Universidad Tecnológica de El Salvador

FACULTAD DE MAESTRÍAS Y ESTUDIOS DE POSTGRADO

MAESTRÍA EN ADMINISTRACION FINANCIERA

CONSULTORÍA INTEGRAL COLABORATIVA REALIZADA A: RESTAURANTE BRISAS DEL LAGO

TRABAJO DE GRADUACIÓN

PRESENTADO POR:

ELSA MERIS ERROA FUENTES

CARLOS ROBERTO FERNÁNDEZ GUARDADO

MANUEL DE JESUS FERNÁNDEZ GUARDADO

RÉNE ERNESTO GARCÍA RIVAS

PARA OPTAR AL GRADO DE:

MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

NOVIEMBRE, 2019

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTOR

ING. NELSON ZÁRATE SÁNCHEZ

VICERECTOR ACADÉMICO

ING. FRANCISCO ARMANDO ZEPEDA

DECANO FACULTAD DE MAESTRÍAS Y ESTUDIOS DE POSTGRADOS

LIC. JUAN CARLOS CERNA AGUIÑADA

JURADO EXAMINADOR

PRESIDENTE
SR. JUAN ANTONIO GARCÍA MARTÍNEZ

PRIMER VOCAL
ING. ANTONIO MIRA

SEGUNDO VOCAL
LIC. ROBERTO FILÁNDER RIVAS

TERCER VOCAL
LIC. ORLANDO ALCIDES MENÉNDEZ PADILLA

NOVIEMBRE, 2019

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA

Universidad Tecnológica de El Salvador

Facultad de Maestrías y Estudios de Postgrado

ACTA DE EXAMEN PROFESIONAL

HABIÉNDOSE REUNIDO EL JURADO CALIFICADOR INTEGRADO POR:

SR. JUAN ANTONIO GARCÍA MARTÍNEZ, ING. ANTONIO MIRA, LIC. ROBERTO FILÁNDER RIVAS Y LIC. ORLANDO ALCIDES MENÉNDEZ PADILLA A LAS OCHO HORAS, Y LUEGO DE HABER DELIBERADO SOBRE EL EXAMEN PROFESIONAL DE LOS ESTUDIANTES: **ELSA MERIS ERROA FUENTES, CARLOS ROBERTO FERNÁNDEZ GUARDADO, MANUEL DE JESÚS FERNÁNDEZ GUARDADO Y RENÉ ERNESTO GARCÍA RIVAS.**

QUIENES PRESENTARON DEFENSA DE SU TRABAJO DE GRADUACIÓN TITULADO: **"CONSULTORÍA INTEGRAL COLABORATIVA REALIZADA A "RESTAURANTE BRISAS DEL LAGO"**

PARA OPTAR AL GRADO DE: **MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN FINANCIERA.**

Y DEL CUAL SE EVALUARON TAMBIÉN LOS CONOCIMIENTOS RELACIONADOS CON EL TEMA MISMO. POR TANTO, ESTE JURADO RESUELVE DECLARAR EL EXAMEN COMO APROBADO, YA QUE SI CUMPLE CON LOS REQUISITOS ESTABLECIDOS EN EL REGLAMENTO DE GRADUACIÓN DE LA FACULTAD DE MAESTRÍAS Y ESTUDIOS DE POSTGRADO DE LA UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR.

OBSERVACIONES: _____

_____

SAN SALVADOR, TREINTA DE AGOSTO DE DOS MIL DIECINUEVE.

SR. JUAN ANTONIO GARCÍA MARTÍNEZ
PRESIDENTE DEL JURADO

ING. ANTONIO MIRA
PRIMER VOCAL

LIC. ROBERTO FILÁNDER RIVAS
SEGUNDO VOCAL

LIC. ORLANDO ALCIDES MENÉNDEZ PADILLA
TERCER VOCAL

Dedicatoria y Agradecimientos

A Dios todopoderoso por darme la oportunidad de continuar con los estudios y ayudarme a cumplir mis objetivos y metas profesionales.

A mi madre Guadalupe Guardado y mi padre Manuel Fernández que han sido un gran apoyo a lo largo de toda la Maestría con sus oraciones y sabios consejos.

A mi hermano Carlos Fernández por apoyarme y motivarme a seguir adelante profesionalmente.

A mi hermana Verónica Fernández por su cariño y acompañamiento en oraciones a lo largo de todo el proceso para culminar con éxito esta maestría.

A toda mi familia por el apoyo incondicional y sus consejos sabios y oraciones.

A la Universidad Tecnológica y personal docente que nos acompañó en todo el proceso compartiendo sus conocimientos.

¡Muchas Gracias!

Manuel de Jesús Fernández Guardado

Dios, tu amor y tu bondad no tienen fin, me permites sonreír ante todos mis logros que son resultado de tu ayuda, cuando caigo y me pones a prueba, aprendo de mis errores y me doy cuenta de que los pones en frente mío para que mejore como ser humano y crezca de diversas maneras.

Gracias a mi madre Guadalupe del Carmen Fernández de Guardado y mi padre Manuel de Jesús Fernández por estar presente no solo en esta etapa tan importante de mi vida, sino en todo momento ofreciéndome y buscando lo mejor para mi persona.

Gracias a mis hermanos Manuel de Jesús Fernández Guardado y Marta Verónica Fernández Guardado, quienes han formado parte importante durante este proceso con sus consejos.

¡Muchas Gracias!

Carlos Roberto Fernández Guardado

A Dios todopoderoso porque gracias a su inmenso amor y fortaleza he logrado terminar y cumplir una nueva meta en mi vida.

A mi esposo porque sin su apoyo y fortaleza no hubiera logrado culminar esta maestría.

A **mi hija Fiorella (Q.D.D.G.),** porque desde que supe de su venida hasta el momento en que Dios la llamó al cielo, formó parte fundamental para la culminación de esta maestría.

A mi madre **Alidia Fuentes de Erroa (Q.D.D.G.),** quien con su sencillez y humildad me educó, apoyó y confió en todos mis sueños de superación y aunque no logró ver la culminación de este proceso, me dio su bendición.

A mi padre Julio Erroa Parara, por confiar en mis deseos de superación, por la educación y valentía con la que me educó para no desistir de cada meta propuesta.

A mis hermanas Noemy y Rosa, sobrinos y toda mi familia por su apoyo y consejos para cumplir mis metas.

Gracias

Elsa Meris Erroa Fuentes

En primer lugar, agradecer a Dios todopoderoso, porque sin Él nada fuera posible. Luego agradecer a mi madre Morena Elizabeth Rivas de García y mi padre René Alberto García Amaya por sus consejos y apoyo no solamente en la maestría, sino en todo momento.

También agradecer a toda mi demás familia, mis tías, mis hermanos. Y por último, pero no menos importante, a mis compañeros de consultoría, Manuel, Carlos y Elsa, que a pesar de todas las dificultades lo logramos, y aprendimos en el proceso.

Den gracias en todo, porque esta es la voluntad de Dios para ustedes en Cristo Jesús (1 Tes. 5:18).

¡Muchas Gracias!

René Ernesto García Rivas

Contenidos

Resumen Ejecutivo i

I. Parte: Diagnóstico y acción clave de éxito 1

1.1 Información Básica de la Empresa 1

1.2 Diagnóstico del Equipo Consultor 2

1.2.1 Dirección Estratégica 2

1.2.2 Dirección y Liderazgo 4

1.2.3 Análisis del Entorno 5

1.2.4 Mercadeo y Ventas 8

1.2.5 Producción y operaciones 11

1.2.6 Gestión Ambiental 14

1.2.7 Estructura Organizacional 16

1.2.8 Finanzas 18

1.2.9 Recursos Humanos 20

1.2.10 Gestión de Información 23

1.2.11 Gestión de Calidad 25

1.2.12 Innovación Tecnológica 26

1.3 Análisis de la Información: Áreas de Oportunidad 29

1.4 Recomendaciones: Acciones a realizar de manera inmediata 35

II. Parte: Acción clave de éxito: fundamentación, beneficios e implantación 39

2.1 Proceso seguido en la determinación de la acción clave de éxito a implantar 39

2.1.1 Proceso de la consultoría 39

2.1.2 Presentación al empresario de las fortalezas, áreas de oportunidad, y determinación de la acción clave de éxito. 41
2.2 Beneficios de las acciones claves de éxito a implantar. 43
2.3 Descripción de las acciones clave de éxito. 47
2.3.1 Acción clave 1: Producción y Operaciones – Finanzas 47
2.3.2 Acción clave 2: Innovación Tecnológica – Estrategia Tecnológica 64
2.3.3 Acción clave 3: Innovación Tecnológica – Tecnologías de información 67
2.3.4 Acción clave 4: Producción y Operaciones – Manejo de Inventarios 70
2.3.5 Acción clave 5: Finanzas – Análisis de Costos, Registros Contables, Administración Financiera 73
2.3.6 Acción clave 6: Mercadeo y Ventas – Segmentación, Mercado Meta y Posicionamiento 90
2.3.7 Acción clave 7: Mercadeo y Ventas – Relación con Clientes 92
2.3.8 Acción clave 8: Mercadeo y Ventas – Producto 94
2.4 Fundamentación teórica de la acción claves de éxito. 97
2.5 Plan de implantación de la acción clave de éxito. 110
III. Parte: Resultados implementación acción clave de éxito. 115
Conclusiones del Equipo Consultor. 147
Recomendaciones del Equipo Consultor 150
Referencias. 151
Anexos. 154

Índice de tablas

Tabla 1. Áreas prioritarias a intervenir ii
Tabla 2. Información Básica de la empresa 1
Tabla 3. Análisis de información áreas de oportunidad. 30
Tabla 4. Acciones a realizar de manera inmediata. 35
Tabla 5. Proceso de Consultoría Integral Colaborativa. 39
Tabla 6. Metodología de calificación. 40
Tabla 7. Acción clave de éxito seleccionada por empresario. 41
Tabla 8. Creación de gestión tecnológica 50
Tabla 9. Cronograma de actividades 111
Tabla 10. Resumen de beneficios económicos 115
Tabla 11. Beneficios Económicos Instalación y configuración de Odoo Enterprise 120
Tabla 12. Beneficios económicos de diseño y creación sitio web. 121
Tabla 13. Beneficios económicos de campaña de Facebook Business 121
Tabla 14. Beneficios económicos de configuración de software y hardware 125
Tabla 15. Beneficios económicos de herramientas de Excel 128
Tabla 16. Beneficios económicos de diseño y creación de logo 134
Tabla 17. Beneficios económicos de instalación y configuración CRM 136
Tabla 18. Beneficios económicos de Plan de Marketing 139
Tabla 19. Plan de capacitaciones y otros gastos 142
Tabla 20. Tabla de Cumplimiento 144

Índice de Ilustraciones

Ilustración 1. Diagrama del proceso de ejecución de la acción clave producción y operaciones 48
Ilustración 2. Diagrama del proceso de ejecución de la acción clave Finanzas 49
Ilustración 3. Odoo para Pymes 52
Ilustración 4. ERP sistema integrado centralizado 53
Ilustración 5. Control de operaciones en Odoo 55
Ilustración 6. Informe balance de comprobación 58
Ilustración 7. Informe balance de situación del restaurante 58
Ilustración 8. Estado de Ganancias y Perdidas 59
Ilustración 9. Equipo consultor trabajando en el costeo de productos. 62
Ilustración 10. Entrega de credenciales a encargado. 62
Ilustración 11. Explicación sobre uso de credenciales 63
Ilustración 12. Capacitación módulos ERP Odoo. 63
Ilustración 13. Capacitación sobre manejo de inventarios. 64
Ilustración 14. Proceso de ejecución de la acción clave de éxito en Innovación Tecnológica – Estrategia tecnológica 65
Ilustración 15. Presentación de sitio Web a encargado y usuarios. 66
Ilustración 16. Prueba de cobro con impresor de ticket 67
Ilustración 17. Proceso de ejecución de la acción clave de éxito en Innovación tecnológica – Tecnologías de Información 68
Ilustración 18. Usuario con herramientas tecnológicas en operación de cobros con impresor de ticket 69
Ilustración 19. Acción clave de éxito en Producción y Operaciones 70
Ilustración 20. Equipo consultor con representantes de restaurante. 71
Ilustración 21. Equipo consultor con representantes de restaurante. 72
Ilustración 22. Encargada de cocina y miembro de equipo consultor. 72
Ilustración 23. Acción clave de éxito en el área de Finanzas 73
Ilustración 24. Estado de resultados 75
Ilustración 25. Estado de resultados proyectados 76
Ilustración 26. Estado de Situación Financiera 77
Ilustración 27. Registro de costos del plato "lomo al grill" 79
Ilustración 28. Productos del restaurante 80
Ilustración 29. Ventas proyectadas por unidades 80
Ilustración 30. Precio de venta unitario 81
Ilustración 31. Costos fijos totales del restaurante 81
Ilustración 32. Participación de las ventas de cada producto 82
Ilustración 33. Cálculo de margen unitario 83
Ilustración 34. Margen de contribución ponderado 84
Ilustración 35. Punto de equilibrio en unidades 85
Ilustración 36. Análisis punto de equilibrio (Parte 1) 87
Ilustración 37. Análisis punto de equilibrio (Parte 2) 88

Ilustración 38. Explicación sobre uso de credenciales 89
Ilustración 39. Equipo consultor con representantes de restaurante. 89
Ilustración 40. Logo antes y después 90
Ilustración 41. Equipo consultor y encargado de restaurante 91
Ilustración 42. Sitio Web ficha contáctenos enlazado al CRM. 92
Ilustración 43. Flujo de oportunidades CRM. 93
Ilustración 44. Capacitación sobre CRM a usuarios de restaurante. 94
Ilustración 45. Diagrama Marketing Mix. 95
Ilustración 46. Capacitación plan de marketing. 96
Ilustración 47. Elementos del estado de resultado del restaurante. 103
Ilustración 48. Elementos del Estado de situación financiera del restaurante. 106
Ilustración 49. Módulos instalados Brisas del Lago 122
Ilustración 50. Productos creados. 122
Ilustración 51. Configuración Amazon Web Services 123
Ilustración 52. Tablero de configuración ERP Odoo 123
Ilustración 53. Laptop del empresario configurado con impresor de ticket 125
Ilustración 54. Menú de Herramientas Financieras 129
Ilustración 55. Matriz de conversión de productos 130
Ilustración 56. Ingresos por semana 130
Ilustración 57. Inventario disponible automatizado 130
ilustración 58. Planilla de salarios 131
Ilustración 59. Distribución de gastos 131
Ilustración 60. Estado de resultado mensual 131
Ilustración 61. Estado de situación financiera 132
Ilustración 62. Diseño de nuevo logo 134
Ilustración 63. Ficha contáctenos del sitio Web 136
Ilustración 64. Flujo de oportunidades 137
Ilustración 65. Diseño de campaña publicitaria 139
Ilustración 66. Reconocimiento de Marca Ilustración de campaña productos 140
Ilustración 67. Tráfico en WhatsApp Ilustración de campaña restaurante 140
Ilustración 68. Tráfico Web Ilustración de campaña eventos 141
Ilustración 69. Resultados obtenidos en campaña Facebook Business 141
Ilustración 70. Diagrama de Ejecución Acción clave de éxito 143

Resumen Ejecutivo

El Documento presentado a continuación es el resultado de la evaluación de Restaurante Brisas del Lago utilizando para ello un proceso de identificación de las áreas fuertes y las posibles deficiencias que afectan su competitividad y desempeño con el fin de que les permitan realizar acciones correctivas.

La metodología utilizada para la ejecución de esta consultoría consistió en un proceso de varias etapas: entrevistas, visitas a la empresa, observación directa, diseño de informe, validación y aprobación de informe, presentación de informe final, en las que interactuaron el equipo consultor, el empresario y sus colaboradores directos.

En el proceso de Diagnóstico Integral realizado por el Equipo Consultor se identificaron aspectos puntuales en doce grandes áreas de gestión con sus correspondientes sub-áreas evaluadas, lo que permitió señalar las principales ¨Áreas de Oportunidad¨ las cuales se describen ampliamente en la sección de Diagnóstico del Consultor.

Posteriormente, a partir de la información recopilada y analizada se determinaron 3 áreas con 7 sub áreas prioritarias a intervenir, de acuerdo a variables de impacto y factibilidad, siendo estas:

Innovación Tecnológica

- Estrategia Tecnológica
- Tecnologías de Información

Producción y Operaciones

- Manejo de Inventarios

Finanzas

- Registros Contables
- Análisis de Costos
- Administración Financiera
- Tributaria y Normas Legales

En reunión con el empresario y el equipo consultor se determinó el área de oportunidad a intervenir estableciéndose la acción clave de éxito a implementar la cual consiste en:

Implementación de un sistema ERP Odoo para el control de la producción, operaciones e inventarios, a continuación, se intervendrán las siguientes áreas descritas en la Tabla 1.

Tabla 1. Áreas prioritarias a intervenir

Áreas de Mejora	Sub Áreas
Producción y Operaciones	• Manejo de Inventarios
Finanzas	• Registros contables
	• Análisis de costos
	• Administración financiera

Fuente: Elaboración propia equipo Consultor

Para el desarrollo de esta acción clave se trabajó en dos áreas, siendo la primera producción y operaciones, en la cual se implementó el sistema ERP Odoo, configurando e instalando los módulos de: Compras, fabricación, ventas y punto de venta, para la subárea manejo de inventarios. Estos módulos se encuentran parametrizados y vinculados a la segunda área, Finanzas, con sus respectivas subáreas: Registros contables, análisis de costos y administración financiera.

A través del sistema ERP Odoo, el Restaurante Brisas del Lago estaría creando un mejor control operativo que le permitirá ser más eficiente en sus procesos, por medio de la gestión del control de entradas y salidas de los inventarios. Los módulos implementados procesan los datos y generan información financiera oportuna y relevante que le permitirá al empresario tomar decisiones que le ayudaran a generar mayor rentabilidad.

Adicional a la anterior, conforme a la necesidad que se identificó en el transcurso del desarrollo de la consultoría también se desarrollaron siete acciones claves de éxito.

- Innovación Tecnológica – Estrategia Tecnológica: Consiste en implementación de un sistema ERP Odoo para crear control de la gestión tecnológica del Restaurante.

  Con esta acción clave de éxito, el restaurante será beneficiado con un servidor en la nube enlazado con el sistema ERP Odoo evitando costos

en la adquisición de un servidor físico y sistemas informáticos. Otros beneficios es la creación de un sitio Web con su propio dominio: www.restaurantebrisasdellago.com, y un lanzamiento de campaña publicitaria en Facebook Business en las redes sociales de Facebook, WhatsApp e Instagram para la captación de clientes generando mayores ingresos

- Innovación Tecnológica – Tecnologías de Información: Consiste en la implementación de software ERP Odoo y hardware para un mejor control de la gestión tecnológica del negocio.

  Con esta acción clave de éxito se obtendría como beneficio la implementación de una laptop, propiedad del empresario, configurada para el manejo de Odoo e impresor de ticket térmico, que crea un nuevo proceso de cobros.

- Producción y Operación – Manejo de inventarios: Consiste en crear y diseñar una herramienta en Excel para tener un mejor control de las entradas y salidas de productos por medio de Kardex, el cual permite obtener su costo promedio ponderado.

  Con esta acción clave los beneficios a obtener en el restaurante consistirían en tener una matriz de conversión de platillos a ingredientes y un mejor control operativo a través del manejo de los inventarios, realizar compras más eficientes y evitar la obsolescencia

de productos. Adicionalmente se generan indicadores de control de stock mínimo y estacional.

- Finanzas – Registros Contables, Análisis de Costos y Administración Financiera: Consiste en crear y diseñar una herramienta sistematizada en Excel donde se determina el costo de los productos y su punto de equilibrio, además de controlar los recursos y obligaciones del restaurante: activos, pasivos y patrimonio, con lo que podemos resumir en un estado de resultados y estado de situación financiera con propósito de uso interno del empresario que le permitirá tomar decisiones.
- Mercadeo y ventas – Segmentación, mercado meta y posicionamiento: Consiste en la creación de un nuevo logo que beneficiará al empresario con un mayor reconocimiento de su marca en el mercado que lo identificara como el mejor restaurante de la ruta panorámica.
- Mercadeo y Ventas – Relación clientes: Consiste en la configuración e implementación en el ERP Odoo del módulo CRM enlazado al sitio Web que ayudará a mejorar la comunicación cliente – empresario para generar nuevas oportunidades de ventas.
- Mercadeo y Ventas - Producto: Consiste en la creación de un plan de marketing, que beneficiara al restaurante estratégicamente a mejorar la imagen de sus productos, políticas de servicio, promoción y

segmentación de mercado, por medio de una campaña eficiente que impacte las estadísticas medibles y cuantitativas.

Es así como en un plazo de 3 meses se implementó la acción clave la cual fue elaborada de manera conjunta con el empresario y sus colaboradores más cercanos.

Para la acción clave de éxito principal se realizó un diagnóstico del manejo de los inventarios, registros contables, análisis de costos, administración financiera a través del cual se determinó la necesidad de implementar un ERP Odoo con los siguientes módulos: a) compras, b) fabricación, c) ventas, d) punto de ventas, e) contabilidad, f) inventarios.

También durante el diagnóstico se determinaron otras áreas de oportunidad que necesitaban ser intervenidas, por lo que se realizó: a) configuración del servidor en la nube Amazon Web Services desde cero, enlazado al sistema ERP Odoo versión 11, b) diseño y configuración de un nuevo sitio web oficial del Restaurante Brisas del Lago con su propio dominio: www.restaurantebrisasdellago.com, adquirido en Godaddy, enlazado al módulo de CRM de Odoo c) renovación de logo, d) diseño y lanzamiento de campaña publicitaria de marketing en Facebook Business, e) configuración e instalación de Windows 10 y Office 2019 en laptop del empresario y f) configuración y puesta en marcha de impresor de ticket para punto de venta.

Adicionalmente, siempre con base a un diagnóstico se elaboró: a) matriz de conversión platillos - ingredientes, b) manejo de inventarios c) Kardex por cada producto, d) detalle de ventas, e) detalle de costos f) detalle de gastos g) distribución de gastos de venta y gastos de administración, h) planilla de salarios, i) estado de situación financiera, j) estado de resultado, k) proyección del estado de resultado.

Como equipo consultor agradecemos al empresario y colaboradores todo el apoyo, interés y colaboración que nos brindaron a lo largo de este tiempo esperando con esta consultoría haber contribuido a la sostenibilidad y competitividad de la organización.

I. Parte: Diagnóstico y acción clave de éxito

1.1 Información Básica de la Empresa

Tabla 2. Información Básica de la empresa

SOLICITUD DE DIAGNÓSTICO		
Ref.	**Nombre Campo**	**Contenido Campo**
1	Nombre Contacto Empresa	Juan Antonio García Martínez
2	Cargo	Propietario (empresa familiar)
3	Denominación	Restaurante Brisas del Lago
4	Matrícula de Comercio	N/A
5	Giro Empresa	Restaurante
7	Sector	Alimentos
8	N° Empleados Jefes	3
9	N° Empleados Administrativos	3
10	N° Empleados Operarios	7
11	N° Operarios Permanentes	7
12	N° Operarios Temporales	3
13	Dirección	Kilómetro 18 1/2 Carretera Panorámica, Caserío Vista Hermosa, Cantón Candelaria.
14	Ciudad / País	San Francisco Chinameca, La Paz, El Salvador
15	Teléfonos	+503 - 7010-6358
16	Fax	N/A
17	E-mail	tonygm184@hotmail.com
18	Mes / Año Fundación Empresa	Martes, 1 de septiembre de 2005
19	Número de Productos	64
20	Principal Producto / Servicio 1	Sopa de gallina
21	Principal Producto / Servicio 2	Pescadita
22	Principal Producto / Servicio 3	Tilapia rellena
25	Ventas Netas Totales Ultimo año	US$ 48,170.25
26	Ventas Netas Totales Penúltimo año	US$ 34,630.80
27	Ventas Netas Totales Antepenúltimo año	US$ 12,342.65
28	Exportación Directa (SI/NO)	No
29	Exportación Distribuidores (SI/NO)	No
30	Exportaciones Totales Ultimo año	No
31	Exportaciones Totales Penúltimo año	No
32	Exportaciones Totales Antepenúltimo año	No
33	¿Ha utilizado instrumentos de fomento?	Si
34	¿Cuáles?	Centro de Desarrollo de Micro y Pequeñas Empresas (CDMYPE): Consultoría y Asesoría.

