*



— DIEGO F. PARRA

5

*«El enfoque científico en los
números transforma intuiciones
en decisiones acertadas.»*



— DIEGO F. PARRA

6

*«Los números no mienten,
pero muchos restauranteros
prefieren no escucharlos.»*



— DIEGO F. PARRA

7

«El éxito financiero no es casualidad, es resultado de decisiones conscientes.»



— DIEGO F. PARRA

8

*«Tu carta no puede ser un catálogo
de antojos del chef, debe ser
una máquina de rentabilidad.»*



— DIEGO F. PARRA

9

*«La pasión por la cocina
debe ir de la mano con la
pasión por las finanzas.»*



— DIEGO F. PARRA

10

*«El verdadero sabor del
éxito está en los márgenes,
no solo en el menú.»*



— DIEGO F. PARRA

11

*«El punto de equilibrio no
es una meta, es el mínimo
indispensable para no quebrar.»*



— DIEGO F. PARRA

12

*«Los números son
hermosos y claves para
el éxito de los negocios.»*



— DIEGO F. PARRA

13

*«La rentabilidad no está en
vender más, sino en saber
exactamente qué te deja utilidad.»*



— DIEGO F. PARRA

14

«Vender mucho y ganar poco es el autoengaño más común en la restauración.»



— DIEGO F. PARRA

15

*«Los números son el idioma
de los negocios; ignóralos
y te quedarás sin empresa.»*



— DIEGO F. PARRA

16

*«En la parte aburrida del
negocio es donde está la plata.»*



— DIEGO F. PARRA

17

*«Sin control financiero
interno, no hay felicidad
del cliente sostenible.»*



— DIEGO F. PARRA

18

*«No se trata de vender
más, sino de vender mejor.»*



— DIEGO F. PARRA

19

*«La clave no es tener más platos,
es tener los platos correctos.»*



— DIEGO F. PARRA

20

*«Un menú mal diseñado es una
máquina de perder dinero.»*



— DIEGO F. PARRA

21

«Los números no mienten; si no los entiendes, estás jugando a ciegas.»



— DIEGO F. PARRA

22

*«No hay platillo que compense
una mala gestión financiera.»*



— DIEGO F. PARRA

23

*«El punto de equilibrio debe
ser tu punto de partida,
no tu objetivo final.»*



— DIEGO F. PARRA

24

*«Los números son tus
aliados, no tus enemigos.»*



— DIEGO F. PARRA

25

*«La innovación en
cocina sin rentabilidad
es solo un hobby caro.»*



— DIEGO F. PARRA

26

*«Dueños de restaurantes sin
números claros frecuentemente
están alejados de la realidad.»*



— DIEGO F. PARRA

27

*«El romanticismo en
la cocina no paga las
cuentas; la rentabilidad sí.»*



— DIEGO F. PARRA

28

*«¿No le gustan las
matemáticas en el restaurante?
Prepárese para quebrar.»*



— DIEGO F. PARRA

29

*«El control financiero es el
lenguaje de los negocios exitosos.»*



— DIEGO F. PARRA

30

«Un restaurante rentable no se mide por las ventas, sino por lo que queda al final.»



— DIEGO F. PARRA

31

*«Sin números claros, no hay
decisiones inteligentes.»*



— DIEGO F. PARRA

32

*«Números claros, determinación
y trabajo con propósito
producen éxito inevitable.»*



— DIEGO F. PARRA

33

*«La rentabilidad solo llega si
hacemos TODO bien, optimizando
sin sacrificar calidad.»*



— DIEGO F. PARRA

34

*«Un menú bien diseñado
puede ser tu mejor vendedor.»*



— DIEGO F. PARRA

35

*«No necesitas un menú extenso,
necesitas platos memorables.»*



— DIEGO F. PARRA

36

«La ignorancia financiera es el ingrediente secreto del fracaso.»



— DIEGO F. PARRA

37

*«Es más fácil generar
ventas entregando más valor
que bajando los precios.»*



— DIEGO F. PARRA

38

*«Un menú optimizado
hace la diferencia entre la
rentabilidad y la pérdida.»*



— DIEGO F. PARRA

39

*«Bajar precios acaba
con restaurantes.»*



— DIEGO F. PARRA

40

*«Los restaurantes son hospitalidad
con base financiera; sin números
claros, es difícil que den plata.»*



— DIEGO F. PARRA

41

«El problema no es el alza de precios: es que el cliente no sienta que usted vale lo que cobra.»



— DIEGO F. PARRA

42

*«Si no sabe cuál es su
punto de equilibrio, usted
está operando a ciegas.»*



— DIEGO F. PARRA

43

*«Cerrar un día a la semana
significa que usted solo
vende diez meses al año.»*



— DIEGO F. PARRA

44

*«Hacer descuentos según la
cara del cliente destruye la
rentabilidad y el valor percibido.»*



— DIEGO F. PARRA

45

«El dinero no es bueno o malo, él solo le da la posibilidad de hacer algo, es usted quien decide cómo utilizarlo.»



— DIEGO F. PARRA

De Triunfar o morir en el intento · (Sic) Editorial Ltda., 2013 · p. 45

46

*«El dinero es importante, quizás
muy importante, pero no es ni
debe ser LO más importante.»*



— DIEGO F. PARRA

De Triunfar o morir en el intento · (Sic) Editorial Ltda., 2013 · p. 45

47

«Si bien es cierto el ahorro es una herramienta que puede ser sana, puede convertirse en una daga que uno mismo clava en su cuerpo.»



— DIEGO F. PARRA

De Triunfar o morir en el intento · (Sic) Editorial Ltda., 2013 · p. 70

CAPÍTULO 02



Costos e inventarios

*Frases sobre control de costos, mermas, nómina, inventarios
y el arte de hacer más con menos.*



DÍAS 48 — 72 · 25 FRASES

48

*«El control de costos es el arte
de hacer más con menos.»*



— DIEGO F. PARRA

49

*«Controlar los costos es
más poderoso que aumentar
las ventas sin estrategia.»*



— DIEGO F. PARRA

50

*«Cada ingrediente desperdiciado
es dinero que se va a la basura.»*



— DIEGO F. PARRA

51

*«El inventario desordenado
es el reflejo de una mente
empresarial caótica.»*



— DIEGO F. PARRA

52

*«Cada plato que sale sin calcular
su costo es una oportunidad
perdida de rentabilidad.»*



— DIEGO F. PARRA

53

«Una nómina sin control es una fuga constante de rentabilidad.»