Fuente: Elaboración propia equipo Consultor

1.2 Diagnóstico del Equipo Consultor

A continuación, se presentan los aspectos relevantes encontrados en las Áreas de Gestión, específicamente en cada una de las subáreas que las integran, por el Equipo Consultor en el proceso de entrevistas más verificación visual y visitas a la organización.

1.2.1 Dirección Estratégica

1.2.1.1. Misión - Visión

El restaurante "Brisas del Lago", es una empresa dedicada al sector alimenticio, específicamente en el giro de restaurantes. Actualmente se ubica en el municipio de San Francisco Chinameca, departamento de La Paz. Su contribución con los clientes es ofrecer una comida deliciosa a buen precio y además la vista panorámica al Lago de Ilopango. Los valores de la empresa son respeto, responsabilidad, lealtad y calidad.

La misión la empresa es “Somos un restaurante dedicado a ofrecer comida autentica, de calidad, buen precio y una buena atención al cliente, desde los empleados hasta los propietarios, transmitiéndola desde el momento que el cliente es recibido en la puerta hasta que se retira”.

La visión es “Ser de los mejores restaurantes de la zona manteniendo un excelente servicio al cliente, ofreciendo alimentos frescos y de la mejor calidad, que nos identifique para posicionarnos en el corazón de los que nos visitan”.

1.2.1.2. Historia de la Empresa

Al inicio los trabajadores del restaurante eran de la misma familia, iniciaron utilizando sus propios utensilios de cocina, en un terreno alquilado, que está frente al terreno donde ahora está el restaurante, no se podía dejar nada por estar a orilla de carretera, luego de un esfuerzo conjunto se adquirió un préstamo para la compra del terreno y la construcción de lo que ahora es el restaurante, en los dos niveles. Actualmente en el local se han adecuado dos áreas de atención al público, se considera que la operación del restaurante aún está en fase inicial, ya que no cuenta con una clientela sólida.

El apoyo familiar les ha permitido salir adelante con el proyecto, en algunas ocasiones se ha aprovechado el apoyo del Instituto Salvadoreño de Formación Profesional (INSAFORP) para capacitar al personal y lograr mejorar en el servicio. Este apoyo lo han logrado gracias al Centro de Desarrollo de Micro y Pequeñas Empresas (CDMYPE) y la Fundación para el Autodesarrollo de la Micro y Pequeña Empresa (FADEMYPE).

A pesar de las dificultades y etapas por las que la empresa ha pasado, se tiene el deseo de superarse y mejorar la calidad de productos y servicios.

1.2.1.3. Objetivos Estratégicos

El Restaurante Brisas del Lago es una empresa familiar y son los propietarios quienes definen los objetivos estratégicos para lograr la estabilidad

económica. Los objetivos y metas los definen como: incrementar las ventas, mejorar la publicidad y ampliar el menú de platillos.

Los planes de acción para el cumplimiento de los objetivos son: capacitación al personal y publicidad masiva para la atracción de clientes. Estos planes se han visto debilitados debido a la falta de un presupuesto para ejecutarlos.

La estructura de la empresa está enfocada en aspectos administrativos que no han permitido el cumplimiento de los objetivos, se pretende tener un control por escrito de las actividades a desarrollar, manteniendo siempre la calidad de productos e higiene en las áreas de cocina.

Se ha alcanzado estabilidad económica en el negocio con el local donde se encuentra en la actualidad, se poseen instalaciones mejor equipadas, aunque aún no se alcanza el margen de ganancia que los propietarios esperan.

1.2.2 Dirección y Liderazgo

1.2.2.1 Estilo Directivo

Las decisiones en el restaurante, tanto administrativas como financieras las toman los tres hermanos García: Sonia, Beatriz y Antonio, esa autoridad la fijan por la confianza, desempeño y compromiso familiar de cada uno.

Con el tiempo que tiene la empresa de existencia, han logrado el respeto mutuo y ese mismo respeto tratan que el cliente tenga para con ellos, con los meseros o cocineras, no se permite irrespetos hacia nadie.

1.2.2.2 Autonomía

En el restaurante todas las decisiones se toman en consenso por parte de los hermanos García: Sonia, Beatriz y Antonio, no existe influencia de ninguna institución para la toma de decisiones.

Si un cliente reclama por alguna inconformidad en un plato de comida o el servicio, se ha establecido la política de cambiarlo o hacerle un descuento, esto para garantizar la satisfacción y el retorno del cliente.

1.2.2.3 Instrumentos de Gestión

No se cuenta con ningún instrumento de gestión para la toma de decisiones, todo se decide en las reuniones semanales que tienen los propietarios, ahí se analiza la gestión desarrollada durante la semana y los resultados obtenidos, sean positivos o negativos.

1.2.3 Análisis del Entorno

1.2.3.1 Normativa e Institucionalidad

La supervisión sanitaria llega mes a mes a la empresa para las inspecciones, es la Unidad de Salud de Chinameca la que se encarga de las inspecciones, regidos por la Dirección Nacional de Salud de San Vicente, departamento donde se posee el Registro Sanitario; se realizan exámenes

médicos dos veces al año a los empleados y mensualmente se inspecciona la higiene de las instalaciones del restaurante, si no se cumple con la norma sanitaria, el restaurante puede ser sujeto a una multa económica.

Los propietarios consideran que el Ministerio de Hacienda y el Ministerio de Turismo y Recursos Naturales podrían afectar el futuro de la operación del restaurante, debido a que ellos son pequeños empresarios que buscan superarse económicamente y estas instituciones los podrían obligar a cumplir con otras formalidades que conllevarían a gastos.

Las instituciones CDMYPE/FADEMYPE, les han apoyado con consultorías y asesorías, de esto han logrado un apoyo en cuanto a mejorar la presentación de los platos de comida.

1.2.3.2 Comprensión del Sector

El alto costo de la canasta básica influye en la economía de la población y esto afecta las ventas en el restaurante, así como también afecta en el incremento del precio de los insumos a adquirir de los proveedores.

El sector en el que se clasifica la empresa es en el de turismo, actualmente la zona existe un desarrollo en la ruta panorámica del Lago de Ilopango, hoy en día es considerada como "ruta turística". Se considera que existen dificultades en el sector, como por ejemplo falta de promoción y publicidad a pesar de tener la alcaldía un presupuesto para turismo. (García Martínez, 2019)

Los medios de comunicación como redes sociales, prensa impresa y digital, así como las promociones en las alcaldías, ayudan para que los propietarios puedan darse cuenta de las ofertas en los supermercados para la compra de la materia prima, también aportan información importante del sector, específicamente sobre otros lugares turísticos como Ataco, El Volcán, Pueblos Vivos, etc.

1.2.3.3 Alianzas

Se proyecta realizar alianzas con otros restaurantes de la zona, específicamente Típicos Andrea y también con las Tour Operadoras como Pro-Lago u otras que ofrecen servicios como caminatas o recorridos por el lago en lancha, limpieza de las riveras del lago u otros recorridos, esto con el fin de darse a conocer con los clientes e incrementar la publicidad con posibles clientes.

Se espera desarrollar en un corto plazo los desayunos y los postres, mejorar el menú como un cuaderno espiral mejor detallado.

Se ha realizado un sondeo de los restaurantes que son competencia en la zona, considerando que con un mejoramiento en la publicidad se puede lograr una cartera más amplia de clientes.

1.2.4 Mercadeo y Ventas

1.2.4.1 Relación con Clientes

El restaurante no cuenta con una base de datos de sus clientes, su cartera fidelizada la han identificado como los visitantes de fin de semana y siempre tratan de entablar una amistad y se tienen algunos clientes que visitan el restaurante desde que inició y éstos a su vez emiten sugerencias que se han ido tomando en cuenta para mejorar y proyectarse en un largo plazo, con la inclusión de desayunos, postres u otros.

En el restaurante se pueden celebrar cumpleaños, bodas, quince años, graduaciones, etc., y los propietarios son los encargados de cotizar y coordinar dichos eventos.

La calidad de la comida, atención al cliente y la vista del lugar es parte de lo que sus clientes prefieren, también existen cosas que no les agradan y se las han comentado como las gradas de acceso, los mosquitos de la época lluviosa, y rara vez por la comida o la atención de un mesero.

1.2.4.2 Segmentación, Mercado Meta y Posicionamiento

El restaurante no posee una base de datos que le permita identificar sus clientes, pero la mayoría son trabajadores de zonas cercanas (Santo Tomás, Santiago Texacuangos, San Marcos, San Salvador, etc.) y sus edades aproximadas son de los 20 a 45 años.

El restaurante tiene entre sus políticas, realizar semanalmente evaluaciones de desempeño con todos los empleados, como una motivación para evaluar los puntos de mejora y dar a conocer los éxitos alcanzados.

1.2.4.3 Producto

No se cuenta con un plan de marketing para atracción de clientes, pero cuando se proyecta desarrollar nuevos productos se cuenta con la idea de los encargados de cocina, tomando en cuenta las opiniones de los meseros, así como sugerencias que los clientes realizan y son los hermanos García quienes deciden sobre el desarrollo de nuevos productos.

La encargada de cocina hace el análisis y lo comparte con ellos para decidir si se realiza el proyecto de mejora, ya sea en presentación o sustitución de productos por otros.

1.2.4.4 Precio

Los principales costos del restaurante son los servicios básicos (agua, energía eléctrica), pago de nómina, costos de la materia prima e insumos.

La competencia en la zona son otros restaurantes como, por ejemplo: El Cerrito Panorámico, Café Santa Cruz, Típicos Andrea, entre otros.

Los precios de los platillos considerando su competencia son bastante similares, una de las ventajas que tiene el restaurante son los utensilios en los

que sirven los platillos típicos y bebidas calientes, estos son hechos de barro por manos salvadoreñas.

1.2.4.5 Gestión de Ventas

La fuerza de ventas está a cargo del responsable de meseros, y entre sus obligaciones está el de promover los productos nuevos. Actualmente el registro de las ventas se hace de forma manual y en un cuaderno, al final del día totalizan las ventas. Semanalmente hacen un análisis de los factores que influyeron en la baja o incremento de las ventas.

Los reclamos por alguna inconformidad de clientes, se resuelven directamente con ellos, pero no queda registro de éstos.

Las capacitaciones a los meseros las realiza el encargado, señor Saúl Martínez, quien recibió entrenamiento por parte del Instituto Salvadoreño de Formación Profesional (INSAFORP).

1.2.4.6 Comunicaciones

Los platillos a los que se les da mayor importancia para promocionar son aquellos que no han vendido y de los que se tienen más en existencias.

El restaurante no cuenta con un plan de comunicación escrito, toda instrucción se da de forma verbal entre los responsables de meseros, cocina y administración, por medio de reuniones al inicio de la jornada laboral y como el

personal es poco (solo son diez), es más fácil la comunicación y la transmisión de los objetivos.

1.2.4.7 Distribución

Los meseros son los encargados de distribuir los productos a los clientes, las instrucciones de logística son verbales y cada mesero las conoce y respeta; se distribuyen por el orden de ingreso de clientes.

El desempeño y la calidad de los distribuidores para el caso del restaurante que son los meseros, se evalúa diariamente por el encargado de meseros.

1.2.5 Producción y operaciones

1.2.5.1 Análisis de Proveedores

El único proveedor con el que cuenta el restaurante es el de bebidas, con quien se lleva trabajando aproximadamente más de dos años. Para escogerlo se realizó evaluación de la calidad del producto, precio y plazo de crédito que otorga para pagar.

La mayoría de sus compras son realizadas directamente por don Antonio García, estas son realizadas en supermercado y en el mercado.

La planificación de las compras se hace basándose en el análisis de las ventas semanales. Las compras se hacen cada una o dos semanas máximo, para evitar desperdicios de los productos perecederos.

1.2.5.2 Manejo de Inventarios

El manejo de inventario de productos lo tienen en un cuaderno, ahí van revisando la existencia de productos, la encargada del control es Sonia García, encargada de cocina y su auxiliar, revisan diariamente e incorporan las órdenes de compra. En las bebidas se revisa la fecha de vencimiento, cantidad ordenada y que el envase no lleve daños físicos, si la mercadería resulta defectuosa se devuelve al proveedor.

La mayoría de las compras son en efectivo, los productos perecederos como verduras y mariscos, se busca que sean frescos.

El almacenamiento de la mercadería se lleva en anaqueles, los congelados en freezer separando los mariscos y las frutas. Un mal manejo de inventario puede llevarlos a tener pérdidas económicas, principalmente en aquellos productos perecederos como verduras, mariscos y lácteos.

1.2.5.3 Planificación de la Producción

El restaurante no tiene una planificación de proyección de ventas, lo que hacen es considerar que sus ventas suben en fechas de pago, asuetos, vacaciones, celebraciones especiales o temporada alta.

Cuando se atienden eventos especiales, se contrata a personal eventual, se amplían los horarios y se provisionan productos necesarios para los imprevistos.

No se ha elaborado un plan maestro de producción, de planificación de recursos, así como también falta definir responsabilidades y un orden en el registro de insumos, ya que todos estos registros se llevan en un cuaderno.

1.2.5.4 Distribución de Planta

Se ha proyectado expandir en un futuro el área de cocina, ya que tienen el espacio físico y se proyecta instalar nuevos equipos; al desarrollarse la ampliación se prevé un aumento de la producción y ventas.

El propósito es que el cliente espere como máximo 15 minutos para degustar su comida.

1.2.5.5 Nivel Tecnológico

La maquinaria utilizada en el restaurante fue adquirida en el año 2018 y por ser reciente, a la fecha no se ha realizado ninguna reparación por desperfectos mecánicos. Las máquinas y equipos no cuentan con manuales ni bibliografía únicamente se tienen las facturas de las compras.

Se ha proyectado a corto plazo la adquisición de un freezer para mejorar la capacidad de inventario, el plan estratégico de adquisición de equipo nuevo es analizado por la encargada de cocina, Sonia García, y por el encargado de la administración señor Antonio García.

El proceso que siguen para nuevas inversiones lo definen en tres etapas básicas: Solicitar cotizaciones, incluirlo en las reuniones semanales como punto

de agenda y tenerlo presente para el momento en que se cuente con los recursos financieros disponibles, posteriormente programar la compra.

1.2.5.6 Mantención de Maquinarias

Sonia García es la encargada de cocina, quien posee una formación profesional de Técnico en alimentos, ella es la responsable de limpiar los equipos que se utilizan.

Los equipos no presentan fallas por ser de reciente adquisición y no se cuenta con un registro de fallas de equipos, ella coordina el mantenimiento preventivo cada seis meses. Dicho mantenimiento se programa para que se realice los días lunes, día en que no se abre el restaurante, para no afectar el funcionamiento normal del restaurante.

1.2.6 Gestión Ambiental

1.2.6.1 Normativa Ambiental

No se tienen políticas que ayuden a evitar la contaminación ambiental, se trató de implementar y utilizar la campaña “sin pajilla” para ayudar al medio ambiente evitando la contaminación por el plástico, pero los clientes no se adaptaron y siempre solicitaban la pajilla.

No se tienen registros ambientales, en el restaurante se trata de clasificar los residuos como: huesos, bolsas plásticas, latas, grasas entre otros, se clasifican y se distribuyen: plásticos y vidrios en camión recolector, reciclaje de

latas, desechos orgánicos se llevan a la finca como abono para la tierra, las grasas se trasladan en cubetas para desechar en una fosa creada para tal fin.

Se participa en campañas con otros negocios de la zona para limpiar las riveras del lago y recolectar los desechos contaminantes del medio ambiente.

1.2.6.2 Manejo de Residuos

En el proceso de transformación de residuos, se clasifican los orgánicos y se llevan a la finca familiar para ser utilizados como abono. Los residuos proceden de la preparación de alimentos y envoltorios de comida, los más peligrosos son vidrios y plásticos.

Los propietarios, hermanos García, participaron en una capacitación desarrollada por la Fundación Salvadoreña para Investigaciones de Café "ProCafé" sobre el uso de los desperdicios y como aprovecharlos de abono a la tierra.

En la prevención de la contaminación ambiental, se cuenta con el apoyo y asistencia de la Unidad de Salud y Alcaldía Municipal de San Francisco Chinameca, ellos supervisan y verifican las acciones que se realizan en las campañas con la Fundación sin Fines de Lucro "ProLago Ilopango", para evitar la contaminación del lago, en compañía de otros restaurantes de la zona.

1.2.6.3 Riesgo y Salud Ocupacional

Para la prevención de riesgos don Antonio García, es responsable de verificar la selección y traslado de los desperdicios, lo realiza basándose en la formación que recibió de la Fundación Salvadoreña para Investigaciones de Café “ProCafé”.

Han participado en capacitación sobre prevención de riesgos brindada por La Dirección General de Protección Civil, pero, internamente no han implementado un sistema de seguridad laboral como instalación y manejo de extintores, primeros auxilios, evacuación en caso de siniestros, entre otros, solo se cuenta con un botiquín de medicinas básico.

En el área de cocina se tiene un extractor de aire por lo que la contaminación del aire durante el proceso de producción es en un nivel normal. Además, como regla de seguridad todos los colaboradores en el área de cocina, deben utilizar artículos de higiene y seguridad para la manipulación de alimentos.

1.2.7 Estructura Organizacional

1.2.7.1 División del Trabajo

La estructura organizacional, por ser de origen familiar, tiene una división jerárquica distinta a otras empresas, se ha establecido de la siguiente manera:

- ✓ Encargado de administración: Antonio García, es el responsable de representar la empresa en los aspectos legales, administrativos, reuniones ante entidades gubernamentales y privadas.
- ✓ Jefe de Meseros: Saúl Martínez, encargado de supervisar la atención a clientes, actividades y tareas del personal a su cargo.
- ✓ Jefe de cocina: Sonia García, encargada de la coordinación en la elaboración de alimentos.

Todas las funciones están definidas, pero no se encuentran escritas solo las conocen de manera verbal, las responsabilidades y obligaciones de trabajo están distribuidas de acuerdo a la formación, capacidad, experiencia y perfil de cada encargado.

Las decisiones importantes son tomadas por el encargado de administración, y se delegan dependiendo de la jerarquía, por ejemplo, las decisiones que se delegan son las de supervisión de personal, cumplimiento de horarios, recibimiento de productos y atención a clientes que necesitan información.

Los encargados deben velan por el cumplimiento de las normas establecidas en cada área, para garantizar la obligación financiera que se tiene con el banco y la atención a clientes para el buen funcionamiento y desarrollo del restaurante.

1.2.7.2 Poder de Decisión

Toda inversión es autorizada por el encargado de administración don Antonio García y la encargada de cocina Sonia García, por ser un negocio familiar y tener ellos mismos la facultad de administración, estas decisiones se toman enfocados en sobresalir de los demás restaurantes de la zona.

1.2.8 Finanzas

1.2.8.1 Tributaria y Normas Legales

No se cuenta con un registro legal, su operación es como una sociedad de hecho, pero no tiene vida jurídica, lo único que se tiene es el permiso sanitario y el pago de impuestos en Alcaldía Municipal de San Francisco Chinameca, estos están a nombre de Don Antonio García, como persona natural, quien efectúa los pagos correspondientes para el funcionamiento del restaurante.

No se ha valorado el impacto que llevaría el cumplimiento de obligaciones de tipo mercantil, tributarias y demás obligaciones y cumplimientos legales.

1.2.8.2 Registros Contables

No se tiene establecido un departamento de contabilidad, don Antonio García es el encargado de llevar los registros de control para uso interno; tales como ventas y cuentas por pagar, estos se manejan en un cuaderno de apuntes de uso personal.

Las cuentas por pagar son al proveedor que da crédito de ocho a quince días, así como los gastos fijos que tienen como servicios y el pago del préstamo bancario.

Se realizan proyecciones de ingresos cada dos semanas, para proyectar internamente el pago de sus obligaciones económicas.

1.2.8.3 Análisis de costos

Los registros de uso interno que se llevan son: compras, pagos a empleados, proveedores y ventas. Don Antonio García, encargado de administración, valida la toma de decisiones en las compras de manera que no tengan mayores pérdidas en los productos perecederos.

El restaurante no cuenta con una estructura clara de costos, se considera que los principales costos fijos son el pago de empleados, costo financiero, energía eléctrica y agua potable.

La falta de información de los costos para análisis, no permite realizar una mejor planificación y control que lleve a tener claridad del costo de cada platillo.

1.2.8.4 Administración Financiera

La información que se lleva carece de informes y presupuestos, los ingresos que se obtienen sirven para: comprar lo necesario, realizar los pagos a proveedores, impuestos municipales y bancos, estos los verifican en la reunión semanal y se programan los pagos para cumplir con los plazos establecidos.

Los aspectos a considerar para nuevos proyectos están basados en el movimiento de clientes y ventas de los últimos tres o seis meses, un incremento en las ventas puede llevar a considerar la compra del freezer que se espera adquirir a corto plazo, adicional se proyecta en un futuro actualizar las mesas.

1.2.9 Recursos Humanos

1.2.9.1 Desempeño del Personal

El personal calificado que requiere la empresa es cocineros, auxiliares de cocina y meseros. En cuanto a la disponibilidad, no siempre se encuentra personal en el área de meseros en la zona.

El nivel académico de los operarios, como mínimo es tener noveno grado o algún diplomado en el área a laborar, adicional se buscan competencias cualitativas como amabilidad, respeto, honestidad etc., las tareas asignadas se determinan por capacidad o experiencia, si no cumple con el proceso se suspende y busca otra persona adecuada al puesto.

1.2.9.2 Política de Personal

La información que se entrega al nuevo personal es de manera empírica, a quienes se les explica la historia de la empresa, la atención al cliente que se requiere, los procesos de confidencialidad, la forma de trabajar y atender al cliente, ya que no se tiene manual por escrito.

Los criterios establecidos para el reclutamiento son: cualidades, conocimientos y experiencia. Posteriormente la inducción se realiza durante una semana la cual consiste en la bienvenida, explicación de las áreas del local, presentación a encargados y auxiliares, horarios y por último se evalúa la adaptación al lugar.

La política de promoción del personal es de mesero a auxiliar de cocina, los criterios utilizados son: iniciativa, responsabilidad, capacidad de aprendizaje y puntualidad.

De momento no existe posibilidad de un trabajo mejor pagado y no se tienen criterios establecidos para capacitación, se proyecta realizar capacitaciones para el personal en un corto plazo.

La empresa no cuenta con planificación estratégica de personal, los requerimientos se realizan con base a las ventas y temporada alta que es donde se contrata personal eventual, además no se cuenta con manual de descripción de puestos, sin embargo, se definen las características o el perfil que debe cumplir tanto el auxiliar de cocina como el jefe de meseros. En un corto plazo se proyecta contratar más meseros, auxiliares de cocina y un vigilante para el parqueo.

1.2.9.3 Incentivos y Beneficios del personal

Las políticas de incentivos para los empleados son: las propinas recibidas de clientes, vacaciones a empleados de parte del restaurante, celebración de cumpleaños, canasta navideña e incentivo económico.

Las sanciones que se aplican son: días de suspensión sin goce de sueldo por faltar un día sin justificación, descuento por llegadas tarde, despido por no realizar bien su trabajo.

Los acuerdos de rendimiento son: realizar sus tareas correspondientes al puesto, limpieza general de instalaciones, atender mesas y en la cocina las operaciones necesarias.

En cuanto a motivación al personal no se realiza, tampoco se puede medir el grado de motivación; para medir el rendimiento se evalúa una vez al mes al personal bajo los siguientes criterios: puntualidad, efectividad, tiempo de las actividades y opiniones de los clientes.

Las remuneraciones e incentivos dependen de la atención al cliente, ya que este lo recompensa con la propina.

Los beneficios del personal son: vacaciones a empleados de parte del restaurante, celebración de cumpleaños, canasta navideña e incentivo económico.

1.2.9.4 Clima y Motivación del personal

El restaurante estima que el personal está bien identificado con su misión por su compromiso al realizar su labor, por las opiniones que dan sobre el negocio, se identifican con la operación, se sienten orgullosos y participan de actividades extra programáticas.

Se satisface las necesidades económicas, sociales y personales de sus empleados ya que el trato que proporcionan los propietarios es justo, entre las ventajas que se consideran para que el personal este en el restaurante y no en otro restaurante están los beneficios de: transporte, alimentación y estabilidad laboral; además cuando algún empleado se enferma se le da ayuda económica para consulta y tratamiento médico.

La rotación del personal es poca, ya que se tiene un promedio de tres años de laborar, actualmente se paga el salario mínimo y el personal que se retira del restaurante por lo general son meseros.

1.2.10 Gestión de Información

1.2.10.1 Información

La información externa que se maneja es sobre turismo, nuevos negocios en la zona, seguridad interna, comentarios, inconformidad de clientes y sugerencias para mejorar el servicio y los platillos. Lo nuevo que se busca es información sobre festivales que realizan en otras zonas, por medio de internet, periódicos y televisión.

La información proyectada del negocio es sobre el incremento de ventas, mayor afluencia de visitantes y contratación de personal eventual, el encargado de esta actividad es don Antonio García, quien demás realiza promociones y organización de eventos. Los demás encargados no reciben informes periódicos de gestión, solamente en la reunión semanal se verifica cuantas personas ingresan al restaurante, esto de manera verbal, antes se llevaban estadísticas.

La información es utilizada para proyectar mayor afluencia de visitantes y planeación de contratación de personal; actualmente no se utilizan mecanismos para el manejo de información, en los últimos dos años el fracaso de coordinación más grande fue no contar con un límite en la venta de bebidas alcohólicas ya que esto arruinaba el ambiente familiar, por esta razón se optó por retirar la discoteca y se prohibió fumar dentro de las instalaciones.

1.2.10.2 Comunicación

La información con el personal del restaurante se transmite de forma verbal, a través de reuniones semanales, la comunicación es vertical y no existen bloqueos entre ellos.

La cobertura comunicacional es verbal, los objetivos no están por escrito, los resultados de ventas los conocen los encargados de manera hablada, los resultados de la operación y finanzas están escritos en apuntes.

Las reuniones de planificación se realizan semanalmente, en ella participan los hermanos García, Antonio, Sonia y Beatriz; para las reuniones no

cuentan con un seguimiento por escrito de los acuerdos y decisiones tomadas, esto falta cumplirse para mejorar la comunicación.

1.2.11 Gestión de Calidad

1.2.11.1 Control de calidad

No se cuenta con políticas de control de calidad, se tienen algunos procedimientos para la recepción de los insumos y bebidas, así como los platillos que sirven en el restaurante. Sonia García, encargada de cocina, es la responsable de dichos controles. En la parte del servicio y atención al cliente, el encargado es Saúl Martínez jefe de meseros.

El porcentaje de rechazo del producto final es un máximo de cinco por ciento (5%), esto se debe a la temperatura o el clima de la zona.

1.2.11.2 Aseguramiento de la Calidad

Dentro de los estándares de la norma de calidad del plato están que vaya completo, a la temperatura adecuada y en los quince minutos de espera. Estos criterios no están documentados, pero si están definidos por el encargado del restaurante y por la encargada de cocina. El punto crítico del proceso es cuando se arma el plato, verificando que todo vaya completo.

Para asegurar la calidad se tienen charlas con el personal de cocina y los meseros para que cumplan los estándares.

1.2.11.3 Calidad de Producto

El encargado de cocina es el responsable de entregar los platillos completos y a la temperatura adecuada.

Don Antonio García, encargado administrativo, verifica y garantiza la calidad de los productos respecto a los criterios anteriormente definidos, a pesar de no contar con procedimientos y manuales escritos, él verifica que se cumpla con las políticas internas que tienen para servir los alimentos.

Los eventos son los únicos para los que se hace un seguimiento posterior a la venta, en estos se contacta al cliente y se hacen las consultas sobre alguna inconformidad o reclamo con el servicio o alimentos, y se toman en cuenta las sugerencias para un futuro.

1.2.12 Innovación Tecnológica

1.2.12.1 Estrategia Tecnológica

El restaurante conoce las tecnologías de sus competidores: internet y redes sociales, a pesar de no realizar búsquedas de nuevas tecnologías y no tener presupuesto definido, su plan estratégico es publicar en internet, Facebook, sesión de fotos de alta calidad, videos para hacer las publicaciones y diseñar una página web.

No se ha introducido el desarrollo de nuevos productos o tecnologías que le den valor agregado al negocio, se tienen planes para mejorar los procesos

como: contratar personal para el área de cocina, compra de equipos de mayor capacidad refrigerador o freezer; la estrategia a largo plazo es tener habilitados los desayunos y habilitar la tercera planta.

1.2.12.2 Cultura de Innovación

La empresa contacta a sus clientes para el desarrollo de mejoras en productos y servicios, a partir de las consultas a clientes se han incorporado nuevos productos como: limonadas, horchatas, quesadillas y se ha mejorado el servicio de tiempos en la entrega de platos.

No se tiene inversión en capacitación técnica, se busca incorporar nuevas tecnologías por medio de internet, pero no se tiene capacitación ni evaluación de competencias técnicas.

1.2.12.3 Sistema e Infraestructura

El restaurante no posee unidad de mejoramiento y desarrollo, el personal no está calificado, no se ha tenido impacto por desarrollo de nuevos productos o procesos y no está en funcionamiento, además no cuenta con asistencia técnica de instituciones tecnológicas o universidades para el desarrollo tecnológico.

Los productos de la empresa no son sometidos a análisis de laboratorios, en la calidad es la encargada de cocina quien ve el cumplimiento y en atención al cliente es el jefe de meseros; sin embargo, no existe un organismo que

certifique o acredite la calidad del producto. En cuanto a especificaciones técnicas se tiene nada más el peso de los platos.

Los propietarios identifican como líder del mercado nacional al restaurante La Pampa Argentina, desconocen la tecnología utilizada por este líder, sin embargo, se mantienen relaciones y alianzas para mejoras de procesos y productos con instituciones como el Centro de Desarrollo de Micro y Pequeñas Empresas (CDEMYPE) y del Instituto Salvadoreño de Formación Profesional (INSAFORP).

1.2.12.4 Ejecución de Proyectos de Innovación Calidad de Producto

La empresa no tiene asignado presupuesto de innovación, no existe porcentaje de los ingresos de la empresa para este rubro, pero el propietario tiene claridad del retorno de tiempo en actividades de innovación, a mayor inversión va a tener mayores beneficios.

El financiamiento de desarrollo de nuevos productos o procesos se realiza con el ahorro de la operación del negocio y recursos propios.

La empresa no cuenta con criterios de selección y clasificación de proyectos de inversión, no tiene un sistema de administración de la cartera de proyectos, se cuenta con decisiones del propietario con base a las demandas de los clientes o necesidades de cocina si corresponden equipos de producción, se evalúa el impacto de estos proyectos por los beneficios obtenidos con un nuevo equipo que va a mejorar los procesos de la operación y a nivel económico.

No existen mecanismos que le permitan la realización de proyectos innovadores, no posee equipos multidisciplinarios con roles definidos.

1.2.12.5 Tecnologías de Información

La empresa no ha incorporado tecnologías de información como: equipo computacional (software y hardware), red local, servidor, información de áreas críticas con algún soporte, software administrativo para control de administración y contabilidad.

Se está desaprovechando beneficios y oportunidades al no contar con: personal calificado para manejo de software, conexión y acceso a internet, falta de computadoras y manejo de sistema de información, además no se ha realizado inversión en equipamiento y software, no se tiene un presupuesto asignado.

1.3 Análisis de la Información: Áreas de Oportunidad

A continuación, se presentan los resultados del análisis de la información recopilada en el Diagnóstico Integral en el cual se validó la información obtenida por el equipo consultor en las entrevistas y visitas, para extraer los aspectos prioritarios a intervenir según se describen en la siguiente tabla:

Tabla 3. Análisis de información áreas de oportunidad.

Área-sub área	Fundamentación y Beneficios al solventar área de oportunidad
Producción y Operaciones **Manejo de Inventarios**	**Fundamentación:** - No se emite ningún reporte de manejo de materia prima desde las bodegas. - No se han establecido controles para el manejo de materiales. - Las exigencias de materia prima y producto se registran manualmente en un cuaderno. Al no tener sistematizado sus inventarios ni poseer control para el manejo de estos, se compromete la liquidez y los márgenes de beneficio de la empresa. **Beneficios al solventar área de oportunidad:** - Mejor control de las entradas y salidas de productos. - Política de abastecimiento de materia prima mediante un reporte automático. - Aumento en la ventaja competitiva frente a otras organizaciones de su sector en el mercado, por la gestión efectiva del inventario.

Área-sub área	Fundamentación y Beneficios al solventar área de oportunidad
Finanzas **Registros Contables**	**Fundamentación:** - No existe un departamento de contabilidad/finanzas. - No se cuenta con registros para la administración tributaria IVA. - No se tienen proyecciones de ingresos y gastos. Al no tener legalizada su situación mercantil y tributaria se podría afectar en el futuro el flujo de efectivo, debido a que puede ser sujeto a multas e intereses y esto ocasionaría tener menos disponibilidad económica. **Beneficios al solventar área de oportunidad:** - Facilidad en el manejo de la información financiera y no financiera para la toma de decisiones. - Disponibilidad de información financiera referente al funcionamiento del negocio. - Sistematización de la información generada por las diversas áreas.

Área-sub área	Fundamentación y Beneficios al solventar área de oportunidad
Finanzas **Análisis de Costos**	**Fundamentación:** - No se cuenta con un sistema de registro y control de costos. - No se cuenta con informes de costos. - No existe planificación de análisis de costos. Al no poseer registros, control y planificación de costos no se tiene la certeza de la rentabilidad del negocio, comprometiéndose los recursos y afectando la sostenibilidad económica a corto plazo. **Beneficios al solventar área de oportunidad:** - Determinación de precios competitivos para los productos que ofrece el negocio. - Claridad de costos en cada producto del negocio. - Establecimiento de gastos y aplicación de precios para los proyectos de inversión.
Finanzas **Administración Financiera**	**Fundamentación:** - No poseen presupuestos financieros. - No existe una política de inversión que permita decidir sobre que inversiones realizar. - No existen indicadores ni análisis financieros. Al no poseer presupuestos u otro tipo de control en la toma de decisiones puede tener pérdidas económicas afectando la disponibilidad, sostenibilidad y competitividad del negocio. **Beneficios al solventar área de oportunidad:** - Planificación de presupuesto para la toma de decisiones. - Optimización de los recursos del negocio.

Área-sub área	Fundamentación y Beneficios al solventar área de oportunidad
	- Maximización de la rentabilidad del negocio.
Innovación Tecnológica **Estrategia Tecnológica**	**Fundamentación:** - No incorpora actividades de búsqueda de nuevas tecnologías para su negocio. - No se tiene un presupuesto de inversiones para la compra de tecnología. - No cuenta con desarrollo de nuevos productos o introducción de nuevas tecnologías que le den valor agregado a su negocio. Al no tener definido un presupuesto de inversión, limita la adquisición de equipo tecnológico, pierde ingresos y competitividad en el mercado. **Beneficios al solventar área de oportunidad:** - Innovación y cambios en la introducción de nuevos productos y servicios. - Sistematización de procesos y generación de informes para la asignación de presupuestos de inversión. - Equipos tecnológicos que aumenten la eficiencia de los procesos y operaciones del negocio.

Área-sub área	Fundamentación y Beneficios al solventar área de oportunidad
Innovación Tecnológica **Tecnologías de información**	**Fundamentación:** - No se tiene equipo computacional: Software y hardware. - No se tiene personal calificado para el manejo de software. - No se ha realizado ninguna inversión de equipamiento y software, además no se ha formado al personal en sistemas de información. Al no mejorar en los procesos, no generar información actualizada, limita el crecimiento de ventas por la falta de desarrollo tecnológico, lo que puede conllevar a la pérdida importante de clientes. **Beneficios al solventar área de oportunidad:** - Impulso en la productividad, ahorro de tiempo, reducción de costos y mejor control de la gestión de su negocio haciéndolo más rentable. - Desarrollo del negocio capacitando al personal. - Presupuesto de inversiones que facilite la compra de tecnología acorde al negocio.

Fuente: Elaboración propia equipo Consultor

1.4 Recomendaciones: Acciones a realizar de manera inmediata

A raíz de la importancia de superar las áreas de oportunidad antes indicadas, se propuso para cada una de ellas una serie de actividades encaminadas a superar las mismas. A continuación, se presenta las actividades propuestas al empresario (representante de Restaurante Brisas del Lago).

Tabla 4. Acciones a realizar de manera inmediata.

Acción clave de éxito a implementar

Acción clave de éxito 1: Implementación de un sistema ERP Odoo para el control de la producción, operaciones e inventarios el cual contendría los siguientes módulos automatizados:
 	
Áreas: Producción y operaciones-Finanzas
 	
Sub Áreas: Manejo de inventarios, Registros contables, Análisis de costos, Administración financiera.
 	
- **Módulo de Compras:**
  o Solicitud de presupuestos de compras
  o Confirmación de presupuestos de compras
  o Control de pedido de compras
  o Registro de proveedores
  o Registro de productos con fotografía
  o Facturas de proveedor
  o Control de productos a recibir
 	
- **Módulo de Ventas**
  o Registro de clientes
  o Flujo de las ventas (status)
  o Elaboración de cotizaciones (impresión o envío por correo electrónico).

Acción clave de éxito a implementar

- Registro de productos con fotografía
- Factura impresa (modelo del sistema)

- **Punto de venta:**
  - Caja de cobro para productos
  - Productos para la venta
  - Método de pago
  - Sesiones por usuario
  - Módulo de inventario
  - Producto para la venta con foto
  - Stock de productos máximos y mínimos

- **Módulo de Fabricación**
  - Fabricar productos de acuerdo al giro (platos fuertes)
  - Ajustes de inventario
  - Desecho
  - Valor de inventario

- **Módulo de Contabilidad**
  - Registro de operaciones por compra
  - Registro de operaciones por venta
  - Registro de pagos a proveedores
  - Registro de cobros a clientes
  - Catálogo de cuentas de acuerdo al giro del negocio

- **Informes**
  - Ventas mensuales
  - Inventario al costo
  - Libro diario mayor
  - Balance de Comprobación
  - Balance de Situación Financiera
  - Estado de Pérdidas y Ganancias
  - Otros informes financieros (ingresos, activos, pasivos, gastos, costos).
  - Informe diario de ventas
  - Informe diario de compras por proveedores

Acciones Claves de éxito complementarias

Acción clave de éxito 2. Implementación de un sistema ERP Odoo para un mejor control de la gestión tecnológica del negocio.

Área: Innovación Tecnológica

Sub Área: Estrategia Tecnológica

- Servidor Amazon
- Creación de sitio web en Odoo
- Solicitud de nombre de dominio en GoDaddy
- Creación de Facebook ADS (publicidad al negocio en redes sociales).
- Capacitación.

Acción clave de éxito 3. Implementación de software ERP Odoo y hardware para un mejor control de la gestión tecnológica del negocio.

Área: Innovación Tecnológica

Sub Área: Tecnologías de Información

- Instalación de Internet (mínimo 5mb, preferible 10mb).
- 1 PC de escritorio (instalación y configuración).
- 1 impresor de Ticket.
- Instalación y configuración de Software Odoo para gestión del negocio.
- Capacitación.

Acción clave de éxito 4. Diseño y formulación de una herramienta en Excel para Manejo de Inventarios: Matriz de conversión de ingredientes, Inventario entradas y salidas, Kardex por producto.

Área: Producción y Operaciones

Sub Área: Manejo de Inventarios

Acciones Claves de éxito complementarias
Acción clave de éxito 5. Diseño y formulación de una herramienta de Excel para información financiera: Ventas, Costos, Gastos Operativos, Planillas, Estado de Resultado, Estado de Situación Financiera, Estado de Resultado Proyectado. **Área:** Finanzas **Sub Área**: Registros contables, Análisis de costos, Administración Financiera **Acción clave de éxito 6.** Diseño e implementación de nuevo logo. **Área:** Mercadeo y ventas **Sub Área:** Segmentación, mercado meta, y posicionamiento **Acción clave de éxito 7.** Configuración e implementación de CRM enlazado al nuevo sitio Web. **Área:** Mercadeo y ventas **Sub Área:** Relación con clientes **Acción clave de éxito 8.** Diseño e implementación de plan de marketing. **Área:** Mercadeo y ventas **Sub Área:** Producto

Fuente: Elaboración propia equipo consultor

II. Parte: Acción clave de éxito: fundamentación, beneficios e implantación

2.1 Proceso seguido en la determinación de la acción clave de éxito a implantar

A continuación, se detalla el proceso seguido en la consultoría realizada a Restaurante Brisas del Lago.

2.1.1 Proceso de la consultoría.

El proceso realizado para determinar la acción clave de éxito fue a través de la implementación del proceso de la Consultoría Integral Colaborativa, la cual consta de 10 pasos, los cuales se muestran a continuación:

Tabla 5. Proceso de Consultoría Integral Colaborativa.

N.º	Pasos del proceso de Consultoría Integral Colaborativa
1	Contacto con el empresario.
2	Presentación de equipo de egresados de maestría al empresario.
3	Realización de diagnóstico.
4	Presentación de fortalezas y áreas de oportunidad y selección de acción clave de éxito a implementar.
5	Elaboración acción clave de éxito.
6	Presentación al empresario de avance de acción clave de éxito.
7	Presentación al empresario de acción clave de éxito finalizada.
8	Implementación y seguimiento.
9	Evaluación de implementación: Resultados obtenidos.
10	Presentación final consultoría: Informe final, acción clave de éxito y resultados obtenidos.

Fuente: Proceso de Consultoría Integral Colaborativa, Facultad de Maestrías, Universidad Tecnológica de El Salvador.

Se realizó un diagnóstico integral a partir de una herramienta, con un alcance de 12 áreas, las cuales fueron evaluadas para determinar fortalezas y áreas de oportunidad, determinando las áreas que debían ser intervenidas para

mejorarlas. Por ello, se realizaron visitas, reuniones y entrevistas con el empresario, con el fin de obtener los insumos de cada una de las áreas y desarrollar el referido diagnóstico.

Se realizó un cronograma con programación de fechas, hora, lugar y las áreas a abordar en cada sesión.

Después de haber finalizado la sesión de visitas y entrevistas, se dió paso a calificar los datos obtenidos. La metodología que se siguió para la calificación de los aspectos obtenidos de cada área, se muestra en la Tabla 6.

Tabla 6. Metodología de calificación.

Calificación	Categorías	Resultado
1	Deficiente	No se verifica ninguna de las características contempladas dentro del modelo ideal.
2	Insuficiente	Existen algunos datos que confirman esta "intuición" y dirección hacia el modelo propuesto como ideal.
3	Suficiente	Existe una clara tendencia hacia el modelo ideal, con cumplimientos parciales, eventualmente no sistemáticos, de los criterios considerados claves para cada factor.
4	Bueno	Aún no se alcanzan los indicadores óptimos de excelencia, pero se está consciente que todos los criterios considerados como claves para cada factor hay resultados cada vez mejores respecto a ellos.
5	Excelente	Se cumple con las exigencias del modelo ideal de empresa para este módulo, con niveles superiores en el logro y disposición respecto de los criterios considerados como claves para cada factor.

Fuente: Proceso de Consultoría Integral Colaborativa, Facultad de Maestrías, Universidad Tecnológica de El Salvador.

2.1.2 Presentación al empresario de las fortalezas, áreas de oportunidad, y determinación de la acción clave de éxito.

En la presentación realizada al empresario, se plantearon las fortalezas, áreas de oportunidad y consecuencias positivas al superar éstas últimas, identificadas en el proceso de diagnóstico.

Durante la presentación, el empresario del Restaurante Brisas del Lago seleccionó la acción clave de éxito a implementar, la cual se muestra en la Tabla 7.

Tabla 7. Acción clave de éxito seleccionada por empresario.

Áreas de Mejora	Sub Áreas	Solución propuesta
Producción y Operaciones	Manejo de Inventarios	Implementación de un sistema ERP Odoo para el control de la producción, operaciones e inventarios el cual contendría los siguientes módulos automatizados: • Módulo de compras • Módulo de ventas • Punto de venta • Módulo de fabricación • Módulo de contabilidad • Informes
Finanzas	Registros contables	
	Análisis de costos	
	Administración financiera	

Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Conforme a las necesidades del restaurante que se manifestaron en el transcurso del desarrollo de la consultoría, también se implementaron las siguientes acciones clave:

- Innovación Tecnológica – Estrategia Tecnológica: Implementación de un sistema ERP Odoo para un mejor control de la gestión tecnológica del negocio que incluya: Servidor Amazon, creación de sitio web en Odoo, solicitud de nombre de dominio en GoDaddy, creación de Facebook ADS (publicidad al negocio en redes sociales), capacitación.
- Innovación Tecnológica – Tecnologías de Información: Implementación de software ERP Odoo y hardware para un mejor control de la gestión tecnológica del negocio que incluirá: Instalación de Internet (mínimo 5mb, preferible 10mb), 1 PC de escritorio (instalación y configuración), 1 impresor de Ticket, instalación y configuración de Software Odoo para gestión del negocio, capacitación.
- Producción y operaciones – Manejo de inventarios: Herramienta de Excel automatizada para el control de la operatividad del Restaurante, la cual está estructurada con una matriz de conversión de ingredientes, inventarios y Kardex por productos.
- Finanzas – Registros contables, análisis de costos, administración financiera: Herramienta de Excel automatizada para la generación de informes financieros sobre: Ventas, Costos, Gastos operativos, Planillas, Estado de Resultado, Estado de situación financiera, Estado de Resultado

proyectado, que le permita obtener indicadores para la toma de decisiones.

- Mercadeo y ventas – Segmentación, Mercado Meta y Posicionamiento: Diseño e implementación de nuevo logo para reconocimiento y posicionamiento de marca.
- Mercadeo y ventas – Relación con clientes: Configuración e implementación de CRM enlazado al nuevo sitio Web, gestionando captación y relación con los clientes.
- Mercadeo y ventas – Segmentación, Mercado Meta y Posicionamiento: Diseño e implementación de plan de marketing, a través de una campaña publicitaria en Facebook Business que involucra: Lanzamiento de nuevo logo, sitio Web, CRM y Marketing Mix.

2.2 Beneficios de las acciones claves de éxito a implantar.

Las acciones clave seleccionadas por el empresario del Restaurante Brisas del Lago tienen los siguientes beneficios:

Producción y operaciones – Manejo de Inventarios

- Mejor control de las entradas y salidas de productos.
- Política de abastecimiento de materia prima mediante un reporte automático.

- Aumento en la ventaja competitiva frente a otras organizaciones de su sector en el mercado por la gestión efectiva del inventario.

Finanzas – Registros Contables

- Facilidad en el manejo de la información financiera y no financiera para la toma de decisiones.
- Disponibilidad de información financiera referente al funcionamiento del negocio.
- Sistematización de la información generada por las diversas áreas.

Finanzas – Análisis de Costos

- Determinación de precios competitivos para los productos que ofrece el negocio.
- Claridad de costos en cada producto del negocio.
- Establecimiento de gastos y aplicación de precios para los proyectos de inversión.

Finanzas – Administración Financiera

- Planificación de presupuesto para la toma de decisiones.
- Optimización de los recursos del negocio.
- Maximización de la rentabilidad del negocio.

Innovación Tecnológica – Estrategia Tecnológica

- Innovación y cambios en la introducción de nuevos productos y servicios.
- Sistematización de procesos y generación de informes para la asignación de presupuestos de inversión.
- Equipos tecnológicos que aumenten la eficiencia de los procesos y operaciones del negocio.

Innovación Tecnológica – Tecnologías de Información

- Impulso en la productividad, ahorro de tiempo, reducción de costos y mejor control de la gestión de su negocio haciéndolo más rentable.
- Desarrollo del negocio capacitando al personal.
- Presupuesto de inversiones que facilite la compra de tecnología acorde al negocio.

Mercadeo y ventas – Segmentación, Mercado Meta y Posicionamiento

- Con la renovación de logo, se creará empatía entre el restaurante y el público meta.
- Ser reconocidos por su propia marca como uno de los mejores restaurantes de la ruta panorámica de Chinameca.
- El restaurante mejora su identidad con los clientes, posicionándose en el mercado.

Mercadeo y ventas – Relación con clientes

- A través del sitio web se logra mayor visibilidad, accesibilidad 24 horas al día, impulso para las ventas, bajo costo por publicidad y presentar una imagen profesional y creíble.
- Con el CRM mejora la planificación de las actividades internas del negocio.
- La relación con clientes contribuye a centralizar toda la información en una única base de datos, posibilita la segmentación, incrementa la probabilidad de retener clientes o incrementar su consumo.