— DIEGO F. PARRA

54

*«Invertir en control de
costos es invertir en la
sostenibilidad de tu restaurante.»*



— DIEGO F. PARRA

55

*«Una nómina eficiente
es aquella que produce
más de lo que consume.»*



— DIEGO F. PARRA

56

*«Gastar sin medir es como
cocinar sin probar: una
receta para el fracaso.»*



— DIEGO F. PARRA

57

*«El control de costos no es una
opción, es una obligación.»*



— DIEGO F. PARRA

58

*«Cada producto que caduca
en tu inventario es un billete
que se pudre sin que lo notes.»*



— DIEGO F. PARRA

59

*«La nómina debe ser una
inversión estratégica, no
una carga financiera.»*



— DIEGO F. PARRA

60

«Una nómina inflada es el peso muerto que hunde tu rentabilidad.»



— DIEGO F. PARRA

61

*«Controlar las mermas es respetar
el esfuerzo de cada proveedor
y cada centavo invertido.»*



— DIEGO F. PARRA

62

*«Cada gramo que se pierde
sin control es una moneda
que nunca llega a la caja.»*



— DIEGO F. PARRA

63

«El control de inventarios no es una tarea administrativa, es una táctica de supervivencia.»



— DIEGO F. PARRA

64

«Todos los cargos deben ser rentables para la empresa.»



— DIEGO F. PARRA

65

*«La nómina debe ser proporcional
a tus ventas, no a tus gustos.»*



— DIEGO F. PARRA

66

*«Controlar el inventario es
controlar la rentabilidad.»*



— DIEGO F. PARRA

67

*«El control financiero empieza
en las compras y la bodega.»*



— DIEGO F. PARRA

68

*«Sin liderazgo en costos,
tu restaurante solo
sobrevive, no prospera.»*



— DIEGO F. PARRA

69

*«Los errores de inventario se
pagan con clientes frustrados.»*



— DIEGO F. PARRA

70

*«Controlar mermas no es opcional,
es supervivencia financiera.»*



— DIEGO F. PARRA

71

*«La merma se come las utilidades
de manera oculta todos los días.»*



— DIEGO F. PARRA

72

*«Los errores están bien y los
sobrecostos también, ¡SIEMPRE Y
CUANDO APRENDA DE ELLOS!»*



— DIEGO F. PARRA

De Triunfar o morir en el intento · (Sic) Editorial Ltda., 2013 · p. 149

CAPÍTULO 03



Hospitalidad

*Frases sobre el sentido profundo de la hospitalidad:
anticipación, empatía y servicio genuino.*



DÍAS 73 — 108 · 36 FRASES

73

«Cada sonrisa en el servicio es una inversión en la lealtad del cliente.»



— DIEGO F. PARRA

74

*«La hospitalidad no es solo
servir comida, es crear
experiencias memorables.»*



— DIEGO F. PARRA

75

*«La hospitalidad auténtica
es la que nace del deseo
genuino de servir.»*



— DIEGO F. PARRA

76

*«La hospitalidad es el
puente entre el servicio y
la experiencia del cliente.»*



— DIEGO F. PARRA

77

«La clave de la hospitalidad es anticiparse a las necesidades del cliente antes de que las exprese.»



— DIEGO F. PARRA

78

*«La excelencia en hospitalidad se mide
por la capacidad de prever lo que el
cliente aún no sabe que necesita.»*



— DIEGO F. PARRA

79

*«La excelencia en hospitalidad no
es un acto, es un hábito diario.»*



— DIEGO F. PARRA

80

*«La hospitalidad efectiva se basa
en la empatía y la anticipación
de las necesidades del cliente.»*



— DIEGO F. PARRA

81

*«La hospitalidad es la
diferencia entre un cliente
satisfecho y uno encantado.»*



— DIEGO F. PARRA

82

*«La verdadera hospitalidad
se mide en los detalles
que el cliente no espera.»*



— DIEGO F. PARRA

83

*«La hospitalidad se refleja en cómo
hacemos sentir a nuestros clientes,
no solo en lo que les servimos.»*



— DIEGO F. PARRA

84

«La hospitalidad comienza cuando entendemos las necesidades no expresadas del cliente.»



— DIEGO F. PARRA

85

*«La hospitalidad se mide
en los pequeños gestos
que marcan la diferencia.»*



— DIEGO F. PARRA

86

*«La hospitalidad auténtica
crea conexiones emocionales
con los clientes.»*



— DIEGO F. PARRA

87

*«La hospitalidad auténtica
genera clientes leales y
promotores de la marca.»*



— DIEGO F. PARRA

88

*«La hospitalidad comienza
con la actitud y se
perfecciona con la práctica.»*



— DIEGO F. PARRA

89

*«La hospitalidad efectiva
se basa en la empatía y
la atención al detalle.»*



— DIEGO F. PARRA

90

«La empatía en el servicio eleva el nivel de servicio a hospitalidad.»



— DIEGO F. PARRA

91

*«La hospitalidad no es un acto,
es una actitud constante.»*



— DIEGO F. PARRA

92

*«La hospitalidad no debe
tener otra naturaleza que
el amor hacia el otro.»*



— DIEGO F. PARRA

93

*«La hospitalidad se desarrolla
con la capacidad de sorprender
gratamente al cliente.»*



— DIEGO F. PARRA

94

*«La hospitalidad no se trata
solo de servir comida, sino de
crear conexiones emocionales.»*



— DIEGO F. PARRA

95

*«La verdadera hospitalidad se
manifiesta en los detalles no solicitados
pero profundamente apreciados.»*



— DIEGO F. PARRA

96

*«Dedicar la vida a servir
a otros es el mayor acto de
humildad y desarrollo humano.»*



— DIEGO F. PARRA

97

*«Servir a otros sinceramente
es la forma más profunda
de desarrollo humano.»*



— DIEGO F. PARRA

98

*«El sabor atrae, pero la
hospitalidad retiene.»*



— DIEGO F. PARRA

99

*«Sonreír y saludar se queda corto
para el nivel de hospitalidad
necesario para sobresalir.»*



— DIEGO F. PARRA

100

*«Ningún cliente se debe ir peor
de como llegó al restaurante.»*



— DIEGO F. PARRA

101

*«La hospitalidad es el arte de hacer
sentir a cada cliente como en casa,
incluso estando lejos de ella.»*