Mercadeo y ventas – Producto

- Alcanzar un alto reconocimiento de la marca, generando un mayor tráfico e interacción en los medios digitales, dirigidas eficientemente a su público objetivo.
- Utilizando un plan marketing mix se potenciará y se creará confianza en los clientes para generar un mejor reconocimiento de los productos que ofrece el restaurante.
- A través de campañas publicitarias con la herramienta Facebook Business, se obtendrá un incremento en la visita de clientes y un mayor beneficio económico.

2.3 Descripción de las acciones clave de éxito.

Tal como se indicó en la sección “2.1.2 presentación al empresario de fortalezas y áreas de oportunidad, y determinación de acción clave de éxito”, el área seleccionada por el empresario, para desarrollar la acción clave de éxito fue de las áreas producción y operaciones, y finanzas, específicamente las subáreas: manejo de inventarios, registros contables, análisis de costos y administración financiera; además de otras intervenciones realizadas en la consultoría que conllevaron la ejecución de acciones clave de éxito adicionales.

Cada una de las acciones clave de éxito anteriores fueron desarrolladas mediante una serie de actividades concretas, las cuales están en suma concordancia con las actividades propuestas según lo descrito en la sección “1.4 Recomendaciones: acciones a realizar de manera inmediata”, las mismas se indican a continuación para cada acción clave de éxito:

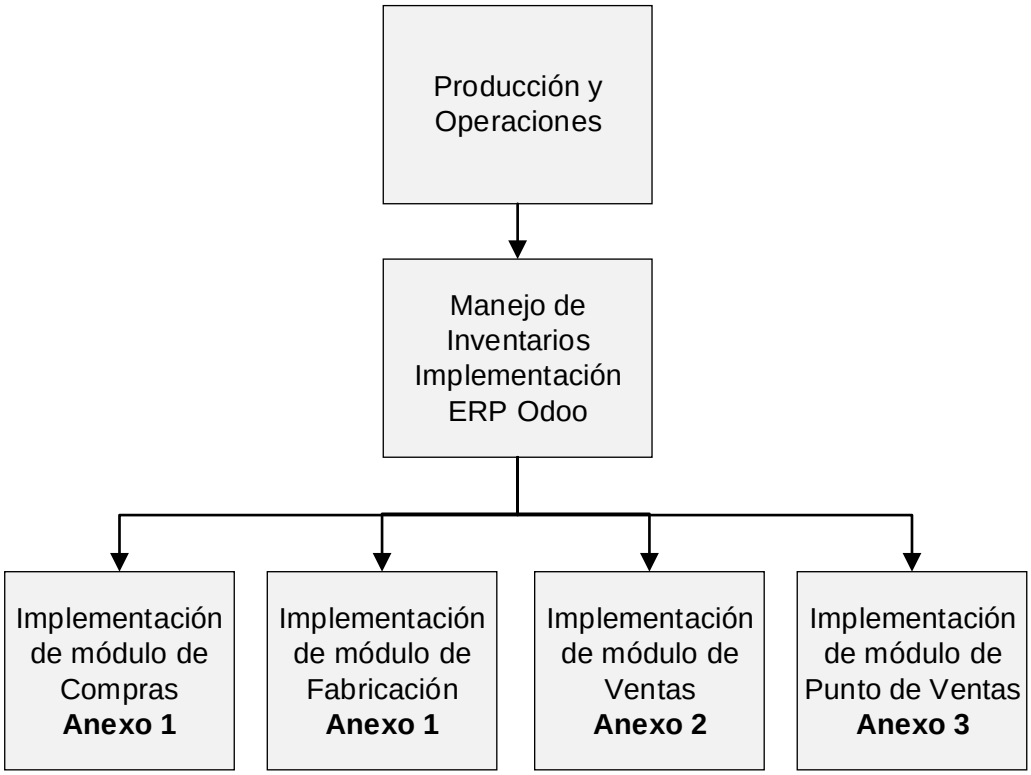
2.3.1 Acción clave 1: Producción y Operaciones – Finanzas

Esta acción clave de éxito fue desarrollada a través del trabajo y colaboración conjunta del equipo consultor, el empresario y el personal de la empresa, participaron en reuniones donde se trataron aspectos relevantes para el desarrollo de la acción clave.

Para el desarrollo de esta acción clave se trabajó en dos áreas: 1) Producción y Operaciones y 2) Finanzas.

A continuación, se presenta un diagrama del proceso de ejecución de la acción clave en cada una de las áreas intervenidas.

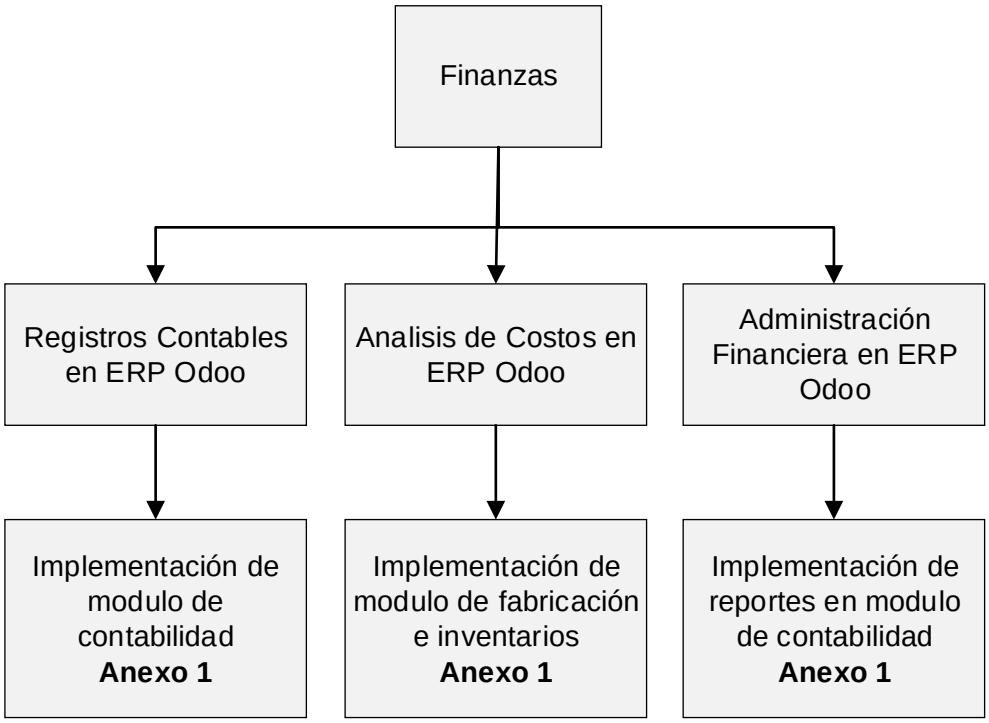
Ilustración 1. Diagrama del proceso de ejecución de la acción clave producción y operaciones



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

En la ejecución de la acción clave se realizó la instalación de los módulos de: Compras, Fabricación, Ventas y Punto de Ventas, ya que estos módulos son integrados y funcionan entre sí, para darle ingreso y salida a los inventarios. De forma integral y automatizada el empresario a través de la herramienta puede obtener los reportes finales del manejo de inventarios.

Ilustración 2. Diagrama del proceso de ejecución de la acción clave Finanzas



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

En la ejecución de la acción clave se realizó la instalación de los módulos parametrizados de: Contabilidad, Fabricación e Inventarios, y la configuración de los reportes que nos genera el ERP de forma automática, se obtendrán indicadores financieros para la toma de decisiones que estime conveniente el empresario.

2.3.1.1 ¿Por qué implementar ERP Odoo en la nube?

Implementar ERP Odoo en la Nube, es ideal debido a sus características de libre configuración, código abierto y flexibilidad de módulos, además permite la integración con otras herramientas y tiene cero costos de licencia, también

puede instalarse en tantas terminales como quiera en un periodo indefinido, esto es ideal para el Restaurante Brisas del Lago, ya que optimizará recursos financieros e impactará con la operatividad y tecnología acorde al negocio.

2.3.1.2 Objetivos

- Realizar la adquisición de ERP Odoo y vinculación con servidor Amazon.
- Efectuar parametrizaciones básicas en ERP
- Carga de Catálogo contable, Clientes, Proveedores, Catálogo de productos, entre otros.
- Implementación de ERP en Restaurante Brisas del Lago.

2.3.1.3 Alcance

Implementar el ERP Odoo y vinculación con servidor en la nube y todas sus parametrizaciones, ayudará a eficientizar los procesos y flujos de trabajo del Restaurante Brisas del Lago, con el objetivo de realizar una planificación de gestión tecnológica como se describe en los resultados esperados (ver Tabla 8).

Tabla 8. Creación de gestión tecnológica

Nivel de planificación	**¿Qué se realizará?**	**Resultados esperados**
Implementación de ERP y servidor en la nube	Implementación de ERP Odoo vinculado a servidor en la nube.	Lograr fortalecer el área financiera maximizando sus rentabilidades por medio de la obtención de información oportuna y veraz, permitiéndoles controlar la gestión, facilitar el control eficiente de los inventarios, reduciendo costos innecesarios en stocks, malas aplicaciones e información

Nivel de planificación	¿Qué se realizará?	Resultados esperados
		desactualizada, eliminando el riesgo de desabastecimiento y perdidas por falta de información e indicadores de los mismos, así como reduciendo el riesgo en la toma de decisiones financieras, eliminando la probabilidad de falta de liquidez.

Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Como plan de acción, se efectuará la adquisición de ERP y Servidor en la nube y se creará la vinculación entre ambos, realizando las parametrizaciones de los módulos como: carga de catálogo de cuentas, punto de venta, inventarios, clientes, productos, impuestos básicos, entre otros. Con lo que se pretende integrar las áreas relevantes del Restaurante Brisas del Lago y maximizar sus resultados con la mejora de control interno.

2.3.1.4 Implementación ERP Odoo

La acción clave de éxito es implementar un ERP (Planificación de Recursos Empresariales) en la nube, que consiste en la instalación del ERP, lo cual vendrá a fortalecer las áreas deficientes mencionadas en el análisis de la entidad con intervención directa del empresario y maximizar la operatividad del Restaurante Brisas del Lago.

Actualmente Odoo cuenta con más de 4 millones de usuarios, es un entorno de desarrollo y un conjunto de aplicaciones de negocio completamente integradas y modulares que permiten brindar una solución completa e ir

construyendo un sistema acorde a las necesidades del Restaurante (Enelia Estudio, 2018).

Esto permite que Odoo sea la aplicación perfecta para Pymes y pequeños negocios, permitiéndoles disponer de una aplicación de gestión completa a un coste muy reducido.

Ilustración 3. Odoo para Pymes



Fuente: https://www.odoo.com/es_ES/

2.3.1.5 ¿Qué es un ERP?

Un *Enterprise Resource Planning System* (ERP), también conocido en español como Sistema de Planificación de Recursos Empresariales. Los sistemas ERP son soluciones de software de gestión de información que se ocupa de las necesidades de las empresas de manera integral a través de la automatización de procesos operativos, dichos sistemas nacen como respuesta a las necesidades de comunicación y planificación organizacional al disponer de una base de datos compartida y procesos para administrar correctamente la información (Bonilla, 2018).

El ERP funciona como un sistema integrado, y aunque pueda tener menús modulares, es un todo. Es decir, es un único programa con acceso a una base de datos centralizada (Aner, 2018).

Ilustración 4. ERP sistema integrado centralizado



Fuente: https://controlinventarios.wordpress.com/2014/11/27/gestion-de-inventarios-en-los-erp/

2.3.1.6 ¿Por qué Odoo es funcional?

Es la aplicación idónea para solucionar los problemas de gestión del Restaurante, obteniendo información que le ayudara para la toma de decisiones (Enelia Estudio, 2018).

La estructura modular de Odoo le permite ofrecer una amplísima cobertura funcional en todas las áreas de negocio, permitiendo ajustarse a casi cualquier necesidad:

- Ventas
- Punto de venta
- Compras
- Inventario
- Constructor del sitio web
- Contabilidad
- CRM, gestión de servicios postventa
- Entre otros…

Dichas características le permitirán al Restaurante Brisas del Lago fortalecerse como entidad y maximizar sus operaciones, ya que como se mencionó anteriormente se detectaron tres grandes áreas de oportunidad las cuales, si los propietarios le proporcionan continuidad, lograrán solventarlas, ya que el ERP le facilitará el control de los inventarios, análisis de costos, control de las operaciones contables y sus resultados en tiempo real, desde cualquier dispositivo con conexión a internet.

Ilustración 5. Control de operaciones en Odoo



Fuente: https://desiteg.com/portal/assets/img/desarrollo-software/odoo-componentes.png

2.3.1.7 Aplicaciones

Las aplicaciones detalladas a continuación son algunas de las que se utilizaran para la mejora del funcionamiento administrativo y financiero del Restaurante Brisas del Lago (Odoo E. , 2017).

- **Contabilidad:** La contabilidad de Odoo está conectada con todas las aplicaciones de Odoo como ventas, compras, inventarios y suscripciones. De esta manera, registrar facturas de proveedores también es súper rápido. Configure un proveedor, seleccione la orden de compra y Odoo llena todo lo demás por Ud. automáticamente.

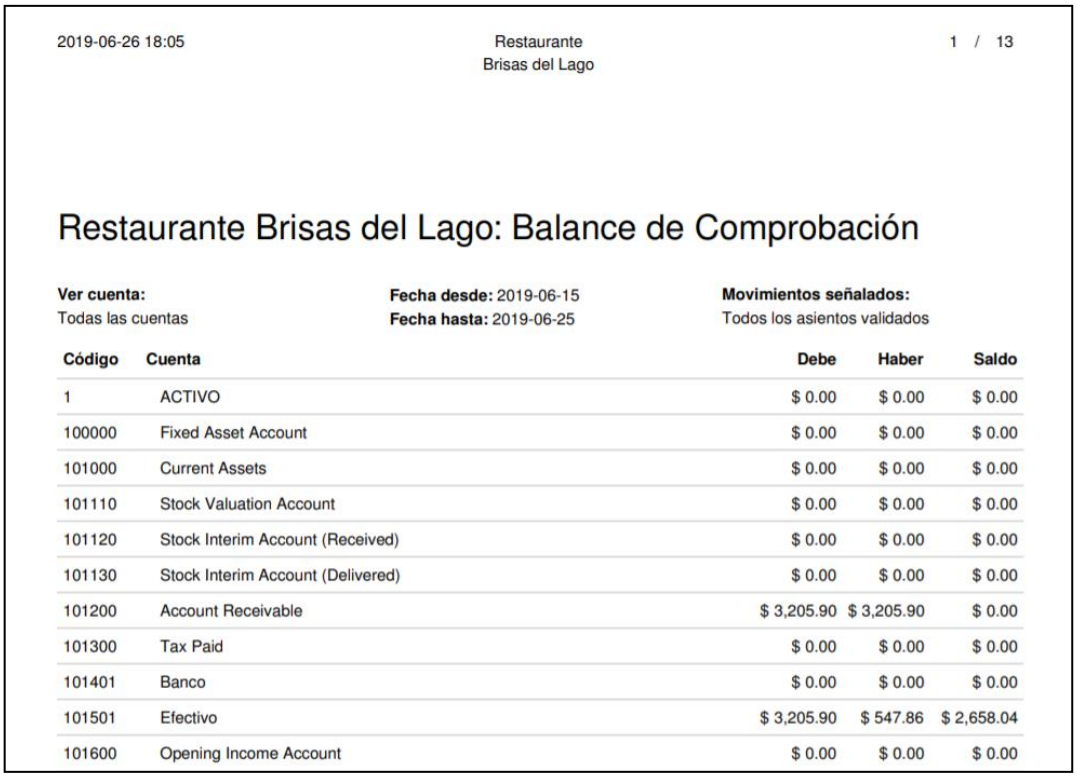
- **Cuentas por Cobrar:** Hay diferentes maneras de automatizar la creación de la factura del cliente en Odoo. Por lo general, los proyectos de las facturas son creados por el sistema (con información proveniente de otros documentos como órdenes de venta o contratos) y la contabilidad sólo tienen que validar los proyectos de facturas y enviar las facturas (por correo ordinario o correo electrónico).
- **Cuentas por Pagar:** Permite que usted maneje las órdenes de compras, los productos entrantes y las facturas de los proveedores, todo a la perfección en un mismo lugar. Si desea establecer un proceso de control de factura de proveedor, lo primero que hay que hacer es tener datos de la compra en Odoo. Saber lo que se ha comprado y recibido es el primer paso hacia la comprensión de sus procesos de gestión de compras.
- **Caja y Banco:** En Odoo, puede administrar múltiples extractos bancarios, en múltiples monedas, importar archivos de estados de cuenta, sincronizar con su cuenta de PayPal, Conciliaciones de cuentas bancarias de forma automatizada.
- **Impuestos:** Establecimiento básico de las tasas de impuestos aplicables dentro del territorio, así como modificaciones a futuro de incorporarse nuevas tasas impositivas.
- **Informes:** Además de los reportes creados específicamente en cada módulo de localización, unos pocos muy utilizados, genéricos y reportes dinámicos están disponibles para todos los países:

- ✓ Balance.
- ✓ Ganancias y Pérdidas.
- ✓ Plan de cuentas.
- ✓ Resumen ejecutivo.
- ✓ Libro mayor general.
- ✓ Antiguas cuentas por pagar.
- ✓ Antiguas cuentas por cobrar.
- ✓ Estado de flujo de efectivo.
- ✓ Reporte de impuestos.
- ✓ Conciliaciones bancarias.

Puede seleccionar cada reporte para imprimirlos y reportar al asesor. Exportar a Excel en el formato ".xls" para el análisis. También comparar valores con otro período. Elegir cuántos períodos requiera comparar con el período elegido y elegir hasta 12 períodos anteriores desde la fecha del reporte y si no se desea usar la opción por defecto Período 1 Anterior.

La Hoja de Balance muestra un resumen de los activos, pasivos y patrimonio de su organización en una fecha particular (Ver ilustraciones 6 y 7).

Ilustración 6. Informe balance de comprobación



2019-06-26 18:05 Restaurante Brisas del Lago 1 / 13

Restaurante Brisas del Lago: Balance de Comprobación

Ver cuenta: Todas las cuentas
Fecha desde: 2019-06-15
Fecha hasta: 2019-06-25
Movimientos señalados: Todos los asientos validados

Código	Cuenta	Debe	Haber	Saldo
1	ACTIVO	$ 0.00	$ 0.00	$ 0.00
100000	Fixed Asset Account	$ 0.00	$ 0.00	$ 0.00
101000	Current Assets	$ 0.00	$ 0.00	$ 0.00
101110	Stock Valuation Account	$ 0.00	$ 0.00	$ 0.00
101120	Stock Interim Account (Received)	$ 0.00	$ 0.00	$ 0.00
101130	Stock Interim Account (Delivered)	$ 0.00	$ 0.00	$ 0.00
101200	Account Receivable	$ 3,205.90	$ 3,205.90	$ 0.00
101300	Tax Paid	$ 0.00	$ 0.00	$ 0.00
101401	Banco	$ 0.00	$ 0.00	$ 0.00
101501	Efectivo	$ 3,205.90	$ 547.86	$ 2,658.04
101600	Opening Income Account	$ 0.00	$ 0.00	$ 0.00

Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Ilustración 7. Informe balance de situación del restaurante



2019-06-26 18:04 Restaurante Brisas del Lago 1 / 1

Balance de Situación

Movimientos señalados: Todos los asientos validados
Fecha desde: 2019-06-15
Fecha hasta: 2019-06-25

Nombre	Debe	Haber	Saldo
Activos	**$ 6,411.80**	**$ 3,753.76**	**$ 2,658.04**
101200 Account Receivable	$ 3,205.90	$ 3,205.90	$ 0.00
101501 Efectivo	$ 3,205.90	$ 547.86	$ 2,658.04
Pasivo	**$ 0.00**	**$ 2,658.04**	**$ -2,658.04**
Pasivo	**$ 0.00**	**$ 241.79**	**$ -241.79**
21030107 Propina	$ 0.00	$ 241.79	$ -241.79
Ganancia (Pérdida) a reportar	**$ 0.00**	**$ 2,416.25**	**$ -2,416.25**

Fuente: Elaboración propia equipo consultor

- **Ganancias y Pérdidas:** El reporte Ganancias y Pérdidas (o Estado de Resultados) muestra el ingreso neto de la organización, por deducción de gastos, de los ingresos para el período reportado (Ver Ilustración 8).

Ilustración 8. Estado de Ganancias y Perdidas



2019-06-26 18:33 Restaurante Brisas del Lago 1 / 1

Ganancias y Pérdidas

Movimientos señalados: Todos los asientos validados

Fecha desde: 2019-06-15
Fecha hasta: 2019-06-25

Nombre	Debe	Haber	Saldo
Ingreso	**$ 0.00**	**$ 2,416.25**	**$ 2,416.25**
200000 Product Sales	$ 0.00	$ 78.50	$ 78.50
510101 VENTA DE PRODUCTOS	$ 0.00	$ 2,337.75	$ 2,337.75
Gasto	**$ 0.00**	**$ 0.00**	**$ 0.00**

Fuente: Elaboración propia equipo consultor

- **Inventarios:** Control de las existencias de la compañía, entradas, salidas, transferencias, y sus respectivos métodos de valuación como; Costo Promedio, PEPS (Método del costo de Primeras Entradas, Primeras Salidas), UEPS (Método de las Últimas Entradas, Primeras Salidas).
- **Compras:** Para la mayoría de las compras diarias, lo más probable es que ya sabe dónde comprar y a qué precio. Para estos casos, una Orden de Compra sencilla (PO) le permitirá manejar todo el proceso. La Orden de Compra generará una factura, y dependiendo de la configuración del

contrato con el proveedor, usted tendrá que pagar la factura antes o después del envío.

- **Ventas:** Cerrar oportunidades de venta con Odoo Ventas es realmente sencillo. Tan sencillo como seleccionar una cotización predeterminada para un nuevo producto de venta. Los productos, los detalles de servicios están listos en la cotización. Por supuesto, puede adaptar la oferta según las necesidades de su cliente.

  Además, la revisión de la oferta desde un teléfono móvil es realmente fácil. El cliente tiene una cita clara con una tabla de contenido. Facilita identificar una oportunidad como vendedor. Cuando la oferta está lista, el cliente sólo tiene que firmarla en línea con un clic.

  También proporciona el historial de transacciones y comunicaciones rápidamente. Es muy sencillo, conocer con claridad la pasada interacción. Y cualquier información relacionada con la transacción.

  En cualquier momento, se puede obtener un informe profundo de sus actividades de ventas. Los ingresos por los vendedores o departamentos. Ingresos por categoría de producto, profundizar en productos específicos, por trimestres o meses.

- **Punto de Venta:** Se basa en una interfaz simple y fácil de usar. La aplicación del Punto de Venta se puede utilizar en línea o fuera de línea en iPads, tabletas Android o portátiles (Management, 2018).

El Punto de Venta de Odoo está totalmente integrado con los módulos de Inventario y de Contabilidad. Cualquier transacción con su punto de venta será automáticamente registrada en la gestión de inventario y en la contabilidad e, incluso en el módulo de CRM ya que el cliente puede identificarse desde este módulo.

Ejecutar las estadísticas en tiempo real y consolidaciones en todas las tiendas sin la molestia de la integración de varias aplicaciones externas.

2.3.1.8 Socialización acción clave de éxito.

A continuación, se presentan algunas evidencias del proceso de consultoría realizado a Restaurante Brisas del Lago, para el desarrollo de la acción clave en las áreas de Producción y Operaciones - Finanzas, realizada en conjunto con el empresario y equipo consultor.

Evidencia: En las instalaciones de Restaurante Brisas del Lago con encargados de restaurante para determinar medidas, costos de platillos.

Ilustración 9. Equipo consultor trabajando en el costeo de productos.



De izquierda a derecha: fotografía tomada por Manuel de Jesús Fernández, Sonia García, Beatriz García, Carlos Roberto Fernández, Juan Antonio García,

Evidencia: Reunión para entrega de credenciales de Odoo, Amazon AWS, GoDaddy, desarrollada en Restaurante Brisas del Lago.

Ilustración 10. Entrega de credenciales a encargado.



De izquierda a derecha: Manuel de Jesús Fernández, Juan Antonio García, Carlos Roberto Fernández, fotografía tomada por René Ernesto García.

Ilustración 11. Explicación sobre uso de credenciales



De izquierda a derecha: Manuel de Jesús Fernández, Juan Antonio García, Elsa Meris Erroa, fotografía tomada por René Ernesto García.

Evidencia: Capacitación a empresario y usuarios designados para módulos instalados en ERP Odoo, desarrollada en sala de reuniones de Universidad Centroamericana José Simeón Cañas (UCA).

Ilustración 12. Capacitación módulos ERP Odoo.



De izquierda a derecha sentados: Saúl Martínez, Juan Antonio García, Briseida Vigil. De pie: Carlos Roberto Fernández, Manuel de Jesús Fernández, René Antonio García, fotografía tomada por Elsa Meris Erroa.

Ilustración 13. Capacitación sobre manejo de inventarios.



De izquierda a derecha sentados: Briseida Vigil, Juan Antonio García, Saúl Martínez, Elsa Meris Erroa, Carlos Roberto Fernández, Manuel de Jesús Fernández, fotografía tomada por René Ernesto García.

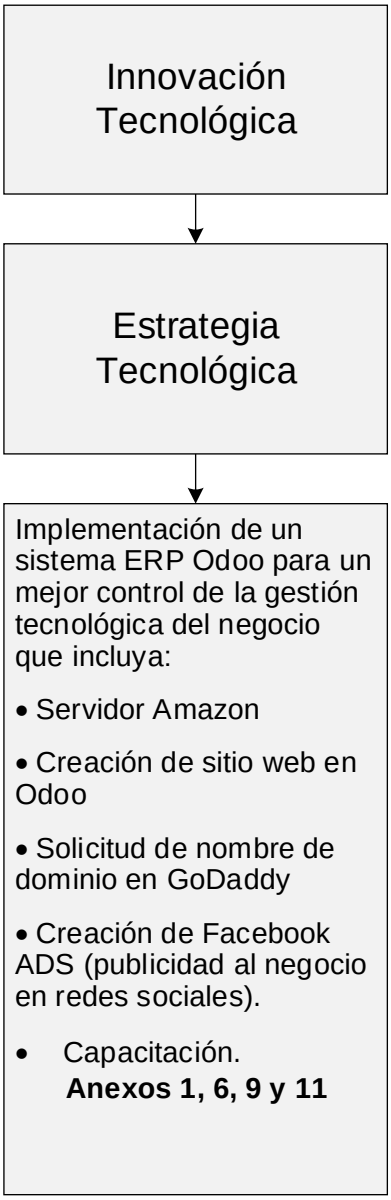
2.3.2 Acción clave 2: Innovación Tecnológica – Estrategia Tecnológica

Esta acción clave de éxito fue desarrollada a través del trabajo y colaboración conjunta del equipo consultor y el empresario del restaurante que es el responsable del área de implementación de nuevos proyectos innovadores que impulsan a obtener mejores resultados, participando en reuniones donde se trataron aspectos relevantes para el desarrollo de la acción clave.

Para el desarrollo de esta acción clave se trabajó en el área de: Innovación Tecnológica.

A continuación, se presenta un diagrama de ejecución de la acción clave en cada una de las áreas intervenidas.

Ilustración 14. Proceso de ejecución de la acción clave de éxito en Innovación Tecnológica – Estrategia tecnológica



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

En la ejecución de la acción clave se realizó la instalación del servidor AWS se instaló en la nube y se configuró ERP Odoo con todos los módulos

necesarios aplicados al restaurante, se creó un nuevo sitio Web con el dominio adquirido en GoDaddy: www.restaurantebrisasdellago.com, se realizó campaña *Facebook Business* y finalmente se capacitó sobre dichos temas.

2.3.2.1 Socialización acción clave de éxito.

A continuación, se presentan algunas evidencias del proceso de consultoría realizado a Restaurante Brisas del Lago, para el desarrollo de la acción clave en el área de Innovación Tecnológica, realizada en conjunto con el empresario y equipo consultor.

Evidencia: Presentación de nuevo sitio Web y pruebas de cobro con impresor de ticket, desarrollada por equipo consultor y usuarios asignados para punto de venta, en sala de reuniones de Universidad Centroamericana José Simeón Cañas (UCA).

Ilustración 15. Presentación de sitio Web a encargado y usuarios.



De izquierda a derecha de espalda: Elsa Meris Erroa, Carlos Roberto Fernández, Manuel de Jesús Fernández, Saúl Martínez, fotografía tomada por René Ernesto García.

Ilustración 16. Prueba de cobro con impresor de ticket



De pie: Carlos Roberto Fernández. Sentada: Briseida Vigil. fotografía tomada por René Ernesto García.

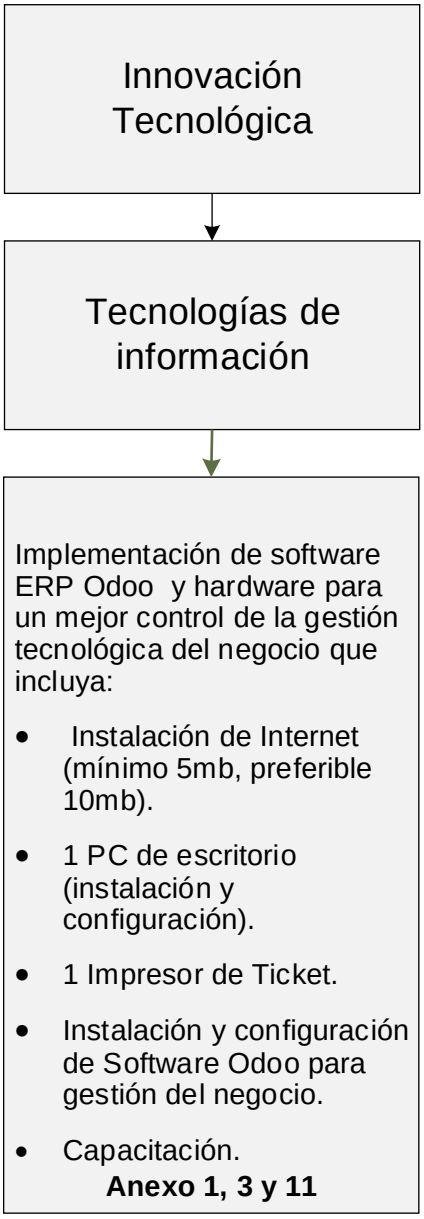
2.3.3 Acción clave 3: Innovación Tecnológica – Tecnologías de información

Esta acción clave de éxito fue desarrollada a través del trabajo y colaboración conjunta del equipo consultor y el empresario del restaurante que es el responsable del área de implementación de nuevos proyectos innovadores que impulsan a obtener mejores resultados, participando en reuniones donde se trataron aspectos relevantes para el desarrollo de la acción clave.

Para el desarrollo de esta acción clave se trabajó en el área de: Innovación Tecnológica.

A continuación, se presenta un diagrama de ejecución de la acción clave en cada una de las áreas intervenidas.

Ilustración 17. Proceso de ejecución de la acción clave de éxito en Innovación tecnológica – Tecnologías de Información



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

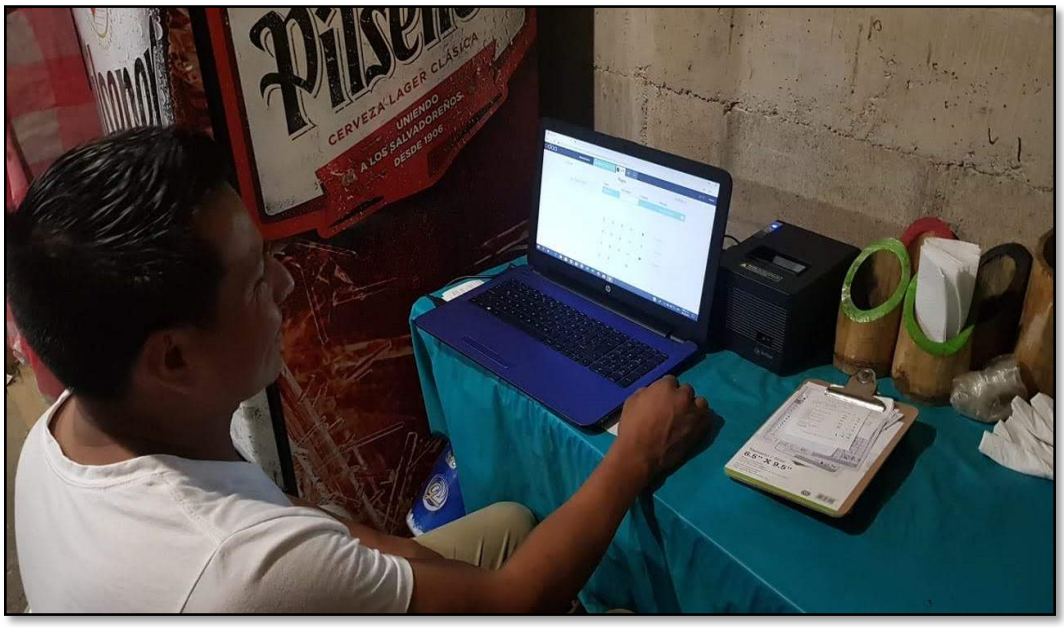
En la ejecución de la acción clave se realizó la implementación de: internet mínimo 5mb, instalación y configuración (Windows 10 y Microsoft Office 2019) en

computadora propiedad del empresario, instalación y configuración de un impresor de ticket parametrizado al módulo de punto de ventas del ERP Odoo, se realizó la capacitación al personal involucrado.

2.3.3.1 Socialización acción clave de éxito.

Evidencia: En las instalaciones de Restaurante Brisas del Lago con encargados del restaurante, con las herramientas tecnológicas ya implementadas en ejecución de cobro de ticket, ya parametrizado en el ERP Odoo.

Ilustración 18. Usuario con herramientas tecnológicas en operación de cobros con impresor de ticket



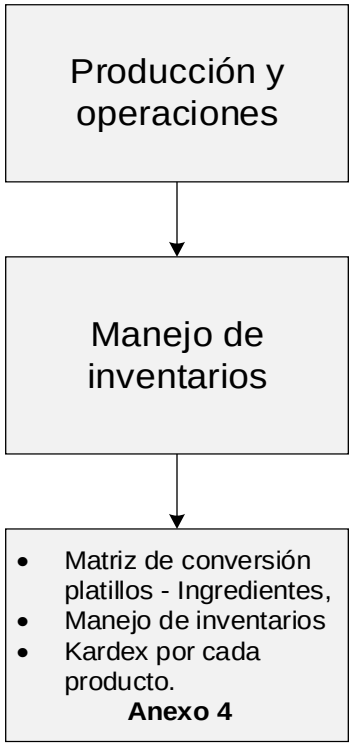
Sentado de espalda: Saúl Martínez, fotografía tomada por René Ernesto García.

2.3.4 Acción clave 4: Producción y Operaciones – Manejo de Inventarios

Herramienta de Excel para Manejo de Inventarios.

Esta acción clave de éxito fue desarrollada a través del trabajo y colaboración conjunta del equipo consultor, el empresario y el personal de la empresa, participaron en reuniones donde se trataron aspectos relevantes para el desarrollo de la acción clave.

Ilustración 19. Acción clave de éxito en Producción y Operaciones



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Con la implementación de la herramienta manejo de inventarios realizada en Excel, podemos ingresar la información que nos proporciona el ERP Odoo, en

cuanto a las ventas y cantidad de productos detalladas, y la herramienta automáticamente multiplicara las unidades vendidas por cada uno de los ingredientes, los sumara y acumulara en la hoja de inventarios que contiene la herramienta, posteriormente esta información resumida la ingresaremos a una segunda herramienta denominada inventario al costo, donde también podremos ingresar compras, ventas, inventario inicial y nos generara los Kardex por cada producto.

2.3.4.1 Socialización acción clave de éxito.

A continuación, se presentan algunas evidencias del proceso de consultoría realizado a Restaurante Brisas del Lago, para el desarrollo de la acción clave en el área de Producción y Operaciones, realizada en conjunto con el empresario y equipo consultor.

Evidencia: En las instalaciones de Restaurante Brisas del Lago con encargados de restaurante para determinar medidas y costos de platillos.

Ilustración 20. Equipo consultor con representantes de restaurante.



De izquierda a derecha: Juan Antonio García, Manuel de Jesús Fernández, Carlos Roberto Fernández, Elsa Meris Erroa, fotografía tomada por René Ernesto Rivas

Ilustración 21. Equipo consultor con representantes de restaurante.



De izquierda a derecha: Juan Antonio García, Carlos Roberto Fernández. De espalda: Beatriz García y Sonia García, fotografía tomada por Manuel de Jesús Fernández Guardado.

Ilustración 22. Encargada de cocina y miembro de equipo consultor.



De izquierda a derecha: De espalda Sonia García, Beatriz García, Elsa Meris Erroa, fotografía tomada por René Ernesto García Rivas.

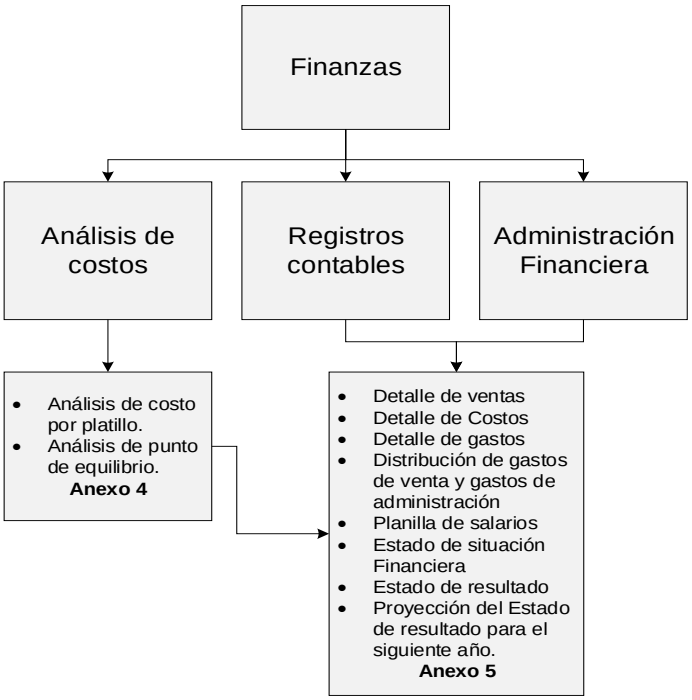
2.3.5 Acción clave 5: Finanzas – Análisis de Costos, Registros Contables, Administración Financiera

Herramienta de Excel para Información Financiera.

Esta acción clave de éxito fue desarrollada a través del trabajo y colaboración conjunta del equipo consultor, el empresario y el personal de la empresa, participaron en reuniones donde se trataron aspectos relevantes para el desarrollo de la acción clave, orientada al área financiera, la cual se divide en análisis de costos, registros contables y administración financiera.

Un diagrama del proceso de ejecución de la acción clave de éxito se presenta en la Ilustración 23.Ilustración *3*

Ilustración 23. Acción clave de éxito en el área de Finanzas



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Como equipo de trabajo se ha realizado un análisis de los costos, en el cual se han obtenido el costo de cada platillo que vende el restaurante, mediante la suma de todos los ingredientes, así como también el costo de todos los productos que se registran como unidades, logrando determinar con estimaciones las cantidades vendidas de cada producto, su precio unitario, su costo variable unitario, y los costos fijos totales, llegando a la conclusión del punto de equilibrio por medio de la mezcla de ventas para Restaurante Brisas del Lago.

La herramienta del área financiera nos permite complementar todo el ciclo de información necesario y relevante, para la toma de decisiones, en esta herramienta podemos ingresar: los gastos de operación que tiene el restaurante, la amortización del préstamo bancario, la planilla de salarios, y al tener toda esta información procesada en la herramienta la conclusión será un estado de resultado y estado de situación financiera mensual para dar seguimiento al desempeño que está obteniendo el restaurante (ver las Ilustraciones 24, 25 y 26).

Ilustración 24. Estado de resultados



RESTAURANTE BRISAS DEL LAGO

ESTADO DE RESULTADO MENSUAL

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Ingresos por Ventas	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ 4.046,00	$ 6.759,50	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
(-) Costo de Ventas	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ 1.851,65	$ 1.771,24	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
Utilidad Bruta	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ 2.194,35	$ 4.988,26	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
(-) Gastos de Operación												
Gastos de Administración	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ 140,00	$ 430,00	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
Gastos de Venta	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ 1.298,00	$ 2.596,00	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
Otros Gastos												
Total Gastos	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ 1.438,00	$ 3.026,00	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
Utilidad Neta	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ 756,35**	**$ 1.962,26**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**

Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Ilustración 25. Estado de resultados proyectados

PROYECCIONES												
Tasa de crecimiento en ventas	5%											
Tasa de Incremento en Costos	1%											
Tasa de crecimiento de Gastos	5%											
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Ingresos por Ventas	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ 4.248,30	$ 7.097,48	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
(-) Costo de Ventas	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ 1.870,16	$ 1.788,95	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
Utilidad Bruta	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ 2.378,14	$ 5.308,52	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
(-) Gastos de Operación												
Gastos de Administración	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ 147,00	$ 451,50	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
Gastos de Venta	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ 1.362,90	$ 2.725,80	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
Otros Gastos												
Total Gastos	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ 1.509,90	$ 3.177,30	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
Utilidad Neta	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ 868,24**	**$ 2.131,22**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**

Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Ilustración 26. Estado de Situación Financiera

BRISAS DEL LAGO RESTAURANTE
CUENTAS DE ACTIVO Y PASIVO

1 ACTIVO: Son todos los bienes y recursos con los que cuenta el restaurante
2 PASIVO: Son todas las obligaciones y deudas que posee el restaurante
3 PATRIMONIO: Son todos los beneficios entre el activo-pasivo

% Depreciacion	50%
Valor final del Bien	50%
Costo de Adquisición	100%
Monto Prestamo	$ -
Costo de los bienes	$ -
Bienes Inmuebles	$ -

Nombre de la cuenta	Tipo	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
ACTIVOS													
ACTIVOS CORRIENTES													
Efectivo	ACTIVO	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ 2.608,00	$ 3.460,25	$ 3.460,25	$ 3.460,25	$ 3.460,25	$ 3.460,25	$ 3.460,25
Inventarios	ACTIVO:												
Total Activos Corrientes		**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ 2.608,00**	**$ 3.460,25**	**$ 3.460,25**	**$ 3.460,25**	**$ 3.460,25**	**$ 3.460,25**	**$ 3.460,25**
ACTIVOS NO CORRIENTES													
Bienes Muebles	ACTIVO	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
Bienes Inmuebles	ACTIVO	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
Depreciación	ACTIVO	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
Total Activos No Corrientes		**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**
TOTAL ACTIVOS		**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ 2.608,00**	**$ 3.460,25**	**$ 3.460,25**	**$ 3.460,25**	**$ 3.460,25**	**$ 3.460,25**	**$ 3.460,25**
PASIVO													
PASIVO CORRIENTE													
Propinas	PASIVO	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ 404,60	$ 387,83	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
Total Pasivo Corriente		**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ 404,60**	**$ 387,83**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**
PASIVO NO CORRIENTE													
Prestamo Bancario	PASIVO	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
Capital													
Intereses													
Total Pasivo no Corriente		**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**
TOTAL PASIVOS		**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ 404,60**	**$ 387,83**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**
PATRIMONIO													
Capital Invertido	PATRIMO	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ 1.447,05	$ 1.110,17	$ 3.460,25	$ 3.460,25	$ 3.460,25	$ 3.460,25	$ 3.460,25
Utilidad del Periodo	PATRIMO	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ 756,35	$ 1.962,26	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
Total Patrimonio		**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ 2.203,40**	**$ 3.072,43**	**$ 3.460,25**	**$ 3.460,25**	**$ 3.460,25**	**$ 3.460,25**	**$ 3.460,25**
TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO		**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ 2.608,00**	**$ 3.460,25**	**$ 3.460,25**	**$ 3.460,25**	**$ 3.460,25**	**$ 3.460,25**	**$ 3.460,25**

Fuente: Elaboración propia equipo consultor

2.3.5.1 Análisis de costos

La información primaria se registró mediante la automatización de la herramienta en Microsoft Excel por la sencillez de su uso, la capacidad de ser procesado por otros sistemas operativos, la posibilidad de compartirlo y la usabilidad y grado de familiarización que las personas poseen con el mismo.

Para cada uno de los 64 productos que ofrece el restaurante se desglosó por todos los ingredientes que se utilizan para elaborar cada plato. Luego para cada ingrediente se midió la cantidad utilizada (para ingredientes solidos se midió en onzas, y para ingredientes líquidos se estandarizó en litros, algunos productos se manejaron por unidad de compra, como por ejemplo las gaseosas, cervezas, galletas, etc.).

Además, se prorrateó el costo de cada ingrediente, multiplicando la cantidad utilizada (en onzas) por el precio de cada onza, otra información que se contactó en base del menú de precios del restaurante es el precio de venta.

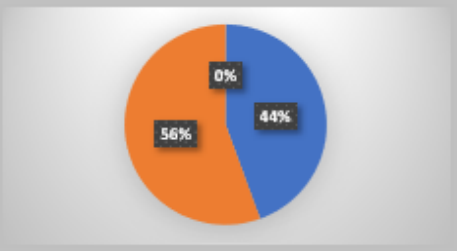
En la Ilustración 27, se muestra un ejemplo del análisis del costo para uno de los platillos más vendido del restaurante, que es el Lomo al Grill, dicha herramienta enlista los ingredientes primarios y secundarios, así como sus respectivas medidas para estandarizar las raciones servidas en el menú. Al ingresar también los costos de cada ingrediente se obtiene el costo total, y al compararlo con el precio se obtiene el margen neto del plato. Otra información obtenida es el tiempo de preparación.