— DIEGO F. PARRA

102

*«La hospitalidad no es atender mesas:
es entender razones de consumo y
crear momentos que se recuerden.»*



— DIEGO F. PARRA

103

*«La hospitalidad no es un gesto,
es una estrategia integral.»*



— DIEGO F. PARRA

104

*«La hospitalidad auténtica
transforma una comida en
una experiencia inolvidable.»*



— DIEGO F. PARRA

105

*«Buen servicio hay en cualquier
lado; hospitalidad sincera
es una joya más escasa.»*



— DIEGO F. PARRA

106

*«Servir a otros es un acto
profundo de humildad y respeto.»*



— DIEGO F. PARRA

107

*«La hospitalidad sin rentabilidad
es caridad disfrazada.»*



— DIEGO F. PARRA

108

*«La hospitalidad no se
improvisa, se diseña.»*



— DIEGO F. PARRA

CAPÍTULO 04



Servicio

*Frases sobre diseño de servicio, consistencia,
personalización y momentos de verdad.*



DÍAS 109 — 137 · 29 FRASES

109

*«Un servicio bien diseñado
convierte comensales en
embajadores de tu marca.»*



— DIEGO F. PARRA

110

*«La anticipación en el
servicio transforma lo
ordinario en extraordinario.»*



— DIEGO F. PARRA

111

*«Decir «no» sin ofrecer
alternativas es el camino más
rápido hacia una mala reseña.»*



— DIEGO F. PARRA

112

*«Un servicio consistente
crea confianza y
fidelidad en los clientes.»*



— DIEGO F. PARRA

113

*«Un servicio excepcional
convierte una comida en una
experiencia memorable.»*



— DIEGO F. PARRA

114

*«El diseño del servicio
es tan importante como
el sabor del plato.»*



— DIEGO F. PARRA

115

*«La atención al cliente es
una inversión, no un gasto.»*



— DIEGO F. PARRA

116

«La rapidez y eficiencia en el servicio son claves para la satisfacción del cliente.»



— DIEGO F. PARRA

117

*«La innovación en el servicio
comienza con escuchar al cliente.»*



— DIEGO F. PARRA

118

*«La anticipación de las
necesidades del cliente demuestra
excelencia en el servicio.»*



— DIEGO F. PARRA

119

*«La personalización en el
servicio crea conexiones
emocionales con el cliente.»*



— DIEGO F. PARRA

120

*«Cada «no» en el servicio
es una puerta cerrada a
la lealtad del cliente.»*



— DIEGO F. PARRA

121

*«El servicio al cliente es
el corazón que late en
cada operación exitosa.»*



— DIEGO F. PARRA

122

*«Un servicio rápido y
eficiente aumenta la
satisfacción y la rentabilidad.»*



— DIEGO F. PARRA

123

*«Decir «no» en el servicio
es admitir que no estamos
preparados para servir.»*



— DIEGO F. PARRA

124

*«La resolución efectiva de
problemas convierte una
queja en una oportunidad.»*



— DIEGO F. PARRA

125

*«La calidad del servicio se refleja
en la percepción del cliente.»*



— DIEGO F. PARRA

126

*«La empatía en el servicio
es el ingrediente secreto
de la lealtad del cliente.»*



— DIEGO F. PARRA

127

*«La atención al detalle
es lo que distingue a los
grandes restaurantes.»*



— DIEGO F. PARRA

128

*«La consistencia en el servicio crea
confianza y lealtad en el cliente.»*



— DIEGO F. PARRA

129

*«Un servicio excepcional es
recordado mucho después
de que se olvida el precio.»*



— DIEGO F. PARRA

130

*«Un diseño de servicio
efectivo transforma lo
ordinario en extraordinario.»*



— DIEGO F. PARRA

131

*«La pasión por el servicio
se transmite y se percibe
en cada interacción.»*



— DIEGO F. PARRA

132

*«Un servicio cálido y atento
convierte una visita en
una historia para contar.»*



— DIEGO F. PARRA

133

*«La mejora continua en
el servicio es clave para
mantenerse competitivo.»*



— DIEGO F. PARRA

134

*«La innovación en el
servicio debe centrarse en
mejorar la vida del cliente.»*



— DIEGO F. PARRA

135

*«La atención al detalle es lo
que separa a los restaurantes
memorables del montón.»*



— DIEGO F. PARRA

136

*«El servicio no es lo que
se le ocurra al mesero;
es lo que usted diseña.»*



— DIEGO F. PARRA

137

*«El lenguaje corporal dice lo que
el cliente no se atreve a pedir.»*



— DIEGO F. PARRA

CAPÍTULO 05



Experiencia del cliente

Frases sobre cómo se construye, se mide y se recuerda la experiencia del comensal.



DÍAS 138 — 170 · 33 FRASES

138

*«Si no entiendes por qué
entra tu cliente, nunca
sabrás por qué se fue.»*



— DIEGO F. PARRA

139

*«La experiencia del cliente
comienza antes de que
entre al restaurante.»*



— DIEGO F. PARRA

140

*«La felicidad del cliente no
es un extra, es el objetivo
principal de cada servicio.»*



— DIEGO F. PARRA

141

*«La empatía es la herramienta
más poderosa en el
diseño de experiencias.»*



— DIEGO F. PARRA

142

*«La clave del éxito está en
superar las expectativas
del cliente en cada visita.»*



— DIEGO F. PARRA

143

«Un cliente satisfecho es el mejor embajador de tu restaurante.»



— DIEGO F. PARRA

144

«Diseñar experiencias memorables es más rentable que cualquier promoción temporal.»



— DIEGO F. PARRA

145

*«La felicidad del cliente se
construye en cada interacción,
por pequeña que sea.»*



— DIEGO F. PARRA

146

*«Cada interacción con el cliente es
una oportunidad para sorprender.»*



— DIEGO F. PARRA

147

*«La experiencia del cliente
es el nuevo campo de
batalla de los restaurantes.»*

— ◆ —

— DIEGO F. PARRA

148

*«Un cliente bien atendido
no solo regresa, sino
que trae a otros con él.»*



— DIEGO F. PARRA

149

*«Una microexperiencia bien
diseñada puede generar
una macrofidelidad.»*



— DIEGO F. PARRA

150

«La lealtad del cliente se gana con consistencia, no con promociones esporádicas.»