Ilustración 27. Registro de costos del plato "lomo al grill"

LOMO AL GRILL

Fecha	11/04/2019	
Nombre del plato	Lomo al grill	
Precio estimado	$	7,00
Costo Total	$	3,97
Costo Marginal	%	56,65
Margen neto	$	3,03

Distribución de Costo



Ingredientes Primarios

Producto	Cantidad en onzas	Costo de la onza	Costo de la unidad de compra	Costo total
Carne lomo rollizo	6	0,29	$ 4,70	$ 1,76
TOTAL				$ 1,76



Ingredientes Secundarios

Producto	Cantidad (onzas)	Costo de la onza	Costo de la unidad de compra	Costo total
Aguacate	2	$ 0,07	$ 0,40	$ 0,13
Chorizo	1	$ 0,28	$ 2,25	$ 0,28
Chirmol	2	$ 0,12	$ 0,23	$ 0,23
Tortilla	2	$ 0,12	$ 0,12	$ 0,24
cebollin	1	$ 0,15	$ 0,15	$ 0,15
Arroz	2	$ 0,08	$ 1,35	$ 0,17
Carbon	80	$ 0,01	$ 0,20	$ 1,00
TOTAL				$ 2,20

Preparación:
lomo al grill
tiempo de preparación en 5 a 8 minutos cuando el carbon esta encendido

Preparado por	Sonia Garcia	Aprobado por	Antonio García
Puesto	Responsable de Cocina	Puesto	Gerente del restaurante

Fuente: Elaboración propia equipo consultor

2.3.5.2 Punto de equilibrio

Luego se ha calculado el punto de equilibrio para el restaurante, buscando conocer e implementar un panorama de lo que se debe producir, cuanto vender en dólares y en unidades de producto, para ello se necesita la siguiente información.

a) Productos que vende el restaurante (ver Ilustración 28)

b) Ventas proyectadas mensuales del Restaurante (ver Ilustración 29)

c) Precio de Venta Unitario de los productos (ver Ilustración 30)

d) Los costos fijos totales del restaurante (ver Ilustración 31)

Ilustración 28. Productos del restaurante

No.	Producto
1	SOPA DE GALLINA INDIA
2	LOMO AL GRILL
3	COSTILLA AL ESTILO DEL CHEF
4	CAMARONES AL AJILLO
5	PESCADO DEL LAGO
6	TILAPIA RELLENA
7	FILETE DE PECHUGA EN SALSA DE HONGO
8	PLATO DE BOCA MIXTA
9	ORDEN DE PESCADO DE EJOTE
10	COCTEL DE CAMARON EN SALSA ROSADA
11	COCTEL DE CAMARON TRADICIONAL
12	ORDEN DE PAPAS FRANCESAS
13	PANES CON GALLINA
14	PUPUSA REVUELTA
15	QUESO CON LOROCO
16	QUESO CON CHICHARRON
17	QUESO CON AYOTE
18	QUESO CON MORA
19	QUESO CON AJO
20	QUESO

Ilustración 29. Ventas proyectadas por unidades

No.	Producto	Unidades Vendidas Mensual
1	SOPA DE GALLINA INDIA	64
2	LOMO AL GRILL	106
3	COSTILLA AL ESTILO DEL CHEF	35
4	CAMARONES AL AJILLO	72
5	PESCADO DEL LAGO	35
6	TILAPIA RELLENA	35
7	FILETE DE PECHUGA EN SALSA DE HONGO	420
8	PLATO DE BOCA MIXTA	70
9	ORDEN DE PESCADO DE EJOTE	80
10	COCTEL DE CAMARON EN SALSA ROSADA	60
11	COCTEL DE CAMARON TRADICIONAL	120
12	ORDEN DE PAPAS FRANCESAS	50
13	PANES CON GALLINA	96
14	PUPUSA REVUELTA	144
15	QUESO CON LOROCO	144
16	QUESO CON CHICHARRON	144
17	QUESO CON AYOTE	144
18	QUESO CON MORA	144
19	QUESO CON AJO	144
20	QUESO	144

Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Ilustración 30. Precio de venta unitario

No.	Producto	Precio al Publico
1	SOPA DE GALLINA INDIA	$ 7.00
2	LOMO AL GRILL	$ 7.00
3	COSTILLA AL ESTILO DEL CHEF	$ 7.00
4	CAMARONES AL AJILLO	$ 8.00
5	PESCADO DEL LAGO	$ 7.00
6	TILAPIA RELLENA	$ 8.50
7	FILETE DE PECHUGA EN SALSA DE HONGO	$ 5.50
8	PLATO DE BOCA MIXTA	$ 5.00
9	ORDEN DE PESCADO DE EJOTE	$ 4.00
10	COCTEL DE CAMARON EN SALSA ROSADA	$ 4.00
11	COCTEL DE CAMARON TRADICIONAL	$ 3.00
12	ORDEN DE PAPAS FRANCESAS	$ 3.00
13	PANES CON GALLINA	$ 3.50
14	PUPUSA REVUELTA	$ 0.75
15	QUESO CON LOROCO	$ 1.00
16	QUESO CON CHICHARRON	$ 1.00
17	QUESO CON AYOTE	$ 1.00
18	QUESO CON MORA	$ 1.00
19	QUESO CON AJO	$ 1.00
20	QUESO	$ 1.00

Ilustración 31. Costos fijos totales del restaurante

Gastos de Administración	$	430.00
Gastos de Venta	$	2,596.00
Otros Gastos		
Total Gastos	$	3,026.00

Fuente: Elaboración propia equipo consultor

El procedimiento que se utilizó para calcular el punto de equilibrio del restaurante es el siguiente:

Paso 1: Calcular la participación de las ventas de cada producto

Se divide Unidades Vendidas mensual entre el total de las unidades vendidas de todos los productos (ver Ilustración 32).

Ilustración 32. Participación de las ventas de cada producto

No.	Producto	Unidades Vendidas Mensual	% venta por producto
1	SOPA DE GALLINA INDIA	64	1.2%
2	LOMO AL GRILL	106	2.0%
3	COSTILLA AL ESTILO DEL CHEF	35	0.7%
4	CAMARONES AL AJILLO	72	1.4%
5	PESCADO DEL LAGO	35	0.7%
6	TILAPIA RELLENA	35	0.7%
7	FILETE DE PECHUGA EN SALSA DE HONGO	420	8.0%
8	PLATO DE BOCA MIXTA	70	1.3%
9	ORDEN DE PESCADO DE EJOTE	80	1.5%
10	COCTEL DE CAMARON EN SALSA ROSADA	60	1.1%
11	COCTEL DE CAMARON TRADICIONAL	120	2.3%
12	ORDEN DE PAPAS FRANCESAS	50	1.0%
13	PANES CON GALLINA	96	1.8%
14	PUPUSA REVUELTA	144	2.8%
15	QUESO CON LOROCO	144	2.8%
16	QUESO CON CHICHARRON	144	2.8%
17	QUESO CON AYOTE	144	2.8%
18	QUESO CON MORA	144	2.8%
19	QUESO CON AJO	144	2.8%
20	QUESO	144	2.8%

Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Paso 2: Calcular el Margen de Contribución Unitario (MCU) de cada producto

La fórmula a utilizar es la siguiente:

MUC (Margen Unitario de Contribución) = Precio Unitario de Venta-Costo Variable Unitario (ver Ilustración 33)

Para el ejemplo del producto Sopa de Gallina India

Sopa de Gallina India = $ 7.00 – $ 3.59

Sopa de Gallina India= $ 3.41 Margen de Contribución Unitario

Ilustración 33. Cálculo de margen unitario

No.	Producto	Precio al Publico	Costo Variable unitario	Margen de Contribucion unitario
1	SOPA DE GALLINA INDIA	$ 7.00	$ 3.59	$ 3.41
2	LOMO AL GRILL	$ 7.00	$ 3.96	$ 3.04
3	COSTILLA AL ESTILO DEL CHEF	$ 7.00	$ 4.04	$ 2.96
4	CAMARONES AL AJILLO	$ 8.00	$ 4.39	$ 3.61
5	PESCADO DEL LAGO	$ 7.00	$ 2.44	$ 4.56
6	TILAPIA RELLENA	$ 8.50	$ 3.25	$ 5.25
7	FILETE DE PECHUGA EN SALSA DE HONGO	$ 5.50	$ 2.48	$ 3.02
8	PLATO DE BOCA MIXTA	$ 5.00	$ 2.42	$ 2.58
9	ORDEN DE PESCADO DE EJOTE	$ 4.00	$ 2.15	$ 1.85
10	COCTEL DE CAMARON EN SALSA ROSADA	$ 4.00	$ 2.16	$ 1.84
11	COCTEL DE CAMARON TRADICIONAL	$ 3.00	$ 1.88	$ 1.12
12	ORDEN DE PAPAS FRANCESAS	$ 3.00	$ 1.92	$ 1.08
13	PANES CON GALLINA	$ 3.50	$ 2.03	$ 1.47
14	PUPUSA REVUELTA	$ 0.75	$ 0.38	$ 0.37
15	QUESO CON LOROCO	$ 1.00	$ 0.43	$ 0.57
16	QUESO CON CHICHARRON	$ 1.00	$ 0.43	$ 0.57
17	QUESO CON AYOTE	$ 1.00	$ 0.41	$ 0.59
18	QUESO CON MORA	$ 1.00	$ 0.35	$ 0.65
19	QUESO CON AJO	$ 1.00	$ 0.35	$ 0.65
20	QUESO	$ 1.00	$ 0.33	$ 0.67

Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Paso 3: Calcular el Margen de Contribución Ponderado (MCP) de cada producto

Para calcularlo multiplicamos el Porcentaje de participación del producto por el Margen de Contribución Unitario (ver Ilustración 34)

Formula:$MCP = PPV * MCU$

Para la Sopa de Gallina India:

Sopa de Gallina India=1.2% x $ 3.41

Sopa de Gallina India= 0.04 Margen de Contribución Ponderado

Ilustración 34. Margen de contribución ponderado

No.	Producto	% venta por producto	Margen de Contribucion unitario	Marcen de contribucion ponderado untario
1	SOPA DE GALLINA INDIA	1.2%	$ 3.41	0.04
2	LOMO AL GRILL	2.0%	$ 3.04	0.06
3	COSTILLA AL ESTILO DEL CHEF	0.7%	$ 2.96	0.02
4	CAMARONES AL AJILLO	1.4%	$ 3.61	0.05
5	PESCADO DEL LAGO	0.7%	$ 4.56	0.03
6	TILAPIA RELLENA	0.7%	$ 5.25	0.04
7	FILETE DE PECHUGA EN SALSA DE HONGO	8.0%	$ 3.02	0.24
8	PLATO DE BOCA MIXTA	1.3%	$ 2.58	0.03
9	ORDEN DE PESCADO DE EJOTE	1.5%	$ 1.85	0.03
10	COCTEL DE CAMARON EN SALSA ROSADA	1.1%	$ 1.84	0.02
11	COCTEL DE CAMARON TRADICIONAL	2.3%	$ 1.12	0.03
12	ORDEN DE PAPAS FRANCESAS	1.0%	$ 1.08	0.01
13	PANES CON GALLINA	1.8%	$ 1.47	0.03
14	PUPUSA REVUELTA	2.8%	$ 0.37	0.01
15	QUESO CON LOROCO	2.8%	$ 0.57	0.02
16	QUESO CON CHICHARRON	2.8%	$ 0.57	0.02
17	QUESO CON AYOTE	2.8%	$ 0.59	0.02
18	QUESO CON MORA	2.8%	$ 0.65	0.02
19	QUESO CON AJO	2.8%	$ 0.65	0.02
20	QUESO	2.8%	$ 0.67	0.02

Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Una vez que se han calculado los MCP de cada uno de los productos se realiza la suma de estos resultados y se obtiene como Margen de Contribución Ponderado Total 1.18 ver cálculos al final. Este resultado se utilizará para calcular el punto de equilibrio.

Paso 4: Calcular el Punto de Equilibrio (PE) en Unidades Totales

Para calcular el punto de equilibrio en unidades totales utilizaremos la fórmula: $PE = \frac{Costos\ fijos\ totales}{Margen\ de\ contribución\ ponderada\ total}$

PE= $ 3,026.00/1.18

PE= 2,560 Unidades Totales

Paso 5: Calcular el Punto de equilibrio en unidades de cada producto

El Punto de equilibrio en unidades de cada producto se calcula distribuyendo el total de unidades calculadas en el paso anterior (2,560) entre cada uno de los productos. Para ello se utilizan los % de participación de cada producto (ver Ilustración 35). Por lo tanto:

PE=Punto de Equilibrio en unidades total x Porcentaje de participación de cada producto

Para el producto No. 1 seria así:

Sopa de Gallina India = 2,560 x 1.2%

Sopa de Gallina India = 31 Unidades

Ilustración 35. Punto de equilibrio en unidades

No.	Producto	% venta por producto	Punto de Equilibrio total en unidades	Punto de Equilibrio Unidades por cada Producto
1	SOPA DE GALLINA INDIA	1.2%	2560	31
2	LOMO AL GRILL	2.0%		52
3	COSTILLA AL ESTILO DEL CHEF	0.7%		17
4	CAMARONES AL AJILLO	1.4%		35
5	PESCADO DEL LAGO	0.7%		17
6	TILAPIA RELLENA	0.7%		17
7	FILETE DE PECHUGA EN SALSA DE HONGO	8.0%		205
8	PLATO DE BOCA MIXTA	1.3%		34
9	ORDEN DE PESCADO DE EJOTE	1.5%		39
10	COCTEL DE CAMARON EN SALSA ROSADA	1.1%		29
11	COCTEL DE CAMARON TRADICIONAL	2.3%		59
12	ORDEN DE PAPAS FRANCESAS	1.0%		24
13	PANES CON GALLINA	1.8%		47
14	PUPUSA REVUELTA	2.8%		70
15	QUESO CON LOROCO	2.8%		70
16	QUESO CON CHICHARRON	2.8%		70
17	QUESO CON AYOTE	2.8%		70
18	QUESO CON MORA	2.8%		70
19	QUESO CON AJO	2.8%		70
20	QUESO	2.8%		70

Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Paso 6: Calcular el Punto de Equilibrio en unidades monetarias de cada producto y Total.

PE=Punto Equilibrio Unitario x Precio unitario del producto

Para el ejemplo de la sopa de gallina india tenemos:

Sopa de Gallina India = 31 x $ 7.00

Sopa de Gallina India = $ 219.12 Dólares

Como equipo de egresado de la maestría de finanzas, estamos dejándole al empresario un análisis de punto de equilibrio para la toma de decisiones correspondiente, y se pueda tener sus propias conclusiones en cuanto a los productos, como se muestra en los siguientes cálculos:

Ilustración 36. Análisis punto de equilibrio (Parte 1)

RESTAURANTE BRISAS DEL LAGO
PUNTO DE EQUILIBRIO

		Ventas Mensuales										
No.	Producto	Precio al Público	Unidades Vendidas Mensual	Total Ventas	Costo Variable unitario	% venta por producto	Margen de Contribución unitario	Margen de contribución ponderado untario	Costos Fijos Totales	Punto de Equilibrio total en unidades	Punto de Equilibrio Unidades por cada Producto	Punto de Equilibrio Dólares por cada Producto
1	SOPA DE GALLINA INDIA	$ 7.00	64	$ 448.00	$ 3.59	1.2%	$ 3.41	0.04			31	$ 219.12
2	LOMO AL GRILL	$ 7.00	106	$ 742.00	$ 3.96	2.0%	$ 3.04	0.06			52	$ 362.92
3	COSTILLA AL ESTILO DEL CHEF	$ 7.00	35	$ 245.00	$ 4.04	0.7%	$ 2.96	0.02			17	$ 119.83
4	CAMARONES AL AJILLO	$ 8.00	72	$ 576.00	$ 4.39	1.4%	$ 3.61	0.05			35	$ 281.73
5	PESCADO DEL LAGO	$ 7.00	35	$ 245.00	$ 2.44	0.7%	$ 4.56	0.03			17	$ 119.83
6	TILAPIA RELLENA	$ 8.50	35	$ 297.50	$ 3.25	0.7%	$ 5.25	0.04			17	$ 145.51
7	FILETE DE PECHUGA EN SALSA DE HONG	$ 5.50	420	$ 2,310.00	$ 2.48	8.0%	$ 3.02	0.24			205	$ 1,129.85
8	PLATO DE BOCA MIXTA	$ 5.00	70	$ 350.00	$ 2.42	1.3%	$ 2.58	0.03			34	$ 171.19
9	ORDEN DE PESCADO DE EJOTE	$ 4.00	80	$ 320.00	$ 2.15	1.5%	$ 1.85	0.03			39	$ 156.52
10	COCTEL DE CAMARON EN SALSA ROSADA	$ 4.00	60	$ 240.00	$ 2.16	1.1%	$ 1.84	0.02			29	$ 117.39
11	COCTEL DE CAMARON TRADICIONAL	$ 3.00	120	$ 360.00	$ 1.88	2.3%	$ 1.12	0.03			59	$ 176.08
12	ORDEN DE PAPAS FRANCESAS	$ 3.00	50	$ 150.00	$ 1.92	1.0%	$ 1.08	0.01			24	$ 73.37
13	PANES CON GALLINA	$ 3.50	96	$ 336.00	$ 2.03	1.8%	$ 1.47	0.03			47	$ 164.34
14	PUPUSA REVUELTA	$ 0.75	144	$ 108.00	$ 0.38	2.8%	$ 0.37	0.01			70	$ 52.82
15	QUESO CON LOROCO	$ 1.00	144	$ 144.00	$ 0.43	2.8%	$ 0.57	0.02			70	$ 70.43
16	QUESO CON CHICHARRON	$ 1.00	144	$ 144.00	$ 0.43	2.8%	$ 0.57	0.02			70	$ 70.43
17	QUESO CON AYOTE	$ 1.00	144	$ 144.00	$ 0.41	2.8%	$ 0.59	0.02			70	$ 70.43
18	QUESO CON MORA	$ 1.00	144	$ 144.00	$ 0.35	2.8%	$ 0.65	0.02	$ 3,026.00	2560	70	$ 70.43
19	QUESO CON AJO	$ 1.00	144	$ 144.00	$ 0.35	2.8%	$ 0.65	0.02			70	$ 70.43
20	QUESO	$ 1.00	144	$ 144.00	$ 0.33	2.8%	$ 0.67	0.02			70	$ 70.43
21	CHICHARRON	$ 1.00	144	$ 144.00	$ 0.36	2.8%	$ 0.64	0.02			70	$ 70.43
22	FRIJOL CON QUESO	$ 0.75	144	$ 108.00	$ 0.25	2.8%	$ 0.50	0.01			70	$ 52.82
23	CHOCOLATE	$ 1.00	150	$ 150.00	$ 0.15	2.9%	$ 0.85	0.02			73	$ 73.37
24	CAFÉ	$ 1.00	300	$ 300.00	$ 0.08	5.7%	$ 0.92	0.05			147	$ 146.73
25	TE DE LIMON	$ 1.00	18	$ 18.00	$ 0.11	0.3%	$ 0.89	0.00			9	$ 8.80
26	SMOTHIE DE FRESA	$ 2.00	15	$ 30.00	$ 1.27	0.3%	$ 0.73	0.00			7	$ 14.67
27	SMOTHIE DE MANZANA	$ 2.00	15	$ 30.00	$ 1.14	0.3%	$ 0.86	0.00			7	$ 14.67
28	SMOTHIE DE PIÑA	$ 2.00	10	$ 20.00	$ 1.20	0.2%	$ 0.80	0.00			5	$ 9.78
29	FROZEN DE FRESA	$ 3.00	20	$ 60.00	$ 1.07	0.4%	$ 1.93	0.01			10	$ 29.35
30	FROZEN DE PIÑA	$ 3.00	20	$ 60.00	$ 1.00	0.4%	$ 2.00	0.01			10	$ 29.35
31	FROZEN MANZANA	$ 3.00	25	$ 75.00	$ 0.94	0.5%	$ 2.06	0.01			12	$ 36.68
32	LICUADO DE FRESA	$ 2.00	33	$ 66.00	$ 0.85	0.6%	$ 1.15	0.01			16	$ 32.28
33	LICUADO DE PIÑA	$ 2.00	33	$ 66.00	$ 0.78	0.6%	$ 1.22	0.01			16	$ 32.28
34	LICUADO DE GUINEO	$ 2.00	34	$ 68.00	$ 0.57	0.6%	$ 1.43	0.01			17	$ 33.26
35	REFRESCO DE ARRAYAN	$ 1.00	100	$ 100.00	$ 0.20	1.9%	$ 0.80	0.02			49	$ 48.91

Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Ilustración 37. Análisis punto de equilibrio (Parte 2)

RESTAURANTE BRISAS DEL LAGO
PUNTO DE EQUILIBRIO

		Ventas Mensuales										
No.	Producto	Precio al Público	Unidades Vendidas Mensual	Total Ventas	Costo Variable unitario	% venta por producto	Margen de Contribución unitario	Margen de contribución ponderado untario	Costos Fijos Totales	Punto de Equilibrio total en unidades	Punto de Equilibrio Unidades por cada Producto	Punto de Equilibrio Dólares por cada Producto
36	REFRESCO DE JOCOTE	$ 1.00	100	$ 100.00	$ 0.20	1.9%	$ 0.80	0.02			49	$ 48.91
37	SMIRNOFF	$ 2.50	48	$ 120.00	$ 1.21	0.9%	$ 1.29	0.01			23	$ 58.69
38	CERVEZA CORONA	$ 2.50	50	$ 125.00	$ 1.21	1.0%	$ 1.29	0.01			24	$ 61.14
39	CERVEZA SUPREMA	$ 1.75	100	$ 175.00	$ 0.78	1.9%	$ 0.97	0.02			49	$ 85.59
40	CERVEZA GOLDEN	$ 1.25	190	$ 237.50	$ 0.68	3.6%	$ 0.57	0.02			93	$ 116.16
41	CERVEZA PILSENER	$ 1.25	385	$ 481.25	$ 0.68	7.4%	$ 0.57	0.04			188	$ 235.38
42	AGUA	$ 1.00	30	$ 30.00	$ 0.29	0.6%	$ 0.71	0.00			15	$ 14.67
43	JUGOS ENLATADOS	$ 1.00	25	$ 25.00	$ 0.35	0.5%	$ 0.65	0.00			12	$ 12.23
44	GASEOSAS	$ 1.00	805	$ 805.00	$ 0.34	15.4%	$ 0.66	0.10			394	$ 393.73
45	CAFE CON LECHE	$ 1.50	5	$ 7.50	$ 0.27	0.1%	$ 1.23	0.00			2	$ 3.67
46	CALDO	$ 3.50	2	$ 7.00	$ 0.77	0.0%	$ 2.73	0.00			1	$ 3.42
47	CEVICHITO	$ 2.00	3	$ 6.00	$ 1.00	0.1%	$ 1.00	0.00			1	$ 2.93
48	CHOCOLATE CON LECHE	$ 1.50	1	$ 1.50	$ 0.33	0.0%	$ 1.17	0.00			0	$ 0.73
49	COCO	$ 1.50	49	$ 73.50	$ 0.75	0.9%	$ 0.75	0.01			24	$ 35.95
50	LICUADO DE GALLETA OREO	$ 2.00	4	$ 8.00	$ 0.56	0.1%	$ 1.44	0.00	$ 3,026.00	2560	2	$ 3.91
51	LICUADO DE ZANAHORIA	$ 2.00	3	$ 6.00	$ 0.67	0.1%	$ 1.33	0.00			1	$ 2.93
52	LICUADO DE ZAPOTE	$ 2.00	9	$ 18.00	$ 0.52	0.2%	$ 1.48	0.00			4	$ 8.80
53	LIMONADA	$ 1.25	24	$ 30.00	$ 0.28	0.5%	$ 0.97	0.00			12	$ 14.67
54	LIMONADA CON SODA	$ 2.00	4	$ 8.00	$ 0.63	0.1%	$ 1.37	0.00			2	$ 3.91
55	MICHELADA TRADICIONAL CORONA	$ 4.50	1	$ 4.50	$ 2.76	0.0%	$ 1.74	0.00			0	$ 2.20
56	ORDEN DE AGUACATE	$ 1.00	5	$ 5.00	$ 0.40	0.1%	$ 0.60	0.00			2	$ 2.45
57	ORDEN DE CAMARON	$ 5.00	1	$ 5.00	$ 1.75	0.0%	$ 3.25	0.00			0	$ 2.45
58	ORDEN DE QUESO FRESCO	$ 1.00	12	$ 12.00	$ 0.25	0.2%	$ 0.75	0.00			6	$ 5.87
59	ORDEN DE TORTILLA FRITA	$ 0.50	20	$ 10.00	$ 0.25	0.4%	$ 0.25	0.00			10	$ 4.89
60	QUESADILLA	$ 1.00	6	$ 6.00	$ 0.50	0.1%	$ 0.50	0.00			3	$ 2.93
61	TE DE MANZANILLA	$ 1.00	4	$ 4.00	$ 0.11	0.1%	$ 0.89	0.00			2	$ 1.96
62	TE HELADO LIPTON	$ 1.50	10	$ 15.00	$ 0.65	0.2%	$ 0.85	0.00			5	$ 7.34
63	TILAPIA ASADA	$ 7.00	6	$ 42.00	$ 3.75	0.1%	$ 3.25	0.00			3	$ 20.54
64	TORTILLA EXTRA	$ 0.25	20	$ 5.00	$ 0.10	0.4%	$ 0.15	0.00			10	$ 2.45
	SUMAS	**$ 161.25**	**5234**	**$ 11,259.25**		**100.0%**		**1.18**	**$ 3,026.00**	**2560**	**2560**	**$ 5,507.02**

Costos Fijos Mensuales	$ 3,026.00
Punto de Equilibrio Total en Unidades	2560
Punto de Equilibrio en Dolares	$ 5,507.02

Fuente: Elaboración propia equipo consul

2.3.5.3 Socialización acción clave de éxito.

Evidencia: Capacitación a empresario sobre herramienta financiera, desarrollada en Restaurante Brisas del Lago

Ilustración 38. Explicación sobre uso de credenciales



De izquierda a derecha: Carlos Roberto Fernández y Juan Antonio García, fotografía tomada por René Ernesto García.

Ilustración 39. Equipo consultor con representantes de restaurante.



De izquierda a derecha: Juan Antonio García, Carlos Roberto Fernández. De espalda: Beatriz García y Sonia García, fotografía tomada por René Ernesto García.

2.3.6 Acción clave 6: Mercadeo y Ventas – Segmentación, Mercado Meta y Posicionamiento

Diseño e implementación de nuevo logo

Esta acción clave de éxito fue desarrollada a través del trabajo y colaboración conjunta del equipo consultor, el empresario y el personal de la empresa, participaron en reuniones donde se trataron aspectos relevantes para el desarrollo de la acción clave.