— DIEGO F. PARRA

151

*«El cliente no paga por tu
esfuerzo, paga por su experiencia.»*



— DIEGO F. PARRA

152

*«El cliente no recuerda lo
que comió, recuerda cómo lo
hiciste sentir en el restaurante.»*



— DIEGO F. PARRA

153

*«La felicidad del cliente no es solo
una sonrisa, es una recompra.»*



— DIEGO F. PARRA

154

*«La sorpresa positiva en el
servicio genera memorabilidad.»*



— DIEGO F. PARRA

155

*«El cliente no siempre tiene
la razón, pero siempre
es quien trae el dinero.»*



— DIEGO F. PARRA

156

«No medir numéricamente los resultados de la experiencia del cliente es un error común.»



— DIEGO F. PARRA

157

*«Pensar que todos los clientes
están felices porque sonríen
es una ilusión peligrosa.»*



— DIEGO F. PARRA

158

*«Un cliente satisfecho es la
mejor estrategia de crecimiento.»*



— DIEGO F. PARRA

159

*«Cada interacción es
una oportunidad para
fidelizar al cliente.»*



— DIEGO F. PARRA

160

*«La experiencia del cliente
va mucho más allá de la
cocina en los restaurantes.»*



— DIEGO F. PARRA

161

*«La experiencia del cliente
es el resultado de múltiples
factores trabajando en armonía.»*



— DIEGO F. PARRA

162

*«Cada detalle cuenta cuando
se trata de ofrecer una
experiencia excepcional.»*



— DIEGO F. PARRA

163

*«La experiencia del cliente
debe ser consistente en todos
los canales de servicio.»*



— DIEGO F. PARRA

164

«La realimentación del cliente debe valorarse y utilizarse para mejorar.»



— DIEGO F. PARRA

165

*«La experiencia del cliente se diseña
por micro-momentos, de otra forma
estamos en manos de la suerte.»*



— DIEGO F. PARRA

166

*«La atención a los
comentarios negativos
permite mejorar y crecer.»*



— DIEGO F. PARRA

167

*«Cada interacción mala
es un cliente menos y un
mal comentario más.»*



— DIEGO F. PARRA

168

*«Los cambios que pide el
cliente son una oportunidad
para generar conexión.»*



— DIEGO F. PARRA

169

*«Un buen diseño de micro-momentos
garantiza que el cliente reciba siempre
el mismo nivel de experiencia.»*



— DIEGO F. PARRA

170

*«La atención al feedback
del cliente es oro puro
para el crecimiento.»*



— DIEGO F. PARRA

CAPÍTULO 06



Operación y procesos

*Frases sobre estandarización, datos, horas pico, aseo y
excelencia operativa.*



DÍAS 171 — 206 · 36 FRASES

171

*«La excelencia operativa se
refleja en los estados financieros.»*



— DIEGO F. PARRA

172

*«Un baño impecable refleja
una operación impecable.»*



— DIEGO F. PARRA

173

*«Un baño sucio grita
más fuerte que cualquier
campana de marketing.»*



— DIEGO F. PARRA

174

*«El aseo no es un detalle,
es una declaración de
respeto hacia tus clientes.»*



— DIEGO F. PARRA

175

«Sin datos, estás gestionando tu restaurante con los ojos vendados.»



— DIEGO F. PARRA

176

*«La eficiencia operativa
es la base de la felicidad
del cliente y del dueño.»*



— DIEGO F. PARRA

177

*«El baño de tu restaurante es el
espejo de tu operación entera.»*



— DIEGO F. PARRA

178

*«Si no tienes clara tu hora pico,
estás cocinando a ciegas.»*



— DIEGO F. PARRA

179

*«Un enfoque científico
en la gestión convierte
problemas en oportunidades.»*



— DIEGO F. PARRA

180

*«La hospitalidad sin procesos
es solo buena intención.»*



— DIEGO F. PARRA

181

*«Un manual de procesos
sin entrenamiento constante
es solo papel muerto.»*



— DIEGO F. PARRA

182

*«No necesitas más clientes,
necesitas mejores procesos.»*



— DIEGO F. PARRA

183

«La improvisación es el enemigo silencioso de la rentabilidad.»



— DIEGO F. PARRA

184

*«Si no mides, no mejoras;
si no mejoras, quiebras.»*



— DIEGO F. PARRA

185

*«Cada plato que sale es
una promesa cumplida o
una oportunidad perdida.»*



— DIEGO F. PARRA

186

*«Sin datos, solo
tienes una opinión.»*



— DIEGO F. PARRA

187

*«Invertir en análisis de datos
permite decisiones más acertadas.»*



— DIEGO F. PARRA

188

*«Si el cliente duda en entrar
por el aseo, no importa
cuán buena sea tu comida.»*



— DIEGO F. PARRA

189

*«La limpieza es el
primer ingrediente de
cualquier platillo exitoso.»*



— DIEGO F. PARRA

190

*«El aseo constante es la
primera carta de presentación
de tu restaurante.»*



— DIEGO F. PARRA

191

*«Invertir en relaciones
con proveedores fortalece
la cadena de suministro.»*



— DIEGO F. PARRA

192

*«La estandarización no acaba
la creatividad; la canaliza.»*



— DIEGO F. PARRA

193

*«Invertir en procesos es invertir
en tranquilidad operativa.»*



— DIEGO F. PARRA

194

«El baño es el espacio más importante para la re-compra de clientes en restaurantes.»



— DIEGO F. PARRA

195

*«El aseo es una
manifestación tangible de
tu cultura organizacional.»*



— DIEGO F. PARRA

196

*«La inversión en potenciar
los baños tiene uno de los
mayores retornos de inversión.»*



— DIEGO F. PARRA

197

*«Un restaurante sin procesos es
un caos con fachada bonita.»*



— DIEGO F. PARRA

198

*«Cada error no corregido
es una pérdida repetida.»*



— DIEGO F. PARRA

199

*«Si no organizas procesos, tu
restaurante vive de suerte.»*



— DIEGO F. PARRA

200

*«El orden no es un tema de gusto,
es un tema de rentabilidad.»*



— DIEGO F. PARRA

201

*«Cada vez que un empleado le
hace una pregunta al dueño, es una
oportunidad de estandarización.»*

—  —
— DIEGO F. PARRA

202

*«La mayoría de dueños «toderos»
deben hacer el trabajo por falta de
procesos, no por falta de gente.»*

— ◆ —

— DIEGO F. PARRA

203

*«El aseo en los restaurantes
simplemente no es negociable.»*



— DIEGO F. PARRA

204

*«Si usted no tiene receta
estándar, no tiene lo mínimo
para sacar esa vaina adelante.»*



— DIEGO F. PARRA

205

*«Si el trapo de la mesa
huele mal, toda la comida
sabe mal para el cliente.»*



— DIEGO F. PARRA

206

*«Invertir tiempo en planificación
parece aburrido, ahorra
tiempo en correcciones.»*



— DIEGO F. PARRA

CAPÍTULO 07



Equipo y cultura

Frases sobre entrenamiento, cultura de servicio y el papel del equipo en el resultado.



DÍAS 207 — 225 · 19 FRASES

207

*«Un equipo bien entrenado es
fundamental para una experiencia
de cliente sobresaliente.»*



— DIEGO F. PARRA

208

*«La experiencia del cliente
es un reflejo de la cultura
interna del restaurante.»*



— DIEGO F. PARRA

209

*«Un equipo que anticipa
es un equipo que lidera en
satisfacción del cliente.»*



— DIEGO F. PARRA

210

«La cultura de servicio debe estar arraigada en todos los niveles de la organización.»



— DIEGO F. PARRA

211

*«El entrenamiento constante
del personal es la inversión
más rentable en hospitalidad.»*



— DIEGO F. PARRA

212

*«Un equipo comprometido con la
hospitalidad transforma visitas
en recuerdos memorables.»*



— DIEGO F. PARRA

213

*«Gente que no sabe servir no
debe estar en restaurantes.»*



— DIEGO F. PARRA

214

*«La gente floja no tiene cabida
en la industria de restaurantes.»*



— DIEGO F. PARRA

215

*«La felicidad en el
trabajo se traduce en
excelencia en el servicio.»*



— DIEGO F. PARRA

216

*«Un equipo entrenado para
decir «sí» encuentra soluciones
donde otros ven problemas.»*



— DIEGO F. PARRA

217

*«Un restaurante sin cultura es
solo un lugar que sirve comida.»*



— DIEGO F. PARRA

218

*«¡Debemos invertir en el personal!
Así aprendan y se vayan.»*

—  —
— DIEGO F. PARRA

219

«Fomentar una cultura de hospitalidad en tu equipo es invertir en el éxito a largo plazo.»



— DIEGO F. PARRA

220

«Cuando alguien sirve a otro solo por cumplir con un trabajo, es inocultable.»



— DIEGO F. PARRA

221

*«Un equipo bien entrenado
en hospitalidad es un activo
poderoso en un restaurante.»*



— DIEGO F. PARRA

222

«El empleado que es capaz de botar un papel al piso dentro de la empresa no merece trabajar ahí.»



— DIEGO F. PARRA

223

*«Invertir en cultura interna es
sembrar lealtad y compromiso.»*



— DIEGO F. PARRA

224

«Los meseros no deben ser simples transportadores de comida; deben ser potenciadores de experiencias.»

—  —
— DIEGO F. PARRA

225

*«Sin inversión en formación
sistemáticamente, no hay
evolución en el servicio.»*



— DIEGO F. PARRA

CAPÍTULO 08



Marketing y marca

Frases sobre diferenciación, viralidad, conversión y el marketing que sí paga las cuentas.

DÍAS 226 — 263 · 38 FRASES

226

*«El servicio excepcional
es el mejor marketing para
cualquier restaurante.»*



— DIEGO F. PARRA

227

*«Meseros bailando en TikTok
no paga las cuentas si no
hay una estrategia detrás.»*



— DIEGO F. PARRA

228

*«Un cliente feliz es la mejor
estrategia de marketing
que puedes tener.»*



— DIEGO F. PARRA

229

*«El marketing es el puente
entre tu cocina y el cliente;
sin él, nadie cruzará.»*



— DIEGO F. PARRA

230

«Un buen plato no se vende solo; necesita una historia que lo respalde.»



— DIEGO F. PARRA

231

*«La viralidad sin conversión
es solo una ilusión costosa.»*



— DIEGO F. PARRA

232

*«La experiencia del cliente
es el nuevo marketing.»*



— DIEGO F. PARRA

233

*«La competencia no te
quita clientes, tu falta
de diferenciación sí.»*



— DIEGO F. PARRA

234

*«La marca que se adapta,
sobrevive; la que se
estanca, desaparece.»*



— DIEGO F. PARRA

235

*«Esperar que los clientes lleguen sin
hacer marketing es como esperar
que la comida se cocine sola.»*



— DIEGO F. PARRA

236

*«Los influenciadores solamente
no salvarán su restaurante.»*



— DIEGO F. PARRA

237

«Una marca fuerte es aquella que habla cuando tú no estás presente.»



— DIEGO F. PARRA

238

*«Un restaurante sin
inversión en marketing es
como un chef sin cuchillo.»*



— DIEGO F. PARRA

239

*«No puedes esperar resultados
diferentes haciendo siempre
lo mismo en marketing.»*



— DIEGO F. PARRA

240

*«Invertir en marketing
efectivo atrae y retiene
a los clientes ideales.»*



— DIEGO F. PARRA

241

*«Invertir en diseño y presentación
eleva la percepción del producto.»*



— DIEGO F. PARRA

242

*«El teatro de la mente del
cliente se construye con
descripción, historia y estética.»*



— DIEGO F. PARRA

243

*«El marketing es un acelerador
de crecimiento, no una
fuente de crecimiento.»*



— DIEGO F. PARRA

244

*«Un restaurante exitoso convierte
clientes en embajadores de marca.»*

— ◆ —

— DIEGO F. PARRA

245

*«El branding efectivo convierte
restaurantes en empresas.»*



— DIEGO F. PARRA

246

*«Rezar y prender velas no es
una estrategia de marketing.»*



— DIEGO F. PARRA

247

*«Hacer bailar a tus meseros
no convierte likes en ventas.»*



— DIEGO F. PARRA

248

*«Un restaurante sin marketing es
como un plato fácil de olvidar.»*



— DIEGO F. PARRA

249

*«Cada plato debe
contar una historia que
conecte con el cliente.»*



— DIEGO F. PARRA

250

*«Un plato bien descrito vende
más que uno bien cocinado.»*



— DIEGO F. PARRA

251

*«Un restaurante sin identidad
es solo otro lugar para comer.»*



— DIEGO F. PARRA

252

*«No vendes comida: vendes
emociones servidas en platos.»*



— DIEGO F. PARRA

253

*«Usted no vende comida;
la comida es solo la excusa
para que la gente vaya.»*



— DIEGO F. PARRA

254

«Si usted cree que solo vende comida, probablemente tendrá dificultades para ser rentable.»