Para el desarrollo de esta acción clave se trabajó sobre la base del logo existente del restaurante.

A continuación, se presenta el diseño de logo antes y el actualizado.

Ilustración 40. Logo antes y después



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

En la acción clave realizada se diseñó un logo actualizado con su respectivo manual de uso de marca, en el cual se detalla el uso correcto e incorrecto, a partir

de esta actualización de logo para el restaurante se iniciaron las siguientes acciones clave de éxito complementarias, ver **Anexo 8**.

2.3.6.1 Socialización acción clave de éxito.

A continuación, se presentan algunas evidencias del proceso de consultoría realizado a Restaurante Brisas del Lago, para el desarrollo de la acción clave en las áreas de Mercadeo y ventas – Segmentación, Mercado Meta y Posicionamiento, realizada en conjunto con el empresario y equipo consultor.

Evidencia: Capacitación a empresario para presentación de la renovación del logo, desarrollada en sala de reuniones de Universidad Centroamericana José Simeón Cañas (UCA).

Ilustración 41. Equipo consultor y encargado de restaurante



De izquierda a derecha de espalda: Manuel de Jesús Fernández, Carlos Roberto Fernández, Elsa Meris Erroa, Juan Antonio García, René Ernesto García.

2.3.7 Acción clave 7: Mercadeo y Ventas – Relación con Clientes

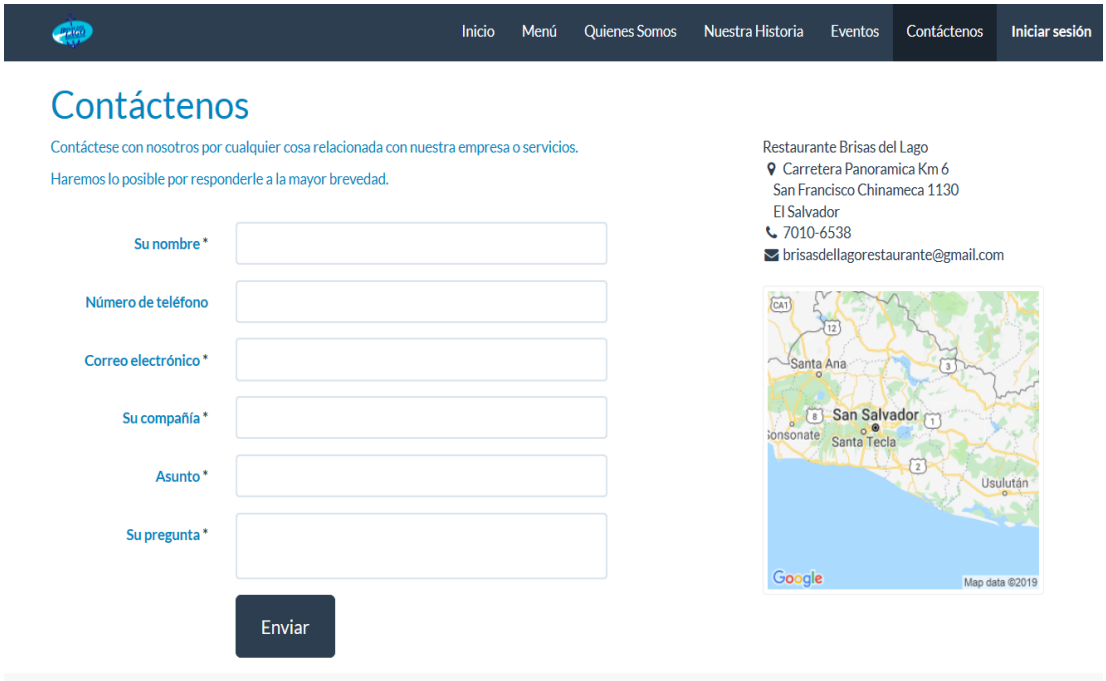
Configuración e implementación de CRM enlazado al nuevo sitio Web

Esta acción clave de éxito fue desarrollada a través del trabajo y colaboración conjunta del equipo consultor, el empresario y el personal de la empresa, participaron en reuniones donde se trataron aspectos relevantes para el desarrollo de la acción clave.

El CRM enlazado al sitio web consta de dos partes las cuales detallamos a continuación:

a) Configuración del CRM en el Sitio Web desde la ficha contáctenos.

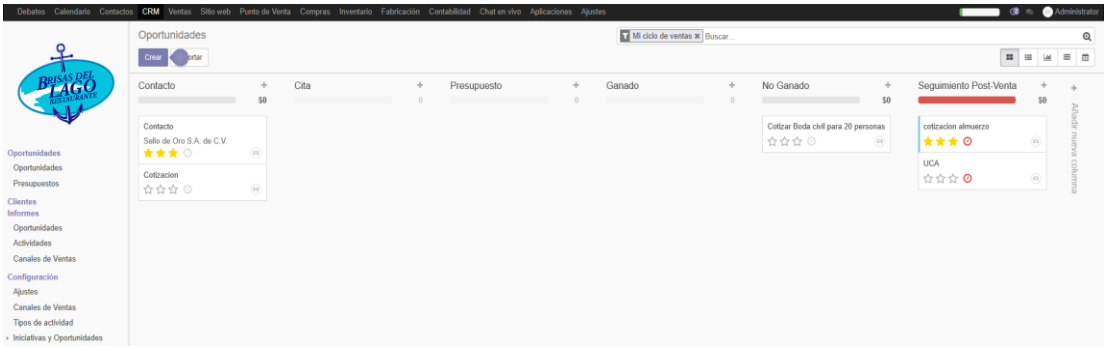
Ilustración 42. Sitio Web ficha contáctenos enlazado al CRM.



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

b) Uso del CRM con el flujo de oportunidades

Ilustración 43. Flujo de oportunidades CRM.



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

En esta acción clave de éxito se relaciona el sitio web con el CRM para una mejor interacción y control con los clientes a través del flujo de oportunidades: Contacto, Cita, Presupuesto, Ganado, No Ganado y el seguimiento postventa, ver **Anexos 6 y 10.**

2.3.7.1 Socialización acción clave de éxito.

A continuación, se presentan algunas evidencias del proceso de consultoría realizado a Restaurante Brisas del Lago, para el desarrollo de la acción clave en las áreas de Mercadeo y ventas – Relación con clientes, realizada en conjunto con el empresario y equipo consultor.

Evidencia: Capacitación a empresario para presentación de la herramienta CRM, desarrollada en sala de reuniones de Universidad Centroamericana José Simeón Cañas (UCA).

Ilustración 44. Capacitación sobre CRM a usuarios de restaurante.



De izquierda a derecha de espalda: Manuel de Jesús Fernández. Sentados: Briseida Vigil, Juan Antonio García, fotografía tomada por René Ernesto García.

2.3.8 Acción clave 8: Mercadeo y Ventas – Producto

Diseño e implementación de plan de marketing.

Esta acción clave de éxito fue desarrollada a través del trabajo y colaboración conjunta del equipo consultor, el empresario y el personal de la empresa, participaron en reuniones donde se trataron aspectos relevantes para el desarrollo de la acción clave.

El contenido del Plan de Marketing que permitió mejorar el reconocimiento de la marca en el mercado, para el Restaurante Brisas del Lago, ver Ilustración 45.

Ilustración 45. Diagrama Marketing Mix.



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

La estrategia de plan de marketing que se implementó fue Marketing mix, el cual permitirá mejorar el reconocimiento de marca del Restaurante Brisas del Lago, generando acciones que busquen retener y fidelizar a los clientes mediante la satisfacción de sus necesidades, ver **Anexo 7**.

2.3.8.1 Socialización de acción clave de éxito

A continuación, se presentan algunas evidencias del proceso de consultoría realizado a Restaurante Brisas del Lago, para el desarrollo de la acción clave en el área de Mercadeo y ventas – Segmentación, Mercado Meta y Posicionamiento, realizada en conjunto con el empresario y equipo consultor.

Ilustración 46. Capacitación plan de marketing.



De izquierda a derecha sentados: Briseida Vigil, Juan Antonio García, Saúl Martínez, Elsa Meris Erroa, Carlos Roberto Fernández, fotografía tomada por René Ernesto García.

2.4 Fundamentación teórica de la acción claves de éxito.

El marco teórico presentado a continuación, hace referencia a terminología que se ha utilizado, en el desarrollo de las acciones claves de éxito que se han implementado para Restaurante Brisas del Lago.

El ERP (Planificación de Recursos Empresariales) en la nube, consiste en la instalación del ERP, lo cual fortalece las áreas deficientes mencionadas en el análisis de la entidad con intervención directa del empresario y el equipo consultor para maximizar la operatividad del Restaurante Brisas del Lago.

- **ERP:** (Enterprise Resource Planning – Planificación de Recursos Empresariales) es un conjunto de sistemas de información que permite la integración de ciertas operaciones de una empresa, especialmente las que tienen que ver con la producción, la logística, el inventario, los envíos y la contabilidad (Martin Andino, 2006).
- **Odoo ERP**: es una solución completa y totalmente integrada para las operaciones de cualquier empresa. Permite llevar toda la gestión de operaciones, control financiero, productivo y de recursos humanos de principio a fin. Además, esta solución open source (Código abierto) permite integrar en la misma instalación la función de ventas,

comunicación, marketing y web. Siendo una de los pocos desarrollos libres completo de principio a fin (Digital Research, 2018).

- **CRM:** De acuerdo con Greenberg (2004), “CRM es una Filosofía y una estrategia de negocios, apoyada por un sistema y una tecnología, la cual es diseñada para mejorar las interacciones humanas en un ambiente de negocios” (Puente & Cervilla, 2007).

Con el plan de marketing, el Restaurante Brisas del Lago fortalecerá las áreas de oportunidad de mercadeo para un mayor reconocimiento de su marca generando mayores beneficios y crecimiento de ventas con la intervención directa del empresario y el equipo consultor.

Marketing

Existen diferentes autores que definen el Marketing, siendo Phillip Kotler el más reconocido y aceptado en la actualidad, por su importante aporte a esta materia.

En términos generales, Kotler & Armstrong (2008, pág. 5), señala que “el marketing es un proceso social y administrativo mediante el cual los individuos y las organizaciones obtienen lo que necesitan y desean creando e intercambiando valor con otros. En un contexto de negocios más estrecho, el marketing incluye

el establecimiento de relaciones redituables, de intercambio de valor agregado, con los clientes".

- **Marketing**: Función organizacional y un conjunto de procesos dirigidos a crear, comunicar y entregar valor a los clientes y para administrar las relaciones con los clientes de manera que beneficie a la organización y sus grupos de interés" (Ferrel & Hartline, 2018)
- **Plan de Marketing:** La aplicación de una estrategia de marketing adecuada, acorde a las necesidades de la empresa, genera beneficios, por lo tanto, contar con un plan de marketing es esencial.
- **Análisis de amenazas y oportunidades:** Evalúa las principales amenazas y oportunidades que el producto enfrentaría, y ayuda a la gerencia a anticipar situaciones positivas o negativas importantes que podrían afectar a la empresa y sus estrategias.
- **Marketing Mix:** De acuerdo al artículo publicado en (Tiempo de Negocios, 2018) "la mezcla de marketing es el conjunto de herramientas tácticas que la empresa combina para obtener la respuesta que desea en el mercado meta. La mezcla de marketing consiste en todo lo que la empresa es capaz de hacer para influir en la demanda de su producto". Las múltiples posibilidades se clasifican en: Producto, servicios, segmentación de mercado, política de servicio, precios y promoción.

Marketing digital

Las estrategias de marketing se han transformado de manera significativa durante los últimos años, desde la era análoga a la digital, influenciado significativamente por los avances tecnológicos y el cambio en el patrón del consumo.

Los mercados cuentan con una gran variedad de plataformas digitales que le facilitan la comunicación con los clientes, además, brindan la posibilidad de interactuar mediante la integración de las comunicaciones publicitarias y las distintas estrategias de marketing.

Según (Figuera La Riva, 2012) “en la actualidad promover los distintos métodos publicitarios se ha convertido en un factor fundamental para el desarrollo de una marca llevando a cabo diversas estrategias de comunicación y marketing, planificación de medios, procesos creativos e innovadores, entre otros. El éxito no depende solamente de uno de estos métodos, si no de la eficacia y eficiencia del trabajo en conjunto siendo el anunciante, el director de todo el equipo”.

En este sentido, el marketing digital se convierte en una herramienta importante con la que las empresas pueden obtener grandes beneficios, ya que aumenta la eficiencia y eficacia de las mismas, además, ofrece una mayor flexibilidad al momento de realizar ajustes a sus ofertas y servicios.

La tecnología digital también generó una nueva ola de herramientas para comunicación, publicidad y establecimiento de relaciones, desde publicidad en línea, herramientas para compartir video y teléfonos celulares, hasta aplicaciones

en Internet y redes sociales en línea como: Facebook Busines, Twitter, Linkedin, Google+, Slide Share, Instagram, etc.

Con los registros contables se fortalecerá el área financiera de la operación generando mayores beneficios económicos, esta intervención se realizó con el empresario y el equipo consultor.

Registros contables

Restaurante Brisas del Lago no cuenta con información financiera, sin embargo, hemos identificado en su operación que a partir de la implementación de las acciones clave de éxito podrá generar información financiera de uso interno, algunos aspectos relevantes que podemos tomar en consideración son los siguientes:

- **Ventas:** Es la cantidad de productos vendidos multiplicados por su precio unitario para el público, Brisas del Lago ofrece una variedad de platillos y bebidas frías/calientes.

  Según NIIF para Pyme los ingresos incluyen tanto los ingresos de actividades ordinarias como a las ganancias (International Financial Reporting Standard for Small and Medium-sized Entities (IFRS for SME), 2016).

- **Costos:** Es el valor de adquisición de los bienes disponibles para la venta mas todos aquellos gastos en que se incurran para su venta, como

ejemplo para el restaurante todos los ingredientes que se utilizan para la preparación de un platillo (Durón García, 2012).

Según NIIF para Pyme La definición de gastos incluye tanto las perdidas como los gastos que surgen en las actividades ordinarias de la entidad.

- **Gastos:** surgen de la actividad ordinaria incluyen, por ejemplo, el costo de las ventas, los salarios y la depreciación. Usualmente toman la forma de una salida o disminución del valor de los activos, tales como efectivo y equivalentes al efectivo. Inventarios o propiedades, planta y equipo.
- **Pérdidas** son otras partidas que cumplen con la definición de gastos y que pueden surgir en el curso de las actividades ordinarias de la entidad. Si las pérdidas se reconocen en el estado de resultado integral, habitualmente se presenta por separado, puesto que el conocimiento de las mismas es útil para la toma de decisiones.
- **Gastos de Venta:** Incluye todos los costos necesarios para dar a conocer el producto o servicio y llevar las ordenes al cliente. Tales costos incluyen ítems como: publicidad, fletes, combustible, comisiones, salarios entre otros.
- **Gastos de administración:** Incluye todos los costos de la organización que lógicamente no pueden ser incluidos en la producción o el mercadeo, como salarios de ejecutivos, contabilidad, asistentes administrativos, relaciones públicas y demás costos asociados con la administración general de la organización como un todo. Sin embargo, Restaurante

Brisas del Lago cuenta con un administrador, este salario se considera como un gasto de administración.

Resumiendo, toda la información de los conceptos anteriores de ventas hasta gastos de administración podemos obtener un estado de resultado de uso interno, para la toma de decisiones:

Ilustración 47. Elementos del estado de resultado del restaurante.

Ventas
(-) Costo de Ventas
= Utilidad Bruta
Gastos Operativos
(-) Gastos de Venta
(-) Gastos de Administración
= Utilidad del Ejercicio

Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Así mismo partiendo de una utilidad del ejercicio el Restaurante cuenta con otras transacciones que pueden identificarse como activos para generar información financiera los cuales según NIIF para Pymes son:

- **Activos:** Los beneficios económicos futuros de un activo son su potencial para contribuir directa o indirectamente, a los flujos de efectivo y de equivalentes al efectivo de la entidad. Esos flujos de efectivo pueden proceder de la utilización del activo o de su disposición.

Algunas cuentas de activo que se han identificado en el restaurante son:

- **Efectivo:** los montos cobrados por las ventas de platillos y bebidas.
- **Inventarios:** los bienes disponibles para la venta los cuales forman parte del activo del empresario, y que estos tienen un valor económico cuantificable. Ingredientes, bebidas, carnes entre otros.
- **Bienes muebles:** Mobiliario propiedad del restaurante como mesas, equipo de sonido, cámaras refrigerantes etc.
- **Bienes Inmuebles:** las instalaciones donde opera el restaurante.

Así mismo partiendo de una utilidad del ejercicio el Restaurante cuenta con otras transacciones que pueden identificarse como pasivos para generar información financiera los cuales según NIIF para Pymes son:

- **Pasivos:** Una característica esencial de un pasivo es que la entidad tiene una obligación presente de actuar de una forma determinada. La obligación puede ser obligación legal o una obligación implícita. Una obligación legal es exigible legalmente como consecuencia de la ejecución de un contrato vinculante o de una norma legal.

  En Restaurante Brisas del Lago se identificaron las siguientes cuentas de pasivo:

- **Propinas por pagar:** son una cuenta por pagar a los trabajadores del restaurante y que se cobra en cada cuenta. Es equivalente al 10% sobre los productos vendidos.
- **Préstamos Bancarios:** Adquirido por el administrador para la adquisición del inmueble donde opera el restaurante.

Así mismo partiendo de una utilidad del ejercicio el Restaurante cuenta con otras transacciones que pueden identificarse como patrimonio para generar información financiera los cuales según NIIF para Pymes son:

- **Patrimonio**: El patrimonio es el residuo de los activos reconocidos menos los pasivos reconocidos. Se puede subclasificar en el estado de situación financiera.
- **Utilidad del Ejercicio/Periodo:** Es el resultado obtenido en el estado de resultado forma parte del patrimonio por lo que esta cuenta ha sido identificada en este rubro:

  Entonces identificando las transacciones podemos obtener un estado de situación financiera de uso interno, tal como lo mostraremos:

Ilustración 48. Elementos del Estado de situación financiera del restaurante.

ACTIVO	PASIVO
Activos Corrientes Efectivo Inventarios **Activos no Corrientes** Bienes Muebles Bienes Inmuebles (-) Depreciación	**Pasivos Corriente** Propinas por pagar **Pasivos no Corrientes** Préstamo por Pagar **PATRIMONIO** Resultado del Ejercicio
TOTAL ACTIVO	**TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO**

Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Análisis de Costos

La contabilidad de costos desempeña un papel destacado en los informes financieros, pues los costos del producto o del servicio tienen una importancia significativa en la determinación del ingreso y en la posición financiera de toda organización. La asignación de los costos es relevante en la preparación de los estados financieros. En general, la contabilidad de costos se relaciona con la estimación de los costos, los métodos de asignación y la determinación del costo de bienes y servicios (Ortíz González, 2015).

Según Chiavenato (2007) un análisis de costos es de gran interés para la empresa porque nos permite mejorar la creciente necesidad de competitividad y es fundamental para la toma de decisiones. Si definimos por separado la gestión y los costos tenemos:

- **Gestión:** Es coordinar todos los recursos disponibles para conseguir determinados objetivos, implica amplias y fuertes interacciones fundamentalmente entre el entorno, las estructuras, el proceso y los productos que se deseen obtener.
- **Costos:** Son los gastos incurridos en la producción, administración y venta de los productos o servicios.

Por lo tanto, la gestión de costos conlleva tener manejo adecuado del costo de los proyectos de la empresa, para los cuales hay que programar los recursos disponibles y evaluar la rentabilidad de los mismos; estimando su costo, preparando el presupuesto y controlando las variaciones en los desembolsos del mismo.

Según Chiavenato (2007) las ventajas de realizar un cálculo de costos son:

- ✓ Sirve de base para calcular el precio adecuado de los productos y servicios.
- ✓ Conocer qué bienes o servicios producen utilidades o pérdidas, y en que magnitud.

- ✓ Se utiliza para controlar los costos reales en comparación con los costos predeterminados: (comparación entre el costo presupuestado con el costo realmente generado, post-cálculo).
- ✓ Permite comparar los costos entre diferentes departamentos de la empresa, diferentes empresas, y diferentes períodos.
- ✓ Determina la parte de la empresa en la que más urgentemente se debe realizar medidas de racionalización.
- ✓ Controla el impacto de las medidas de racionalización realizadas.
- ✓ Diseñar nuevos productos y servicios que satisfagan las expectativas de los clientes y, al mismo tiempo, puedan ser producidos y entregados con un beneficio.
- ✓ Guiar las decisiones de inversión.
- ✓ Elegir entre proveedores alternativos.
- ✓ Negociar con los clientes el precio, las características del producto, la calidad, las condiciones de entrega y el servicio a satisfacer.
- ✓ Estructurar unos procesos eficientes y eficaces de distribución y servicios para los segmentos objetivos de mercado y de clientes.
- ✓ Utilizar como instrumento de planificación y control.

Como equipo realizamos un análisis acerca del comportamiento de los costos del Restaurante, con el objeto de complementar las herramientas que hemos proporcionado, para ellos hemos calculado el punto de equilibrio para la

mezcla de productos que ofrece el restaurante a sus clientes, para el cual detallamos los conceptos más importantes.

- **Costos Directos:** Una amplia variedad de materiales pueden ser escenarios para elaborar un producto o prestar un servicio. Aquellos materiales forman parte integral del producto o servicio y que pueden identificarse de manera adecuada en el mismo, por ejemplo, los ingredientes que se utilizan en el restaurante para preparar el platillo Lomo al Grill: aceite, carne, condimentos, ensalada, entre otros; estos costos son directos para la preparación del platillo por lo tanto se consideran costos directos.
- **Mano de obra directa:** Son aquellos costos laborales que pueden ser físicamente asignados a la producción de bienes y servicios y pueden ser seguidos sin costos o dificultades adicionales. En Restaurante Brisas del Lago, el salario de Cocinera(o) es una mano de obra directa sobre el producto.
- **Punto de Equilibrio:** Es la cantidad de producción vendida en la que el total de ingresos es igual al total de costos; es decir, la utilidad operativa es cero. A los gerentes les interesa el punto de equilibrio porque desean evitar pérdidas operativas. El punto de equilibrio les indica cuanta producción deben vender para evitar una pérdida.

Los costos de trabajo humano que no pueden rastrearse físicamente en la fabricación o preparación del producto, o que de hacerlo traerían costos adicionales o inconvenientes prácticos, son denominados mano de obra indirecta y tratados como parte de los costos indirectos de producción (Cuevas, 2010).

2.5 Plan de implantación de la acción clave de éxito.

De acuerdo a la acción clave de éxito seleccionada se determinó un plan de acción, el cual sirvió de guía para la implementación de la solución propuesta al Restaurante Brisas del Lago con el fin de asignar actividades, responsabilidades y fechas.