— DIEGO F. PARRA

255

*«Si su diferenciador es solo
«calidad y servicio», usted
no tiene un diferenciador.»*



— DIEGO F. PARRA

256

*«Deje de buscar seguidores y
empiece a buscar indicadores
que le den dinero al negocio.»*



— DIEGO F. PARRA

257

*«El marketing trae al cliente
por primera vez, pero solo el
valor real hace que regrese.»*



— DIEGO F. PARRA

258

*«El público que lo sigue
en redes no siempre es el
mismo que le compra.»*



— DIEGO F. PARRA

259

*«Si usted no es capaz de poner
en palabras su diferenciador, su
cliente tampoco lo encontrará.»*



— DIEGO F. PARRA

260

*«Su restaurante habla antes de que
alguien pronuncie la primera palabra:
el letrero grita y las sillas susurran.»*

—  —
— DIEGO F. PARRA

261

«Usted no compite con la pizzería de al lado; compite con las marcas que el cliente tiene en su mano de consumo.»



— DIEGO F. PARRA

262

*«No venda platos; venda
soluciones para cuando
el cliente está triste, de
negocios o celebrando.»*



— DIEGO F. PARRA

263

*«Todo el tiempo estamos
persuadiendo y manipulando
así no nos demos cuenta.»*



— DIEGO F. PARRA

De Triunfar o morir en el intento · (Sic) Editorial Ltda., 2013 · p. 80

CAPÍTULO 09



Liderazgo y mentalidad

*Frases sobre disciplina, complacencia, mentalidad
empresarial y el liderazgo del dueño.*



DÍAS 264 — 319 · 56 FRASES

264

*«No necesitas ser chef para
entender tus finanzas, necesitas
ser líder de tu negocio.»*



— DIEGO F. PARRA

265

*«El verdadero enemigo
del restaurante es la
complacencia del dueño.»*



— DIEGO F. PARRA

266

*«La pasión te inicia, pero solo la
gestión disciplinada te sostiene.»*



— DIEGO F. PARRA

267

*«Resultados sobresalientes
requieren esfuerzos que nadie
más está dispuesto a hacer.»*



— DIEGO F. PARRA

268

*«Ampliar la mente de los
líderes, expande sus empresas.»*



— DIEGO F. PARRA

269

*«El éxito no es suerte, es
intención, acción y conocimiento.»*



— DIEGO F. PARRA

270

*«La pasión abre restaurantes, la
gestión los mantiene abiertos.»*



— DIEGO F. PARRA

271

*«No hay éxito sin sacrificio;
no hay crecimiento sin dolor.»*



— DIEGO F. PARRA

272

*«Cada esfuerzo cuenta. Incluso
los invisibles para los demás.»*

— ◆ —

— DIEGO F. PARRA

273

*«La persistencia es el camino
del líder que transforma.»*



— DIEGO F. PARRA

274

*«El trabajo con propósito es el combustible
que permite a personas comunes
lograr resultados extraordinarios.»*



— DIEGO F. PARRA

275

*«La excelencia es el resultado
de la práctica permanente.»*



— DIEGO F. PARRA

276

*«El éxito es para los
que se levantan y siguen
insistiendo a pesar de todo.»*

— ◆ —

— DIEGO F. PARRA

277

*«La disciplina con propósito
es la fuente del éxito.»*



— DIEGO F. PARRA

278

*«Trabajar con propósito, determinación
e inteligencia genera riqueza.
¡Trabajar duro solamente no alcanza!»*



— DIEGO F. PARRA

279

*«Cada día es una nueva oportunidad
para transformar nuestro interior
y, por ende, nuestro exterior.»*



— DIEGO F. PARRA

280

*«El éxito es la suma de
pequeños esfuerzos diarios
con un propósito superior.»*



— DIEGO F. PARRA

281

*«El desarrollo espiritual es clave
para el éxito en los negocios.»*



— DIEGO F. PARRA

282

*«Los restaurantes son una
excelente academia de vida
para todas las personas.»*



— DIEGO F. PARRA

283

*«Todo lo que la vida me da es
bueno para mí, aun si no soy
capaz de verlo o valorarlo.»*



— DIEGO F. PARRA

284

*«Para cuidar y servir a otros,
primero debo cuidarme
y servirme a mí mismo.»*



— DIEGO F. PARRA

285

*«Un plan de vida alineado
con tu negocio crea una
sinergia imparable.»*



— DIEGO F. PARRA

286

*«Intención sin ejecución es como
una receta sin ingredientes.»*



— DIEGO F. PARRA

287

*«Las empresas son herramientas
de desarrollo humano.»*



— DIEGO F. PARRA

288

*«La constancia con un
propósito superior es el secreto
de quienes llegan lejos.»*



— DIEGO F. PARRA

289

*«Si el dueño pasa todo
el día metido en la
operación, eventualmente
el negocio se va a quebrar.»*



— DIEGO F. PARRA

290

«Un restaurante es una máquina del tiempo: cierras los ojos, los abres y ya pasaron cinco años.»



— DIEGO F. PARRA

291

*«Pagas por formación para
aprender, o pagas perdiendo
dinero mientras intentas adivinar.»*



— DIEGO F. PARRA

292

*«Mejore la calidad de las preguntas
que se hace sobre su negocio y
mejorará la calidad de sus resultados.»*



— DIEGO F. PARRA

293

*«Delegar no es abandonar el barco;
es diseñar los procesos para que
otros puedan navegar sin usted.»*



— DIEGO F. PARRA

294

«El administrador no diseña el modelo de negocio; esa es responsabilidad del dueño.»



— DIEGO F. PARRA

295

«La escalera de delegación es lo único que te sacará de la cocina para pensar en el crecimiento.»



— DIEGO F. PARRA

296

*«Llorar y sentirse tristes
no construye imperios.»*



— DIEGO F. PARRA

297

*«Nuestro tiempo de vida es limitado,
sin embargo vivimos sin percatarnos
de la importancia de cada instante,
cada minuto que se va, no vuelve.»*



— DIEGO F. PARRA

De Triunfar o morir en el intento · (Sic) Editorial Ltda., 2013 · p. 9

298

«El éxito debe ser un estado de ánimo y un sentimiento duradero, soportado por un concepto completamente personal.»



— DIEGO F. PARRA

De Triunfar o morir en el intento · (Sic) Editorial Ltda., 2013 · p. 20

299

«Cada uno de nosotros es el resultado de la suma de las decisiones del pasado, unas con repercusiones importantes y otras más pequeñas, pero todas importantes.»



— DIEGO F. PARRA

De Triunfar o morir en el intento · (Sic) Editorial Ltda., 2013 · p. 22

300

*«Más importante que la decisión
que se ha tomado, es el proceso
que usamos para decidir.»*



— DIEGO F. PARRA

De Triunfar o morir en el intento · (Sic) Editorial Ltda., 2013 · p. 24

301

*«El cambio requiere esfuerzo,
no solo para lograrlo
sino para mantenerlo.»*



— DIEGO F. PARRA

De Triunfar o morir en el intento · (Sic) Editorial Ltda., 2013 · p. 28

302

*«El éxito debe ir ligado a la
felicidad, de lo contrario no
será verdadero, ni duradero.»*



— DIEGO F. PARRA

De Triunfar o morir en el intento · (Sic) Editorial Ltda., 2013 · p. 32

303

«La felicidad o motivación de cada persona debe ser una responsabilidad exclusivamente personal y más aún, debe ser una CAPACIDAD.»



— DIEGO F. PARRA

De Triunfar o morir en el intento · (Sic) Editorial Ltda., 2013 · p. 41

304

*«El “usted” de hoy, es el
resultado de muchos factores que
han definido su personalidad y
modelo de toma de decisiones.»*



— DIEGO F. PARRA

De Triunfar o morir en el intento · (Sic) Editorial Ltda., 2013 · p. 41

305

*«NUNCA debe permitir, ni dar poder
a nadie diferente a usted mismo sobre
su felicidad, motivación y éxito.»*



— DIEGO F. PARRA

De Triunfar o morir en el intento · (Sic) Editorial Ltda., 2013 · p. 42

306

*«No es su esposa o esposo quien debe
hacerlo feliz, no es su jefe, ni su empresa, ni
su auto, ni su dinero quien tiene el poder.»*



— DIEGO F. PARRA

De Triunfar o morir en el intento · (Sic) Editorial Ltda., 2013 · p. 42

307

«Es cierto que se pueden cometer errores por tomar decisiones apresuradas, pero rápido no es sinónimo de apresurado.»



— DIEGO F. PARRA

De Triunfar o morir en el intento · (Sic) Editorial Ltda., 2013 · p. 47

308

*«No basta con equivocarse,
hay que aprender del error,
sino todo perdería sentido.»*



— DIEGO F. PARRA

De Triunfar o morir en el intento · (Sic) Editorial Ltda., 2013 · p. 51

309

«La valía de un ser humano no debe medirse por sus logros o posesiones, sino por su capacidad de dar amor.»



— DIEGO F. PARRA

De Triunfar o morir en el intento · (Sic) Editorial Ltda., 2013 · p. 74

310

«El miedo no se va a ir, debe lidiar con él e intentar desarrollar estrategias que le funcionen a USTED, para dominarlo.»



— DIEGO F. PARRA

De Triunfar o morir en el intento · (Sic) Editorial Ltda., 2013 · p. 93

311

*«No se trata de darse palmaditas
en la espalda intentando engañarse
a usted mismo, se trata de
abrir los ojos a la realidad.»*



— DIEGO F. PARRA

De Triunfar o morir en el intento · (Sic) Editorial Ltda., 2013 · p. 95

312

*«El rumbo que ha decidido darle
a su vida, debe tener sentido,
para USTED y nadie más.»*



— DIEGO F. PARRA

De Triunfar o morir en el intento · (Sic) Editorial Ltda., 2013 · p. 103

313

«Para ser la persona exitosa que quiere ser, debe permitirse equivocarse y no ser tan duro con usted mismo.»



— DIEGO F. PARRA

De Triunfar o morir en el intento · (Sic) Editorial Ltda., 2013 · p. 106

314

«Los grandes resultados normalmente se dan cuando se AYUDA a gran cantidad de personas, no cuando se perjudica.»



— DIEGO F. PARRA

De Triunfar o morir en el intento · (Sic) Editorial Ltda., 2013 · p. 126

315

«Obrar bien no es tan difícil, muchas veces basta con no hacer el mal, no se requiere ser un santo o buscar serlo.»



— DIEGO F. PARRA

De Triunfar o morir en el intento · (Sic) Editorial Ltda., 2013 · p. 127

316

*«Nada es tan urgente como
parece y usted no es tan
indispensable como quiere pensar.»*



— DIEGO F. PARRA

De Triunfar o morir en el intento · (Sic) Editorial Ltda., 2013 · p. 148

317

«El camino hacia el éxito normalmente no es una línea recta, es más bien un sendero serpenteante y cambiante que evoluciona a medida que nosotros lo hacemos.»



— DIEGO F. PARRA

De Triunfar o morir en el intento · (Sic) Editorial Ltda., 2013 · p. 149

318

«Actuar cuando no tiene ganas de hacerlo, puede hacer la diferencia entre lograr o no un objetivo.»



— DIEGO F. PARRA

De *Triunfar o morir en el intento* · (Sic) Editorial Ltda., 2013 · p. 149

319

«El exceso de trabajo crónico es una de las trampas más comunes de las personas que quieren ser exitosas.»



— DIEGO F. PARRA

De Triunfar o morir en el intento · (Sic) Editorial Ltda., 2013 · p. 152

CAPÍTULO 10



Estrategia y modelo de negocio

*Frases sobre modelo de negocio, socios, crecimiento con
control y sistemas replicables.*

DÍAS 320 — 365 · 46 FRASES

320

*«El peor error de los restaurantes
es pensar que servir buena
comida es suficiente.»*



— DIEGO F. PARRA

321

*«Muchos restaurantes fallan
porque se enfocan en la
cocina y olvidan el negocio.»*



— DIEGO F. PARRA

322

*«Tener demasiados socios
puede ser el primer paso hacia
el fracaso de tu restaurante.»*



— DIEGO F. PARRA

323

*«Un restaurante exitoso es
aquel que combina sabor con
sostenibilidad financiera.»*



— DIEGO F. PARRA

324

«La falta de claridad en roles y responsabilidades entre socios es una receta para el caos.»



— DIEGO F. PARRA

325

*«El crecimiento sin controles es
receta perfecta para el colapso.»*



— DIEGO F. PARRA

326

«Priorizar inversiones basadas en el redescubrimiento de la competencia es clave para el crecimiento.»



— DIEGO F. PARRA

327

«Un mal modelo de negocio no lo salva ni el mejor chef del mundo.»



— DIEGO F. PARRA

328

*«No hay peor inversión que un
restaurante sin propósito claro.»*



— DIEGO F. PARRA

329

*«La plata de los socios es la
más cara en los restaurantes.»*



— DIEGO F. PARRA

330

*«La pasión sin estrategia
es un hobby costoso.»*

— ◆ —

— DIEGO F. PARRA

331

*«Los restaurantes necesitan
ingeniería de alimentos,
no solo recetas de cocina.»*



— DIEGO F. PARRA

332

*«La improvisación es el
enemigo de la escalabilidad.»*



— DIEGO F. PARRA

333

*«El éxito no es cuestión de
suerte, es cuestión de sistema.»*



— DIEGO F. PARRA

334

*«No puedes escalar un restaurante
si no puedes replicarlo sin ti.»*



— DIEGO F. PARRA

335

*«Si no puedes replicarlo, no es
un modelo de negocio todavía.»*



— DIEGO F. PARRA

336

*«Usted no puede
franquiciar un modelo de
negocio que no funciona.»*



— DIEGO F. PARRA

337

*«Montar un restaurante que es
uno más es quiebra garantizada.»*



— DIEGO F. PARRA

338

*«El sabor ya no es suficiente
para tener éxito en restaurantes.»*



— DIEGO F. PARRA

339

*«No hay peor inversión que
un restaurante sin estrategia.»*



— DIEGO F. PARRA

340

*«La buena comida abunda
en restaurantes quebrados.»*



— DIEGO F. PARRA

341

*«Si quiere quebrar el restaurante,
concéntrese solo en cocinar rico.»*



— DIEGO F. PARRA

342

«El negocio de restaurantes puede ser emocionante y desalentador al mismo tiempo; no es para todos.»



— DIEGO F. PARRA

343

*«Precisamente donde no estás
invirtiendo en el restaurante es
lo que más dinero te cuesta.»*



— DIEGO F. PARRA

344

*«Entre un ingeniero y un chef
como socio de restaurante,
prefiero al ingeniero.»*



— DIEGO F. PARRA

345

*«Los restaurantes que proponen
y corren riesgos calculados
tienden a ser más exitosos.»*



— DIEGO F. PARRA

346

*«Irónicamente, entre menos
riesgo se toma, más aumenta
el peligro de quebrar.»*



— DIEGO F. PARRA

347

«Cualquier chef puede cocinar; pocos pueden manejar un negocio.»



— DIEGO F. PARRA

348

*«El dueño cree que tiene que hacer plata
en el negocio, cuando lo que necesita
es hacer un negocio que haga plata.»*

—  —
— DIEGO F. PARRA

349

*«El modelo de negocio
no cambia sin intención,
atención e inversión.»*



— DIEGO F. PARRA

350

*«La diferencia entre una empresa
pequeña y una grande es la capacidad
de delegar y crear sistemas.»*



— DIEGO F. PARRA

351

*«Simplificar procesos es
el requisito indispensable
para poder expandirse.»*



— DIEGO F. PARRA

352

*«Si no piensas en sistemas, tu
negocio nunca será replicable.»*



— DIEGO F. PARRA

353

*«Deje de perder tiempo
con la competencia y
concéntrese en mejorar su
propio modelo de negocio.»*



— DIEGO F. PARRA

354

*«Equivocarse con la
ubicación es, casi siempre,
sentenciar al restaurante.»*



— DIEGO F. PARRA

355

«La gestión del conocimiento es lo que separa a un restaurante de barrio de una gran cadena.»



— DIEGO F. PARRA

356

*«Si al dueño le gusta o no
la comida es irrelevante;
lo que importa es lo
que el cliente valora.»*



— DIEGO F. PARRA

357

*«Cualquier restaurante puede salvarse,
pero el nivel de esfuerzo a veces
es tan grande que no lo amerita.»*



— DIEGO F. PARRA

358

*«La estandarización
es el puente entre un
restaurante y una cadena.»*



— DIEGO F. PARRA

359

*«Correr riesgos que nadie
más corre, crea resultados
que nadie más tiene.»*

— ◆ —

— DIEGO F. PARRA

360

*«Su éxito no necesariamente
debe coincidir con la definición
socialmente aceptada de éxito.»*



— DIEGO F. PARRA

De Triunfar o morir en el intento · (Sic) Editorial Ltda., 2013 · p. 18

361

*«Siempre debe seguir el
orden natural: SER, para
HACER y finalmente TENER.»*



— DIEGO F. PARRA

De Triunfar o morir en el intento · (Sic) Editorial Ltda., 2013 · p. 43

362

«La verdad es que muchas de nuestras grandes buenas nuevas ideas, no son tan grandes, ni tan nuevas y a veces ni siquiera son buenas.»



— DIEGO F. PARRA

De Triunfar o morir en el intento · (Sic) Editorial Ltda., 2013 · p. 63

363

*«Atrévase a pensar en grande y colocar
en perspectiva su trabajo, pensar en
grande de manera abundante siempre
es mejor que pensar en escasez.»*



— DIEGO F. PARRA

De Triunfar o morir en el intento · (Sic) Editorial Ltda., 2013 · p. 87

364

*«El riesgo es su amigo y solo
puede ser verdaderamente
exitoso corriendo riesgos.»*



— DIEGO F. PARRA

De Triunfar o morir en el intento · (Sic) Editorial Ltda., 2013 · p. 105

365

«La información es importante, pero hay que actuar y luego apuntar mejor por el camino, el gran reto es ¡HACER!»



— DIEGO F. PARRA

De Triunfar o morir en el intento · (Sic) Editorial Ltda., 2013 · p. 131



*«La hospitalidad no debe tener otra
naturaleza que el amor hacia el otro.»*

— DIEGO F. PARRA



Este libro se terminó de maquetar en julio de 2026.

Compuesto en Playfair Display y Montserrat.

365 frases · 10 capítulos · una para cada día.