Tabla 9. Cronograma de actividades

Nombre de la tarea	Fecha de inicio	Fecha de finalización	Duración en días	Ejecutores-recursos
Acción clave de éxito 1				
a) Producción y operaciones: Manejo de Inventarios Implementación ERP ODOO				
Condición No. 1 Implementación de módulo de compras	25/3/2019	3/7/2019	100	Equipo Consultor
Condición No. 2 Implementación de módulo de fabricación	25/3/2019	3/7/2019	100	Equipo Consultor
Condición No. 3 Implementación de módulo de ventas	25/3/2019	3/7/2019	100	Equipo Consultor
Condición No. 4 Implementación de módulo de Punto de venta	25/3/2019	3/7/2019	100	Equipo Consultor
Condición No. 5 Capacitación	10/6/2019	10/6/2019	1	Equipo Consultor - Gerencia del restaurante
b) Finanzas: Registros contables en ERP ODOO				
Condición No. 1 Implementación de módulo de contabilidad	25/3/2019	3/7/2019	100	Equipo Consultor
c) Finanzas: Análisis de costos en ERP ODOO				
Condición No. 1 Implementación de módulo de fabricación	25/3/2019	3/7/2019	100	Equipo Consultor
Condición No. 2 Implementación de módulo de inventarios	25/3/2019	3/7/2019	100	Equipo Consultor
c) Finanzas: Administración Financiera en ERP ODOO				
Condición No. 1 Implementación de reportes en módulo de contabilidad	25/3/2019	3/7/2019	100	Equipo Consultor

Nombre de la tarea	Fecha de inicio	Fecha de finalización	Duración en días	Ejecutores-recursos
Acción clave de éxito 2 **a) Innovación tecnológica - Estrategia tecnológica: Implementación de un sistema ERP Odoo**				
Condición No. 1 Servidor Amazon	25/3/2019	3/7/2019	100	Equipo Consultor
Condición No. 2 Creación de sitio web en Odoo	25/3/2019	3/7/2019	100	Equipo Consultor
Condición No. 3 Solicitud de nombre de dominio en Godaddy	25/3/2019	3/7/2019	100	Equipo Consultor
Condición No. 4 Creación de Facebook ADS (publicidad al negocio en redes sociales)	25/3/2019	3/7/2019	100	Equipo Consultor
Condición No. 5 Capacitación	10/6/2019	10/6/2019	1	Equipo Consultor - Gerencia del restaurante
Acción clave de éxito 3 **a) Innovación tecnológica - Estrategia tecnológica: Implementación de un sistema ERP Odoo y hardware**				
Condición No. 1 Instalación de Internet	25/3/2019	3/7/2019	100	Equipo Consultor
Condición No. 2 Instalación y configuración de 1 PC	25/3/2019	3/7/2019	100	Equipo Consultor
Condición No. 3 Configuración de 1 impresor de ticket	25/3/2019	3/7/2019	100	Equipo Consultor
Condición No. 4 Instalación y configuración de software Odoo	25/3/2019	3/7/2019	100	Equipo Consultor
Condición No. 5 Capacitación	10/6/2019	10/6/2019	100	Equipo Consultor - Gerencia del restaurante
Acción clave de éxito 4 **a) Producción y operaciones - Manejo de inventarios: Herramienta de Excel para manejo de inventarios**				
Condición No. 1 Matriz de conversión platillos – ingredientes	25/3/2019	3/7/2019	100	Equipo Consultor Equipo Consultor
Condición No. 2 Manejo de inventarios	25/3/2019	3/7/2019	100	Equipo Consultor
Condición No. 3 Kardex por cada producto	25/3/2019	3/7/2019	100	Equipo Consultor -
Condición No. 4 Capacitación	9/7/2019	9/7/2019	1	Gerencia del restaurante

Nombre de la tarea	Fecha de inicio	Fecha de finalización	Duración en días	Ejecutores-recursos
Acción clave de éxito 5				
a) Finanzas - Análisis de costos: Herramienta de Excel para información financiera				
Condición No. 1 Análisis de costos por platillo	25/3/2019	3/7/2019	100	Equipo Consultor
Condición No. 2 Análisis de punto de equilibrio	25/3/2019	3/7/2019	100	Equipo Consultor
b) Finanzas - Registros Contables Administración Financiera: Herramienta de Excel para información financiera				
Condición No. 1 Detalles de ventas	25/3/2019	3/7/2019	100	Equipo Consultor
Condición No. 2 Detalles de costos	25/3/2019	3/7/2019	100	Equipo Consultor
Condición No. 3 Detalles de gastos	25/3/2019	3/7/2019	100	Equipo Consultor
Condición No. 4 Distribución de gastos de venta y gastos de administración	25/3/2019	3/7/2019	100	Equipo Consultor
Condición No. 5 Planilla de salarios	25/3/2019	3/7/2019	100	Equipo Consultor
Condición No. 6 Estado de situación financiera	25/3/2019	3/7/2019	100	Equipo Consultor
Condición No. 7 Estado de resultados	25/3/2019	3/7/2019	100	Equipo Consultor
Condición No. 8 Proyección del estado de resultado para el siguiente año	25/3/2019	3/7/2019	100	Equipo Consultor
Condición No. 9 Capacitación	9/7/2019	9/7/2019	1	Equipo Consultor - Gerencia del restaurante
Acción clave de éxito 6				
a) Mercadeo y Ventas: Segmentación, mercado meta y posicionamiento: Diseño e implementación de nuevo logo				
Condición No. 1 Diseño de nuevo logo	25/3/2019	3/7/2019	100	Equipo Consultor
Condición No. 2 Implementación de nuevo logo	25/3/2019	3/7/2019	100	Equipo Consultor
Condición No. 3 Capacitación	15/6/2019	15/6/2019	1	Equipo Consultor

Nombre de la tarea	Fecha de inicio	Fecha de finalización	Duración en días	Ejecutores-recursos
Acción clave de éxito 7 **a) Mercadeo y Ventas - Relación con clientes: Configuración e implementación de CRM enlazado al sitio web: www.restaurantebrisasdellago.com**				
Condición No. 1 Configuración de CRM enlazado al sitio web	25/3/2019	3/7/2019	100	Equipo Consultor
Condición No. 2 Implementación de CRM enlazado al sitio web	25/3/2019	3/7/2019	100	Equipo Consultor
Condición No. 3 Capacitación	9/7/2019	9/7/2019	1	Equipo Consultor - Gerencia del restaurante
Acción clave de éxito 8 **a) Mercadeo y Ventas - Producto: Diseño e implementación de plan de marketing**	25/3/2019	3/7/2019	100	Equipo Consultor
Condición No. 1 Definición de producto	25/3/2019	3/7/2019	100	Equipo Consultor
Condición No. 2 Características de servicio	25/3/2019	3/7/2019	100	Equipo Consultor
Condición No. 3 Segmentación de mercado	25/3/2019	3/7/2019	100	Equipo Consultor
Condición No. 4 Políticas de productos	25/3/2019	3/7/2019	100	Equipo Consultor
Condición No. 5 Precios	25/3/2019	3/7/2019	100	Equipo Consultor
Condición No. 6 Promoción	25/3/2019	3/7/2019	100	Equipo Consultor
Condición No. 7 Capacitación	15/6/2019	15/6/2019	1	Equipo Consultor

Fuente: Elaboración propia equipo consultor

III. Parte: Resultados implementación acción clave de éxito.

A continuación, se resumen los principales resultados obtenidos de la intervención realizada por el equipo consultor en el periodo comprendido entre el 13 de febrero de 2019 al 19 de julio de 2019.

Tabla 10. Resumen de beneficios económicos

Resumen de beneficios económicos	Costo de Implementación
Instalación y configuración de Odoo Enterprise	US$ 4,020.52
Diseño y creación de sitio web	$ 339.00
Diseño e implementación de campaña de Facebook Business anuncios	$ 180.80
Configuración de computadora e impresor térmico para punto de venta e insumos	$ 480.25
Herramientas de Excel: Manejo de Inventarios y Administración Financiera.	$ 1,695.00
Diseño y creación de Logo	$ 254.25
Instalación y configuración de CRM	$ 2,090.50
Plan de Marketing	$ 508.50
Plan de capacitaciones y otros gastos incurridos	$ 1,485.95
TOTAL DE BENEFICIOS ECONÓMICOS	**US$ 11,054.77**

Fuente: Elaboración propia equipo consultor

En las siguientes tablas podemos observar las carencias que tenía Restaurante brisas del lago y que luego del proceso de consultoría por parte del equipo consultor, hemos brindado las herramientas necesarias para superar esas carencias, tal como se detallan a continuación.

<u>Acción clave de éxito No. 1:</u> Implementación de los módulos de compras, fabricación, ventas y punto de ventas en ERP Odoo, para generar información relacionada con el manejo de los inventarios.

Área: Producción y operaciones

Sub área: Manejo de Inventarios

<table>
<tr><th>Antes de la intervención</th><th>Después de la intervención</th><th>Evidencias</th></tr>
<tr><td>No se emite ningún reporte de manejo de materia prima desde las bodegas.</td><td rowspan="3">Manejo de inventarios a través del ERP Odoo con los módulos automatizados:

- Módulo de compras
- Módulo de Fabricación
- Módulo de Ventas
- Módulo de punto de ventas</td><td rowspan="3">Ejecución Anexo 1, 2 y 3

Implementación de ERP Odoo para el manejo de los inventarios,

Véase sección 2.3.1

Descripción de la acción clave.

Véase sección 2.2

Beneficios a solventar.

Véase, beneficios obtenidos en la implementación de la acción clave en Tablas: 11, 12 y 13

Véase, además, Tabla 10 de Resumen de beneficios económicos.

Véase, Ilustración 70 Diagrama de Ejecución Acción.</td></tr>
<tr><td>No se han establecido controles para el manejo de materiales.</td></tr>
<tr><td>Las exigencias de materia prima y productos se registran manualmente en un cuaderno.</td></tr>
</table>

Acción clave de éxito No. 1 continuación:

Área: Finanzas

Sub área: Registros Contables-Análisis de Costos-Administración financiera

Antes de la intervención	Después de la intervención	Evidencias
Registros contables - No existe un departamento de contabilidad/finanzas - No se cuenta con registros para la administración tributaria IVA - No se tienen proyecciones de ingresos y gastos **Análisis de costos** - No se cuenta con un Sistema de registros y control de costos - No se cuenta con informes de costos - No existe planificación de análisis de costos **Administración financiera** - No poseen presupuestos financieros - No existe una política de inversión que permita decidir sobre que inversiones realizar - No existen indicadores ni análisis financiero	Manejo de inventarios a través del ERP Odoo con los módulos automatizados: - Contabilidad - Fabricación e inventarios - Reportes en módulo de contabilidad	**Ejecución Anexo 1** Implementación de ERP Odoo para el manejo de la información financiera. **Véase sección 2.3.1** Descripción de la acción clave. **Véase sección 2.2** Beneficios a solventar. Beneficios obtenidos en la implementación de la acción clave en Tablas: 11, 12 y 13 Véase, además, Tabla 10 de Resumen de beneficios económicos. Véase, Ilustración 70 Diagrama de Ejecución Acción.

<u>Acción clave de éxito No. 2:</u> Implementación de sistema ERP Odoo en servidor en la nube de Amazon Web Services, que incluye la creación de sitio Web para el restaurante con su propio dominio y el lanzamiento de campaña publicitaria a través de Facebook Business.

Área: Innovación tecnológica

Sub área: Estrategia Tecnológica

<table>
<tr><th>Antes de la intervención</th><th>Después de la intervención</th><th>Evidencias</th></tr>
<tr><td>No incorpora actividades de búsqueda de nuevas tecnologías para su negocio</td><td rowspan="3">Implementación del ERP Odoo para un mejor control de la gestión tecnológica del negocio que incluye:

- Servidor Amazon
- Creación de sitio web en Odoo
- Solicitud de nombre de dominio en GoDaddy
- Creación de Facebook ADS (Publicidad al negocio en redes sociales)
- Capacitación</td><td rowspan="3">Ver Anexo 1
Implementación de servidor Amazon
Ver Anexo 6
Creación de sitio web
Ver Anexo 9
Manual de Facebook Business con campañas publicitarias
Ver sección 2.3.2
Descripción de la Acción clave
Véase sección 2.2
Beneficios a solventar.
Véase, beneficios obtenidos en la implementación de la acción clave en Tablas: 11, 12 y 13</td></tr>
<tr><td>No se tiene un presupuesto de inversiones para la compra de tecnología</td></tr>
<tr><td>No cuenta con Desarrollo de nuevos productos e introducción de nuevas tecnologías, que le den valor agregado a su negocio.</td></tr>
</table>

Antes de la intervención	Después de la intervención	Evidencias
		Véase, además, Tabla 10 de Resumen de beneficios económicos. Véase, Ilustración 70 Diagrama de Ejecución Acción.

A continuación, se muestran los beneficios económicos de la acción clave de éxito 1 y 2, en las siguientes tablas

Tabla 11. Beneficios Económicos Instalación y configuración de Odoo Enterprise

Descripción	Costo de Implementación
Instalación y configuración de Odoo Enterprise:	
1. Análisis de la situación actual del restaurante.	US$ 600.00
2. Contrato de servidor virtual AWS con renovación anual.	$ 0.99
3. Contrato de dominio para sitio Web por 1 año con Godaddy.	$ 0.99
4. Compra de licencia Odoo Enterprise por 1 año.	$ 1,128.00
5. Instalación de Odoo Enterprise en servidor virtual.	$ 550.00
6. Configuración y parametrización de los módulos de Inventario, constructor web, compras, fabricación, facturación, e-commerce, punto de venta y contabilidad	$ 1,278.00
SUBTOTAL IMPLEMENTACIÓN	**$ 3,557.98**
IVA (13%)	**$ 462.54**
TOTAL	**US$ 4,020.52**

Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Tabla 12. Beneficios económicos de diseño y creación sitio web

Descripción	Costo de Implementación
Diseño y creación de sitio web:	
1. Análisis	US$ 100.00
2. Diseño y creación	$ 125.00
3. Implementación	$ 75.00
SUBTOTAL IMPLEMENTACION	$ 300.00
IVA (13%)	$ 39.00
TOTAL	**US$ 339.00**

Fuente: Elaboración propia equipo consultor

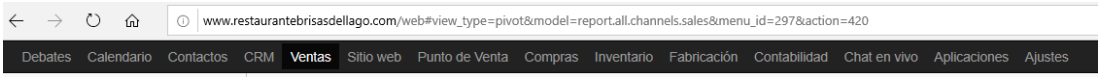
Tabla 13. Beneficios económicos de campaña de Facebook Business

Descripción	Costo de Implementación
Diseño e implementación de campaña de Facebook Business anuncios:	
1. Diseño y Configuración de Facebook Bussines.	US$ 120.00
2. Campaña reconocimiento de marca.	$ 10.00
3. Anuncio con tráfico a WhatsApp.	$ 10.00
4. Anuncios tráfico a CRM del sitio web.	$ 10.00
5. Anuncios con enlace a sitio web menú.	$ 10.00
SUBTOTAL IMPLEMENTACIÓN	$ 160.00
IVA (13%)	$ 20.80
TOTAL	**US$ 180.80**

Fuente: Elaboración propia equipo consultor

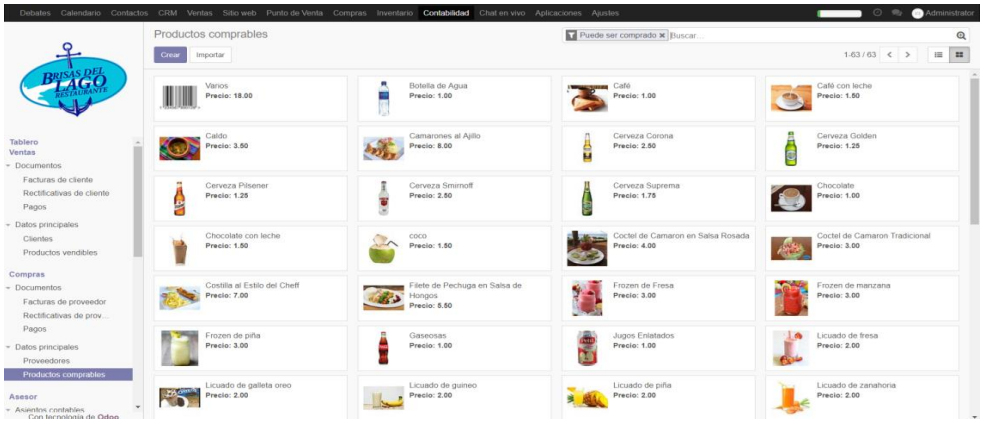
Como parte de la evidencia de la accion clave, mostramos en la ilustracion 49, los Módulos instalados y la creacion de algunos productos**.**

Ilustración 49. Módulos instalados Brisas del Lago



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

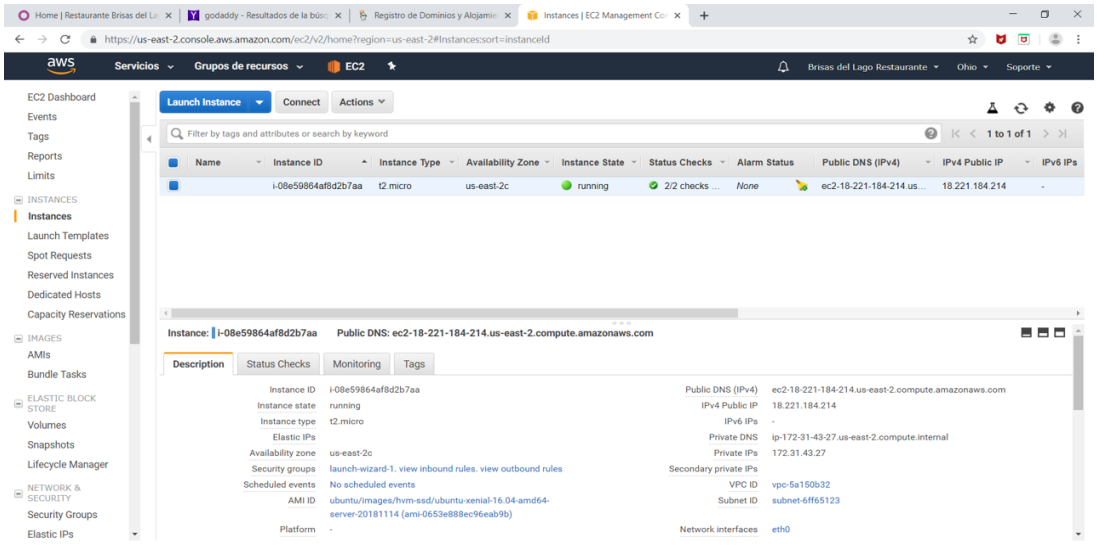
Ilustración 50. Productos creados.



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

En la siguiente imagen mostramos la evidencia de la configuracion del servidor Amazon Web Services que se adquirio y configuro para el restaurante.

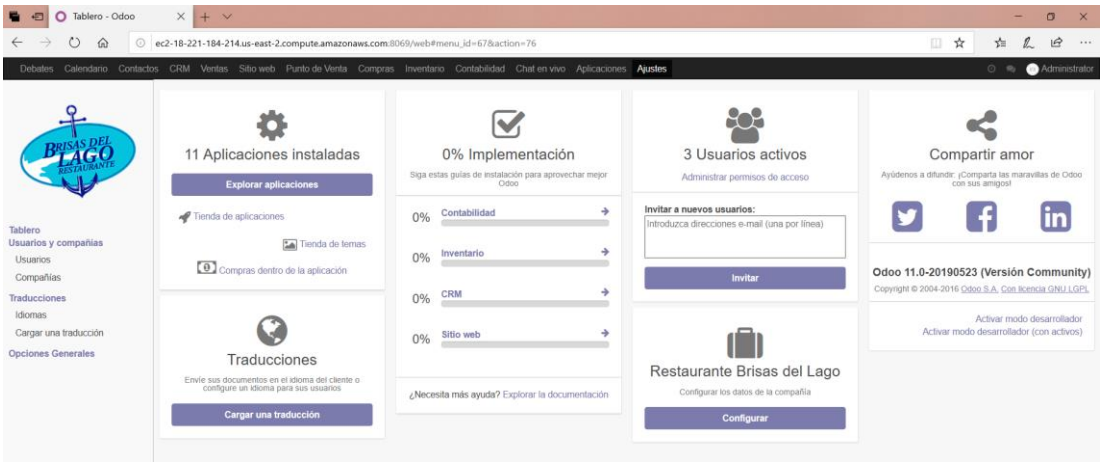
Ilustración 51. Configuración Amazon Web Services



Fuente: https://us-2.console.aws.amazon.com

Tablero de la configuración del ERP Odoo para Restaurante Brisas del lago.

Ilustración 52. Tablero de configuración ERP Odoo



Fuente: www.restaurantebrisasdellago.com

Acción clave de éxito 3: Configuración e instalación (Windows y Office) en equipos a utilizar para la implementación del sistema ERP Odoo, adicional se realizó la configuración de impresor de ticket desde el punto de ventas.

Área: Innovación Tecnológica

Sub área: Tecnologías de Información

<table>
<tr><th>Antes de la intervención</th><th>Después de la intervención</th><th>Evidencias</th></tr>
<tr><td>No se tiene equipo computacional: Software y Hardware</td><td rowspan="3">Implementación de software ERP Odoo y Hardware para un mejor control de la gestión tecnológica del negocio que incluye:

- Instalación de internet (Mínimo 5mb)
- Una PC de escritorio (Instalación y configuración)
- Impresor de Ticket
- Instalación y configuración del software Odoo para gestión del negocio
- Capacitación</td><td rowspan="3">Ver Anexo 1
Configuración de equipo computador e impresora de ticket.
Ver sección 2.3.3
Descripción de la acción clave.
Véase sección 2.2
Beneficios a solventar.
Véase, beneficios obtenidos en la implementación de la acción clave en Tabla: 14
Véase, además, Tabla 10 de Resumen de beneficios económicos.
Véase, Ilustración 70 Diagrama de Ejecución Acción.</td></tr>
<tr><td>No se tiene personal calificado para el manejo de software</td></tr>
<tr><td>No se ha realizado ninguna inversión de equipamiento y software, además no se ha formado al personal en sistemas de información</td></tr>
</table>

Tabla 14. Beneficios económicos de configuración de software y hardware

Descripción	Costo de Implementación
Instalación y configuración computadora empresario, impresor térmico e insumos.	
1. Instalación de Windows 10	US$ 35.00
2. Instalación de Office 2019	$ 35.00
3. Configuración de impresor en Odoo y PC.	$ 50.00
4. Instalación y configuración de punto de venta ERP Odoo	$ 150.00
5. Impresor Thermal Modelo 3nStar	$ 135.00
6. Rollos de papel térmico para impresor de punto de venta.	$ 20.00
SUBTOTAL IMPLEMENTACIÓN	**$ 425.00**
IVA (13%)	**$ 55.25**
TOTAL	**US$ 480.25**

Fuente: Elaboración propia equipo consultor

En la siguiente imagen mostramos la Instalación y configuración de computadora empresario con Windows 10 y Office 2019, con el módulo de punto de venta funcionando y configuración de impresora de ticket.

Ilustración 53. Laptop del empresario configurado con impresor de ticket



Fuente: Fotografía tomada por el equipo consultor

Acción clave de éxito 4: Creación y configuración de matriz sistematizada de Excel para controlar la conversión de platillos e ingredientes y para mejorar el manejo de los inventarios con sus respectivos Kardex por producto.

Área: Producción y operaciones

Sub área: Manejo de Inventarios

Herramienta de Excel para manejo de inventario.

<table>
<tr><th>Antes de la intervención</th><th>Después de la intervención</th><th>Evidencias</th></tr>
<tr><td>No se tiene por escrito la cantidad estandarizada de los ingredientes para cada platillo</td><td rowspan="3">Diseño, formulación e implementación de una herramienta en Excel automatizada, que incluye:

- Matriz de conversión platillos-ingredientes
- Manejo de inventarios
- Kardex por cada producto</td><td rowspan="3">Ver Anexo 4
Manual de Herramientas de Excel para manejo de inventarios.

Ver sección 2.3.4
Descripción de la acción clave.

Véase sección 2.2
Beneficios a solventar.

Véase, beneficios obtenidos en la implementación de la acción clave en Tablas: 15

Véase, además, Tabla 10 de Resumen de beneficios económicos.

Véase, Ilustración 70 Diagrama de Ejecución Acción.</td></tr>
<tr><td>No se tiene control de inventario</td></tr>
<tr><td>No se lleva un Kardex</td></tr>
</table>

Acción clave de éxito 5: Creación de matriz financiera para la toma de decisiones, donde se tendrá información de la situación real, mensual y se podrá tener la determinación de los gastos de operación.

Área: Finanzas

Sub áreas: Registros Contables, Análisis de costos, Administración financiera.

Herramienta de Excel para información financiera.

<table>
<tr><th>Antes de la intervención</th><th>Después de la intervención</th><th>Evidencias</th></tr>
<tr><td>No se tiene detalle de costos por platillos</td><td rowspan="3">Diseño, formulación e implementación de una herramienta en Excel automatizada para el manejo de información financiera, que incluye:

- Análisis de costos por platillos
- Análisis de punto de equilibrio por mezcla de ventas
- Detalle de ventas
- Detalle y distribución de gastos
- Planilla de salarios
- Estados de situación financiera
- Estados de resultados
- Proyección para el siguiente año</td><td rowspan="3">Ver Anexo 5
Manual de herramienta de Excel para información financiera.

Ver sección 2.3.5
Descripción de la acción clave.

Véase sección 2.2
Beneficios a solventar.

Véase, beneficios obtenidos en la implementación de la acción clave en Tabla: 15

Véase, además, Tabla 10 de Resumen de beneficios económicos.

Véase, Ilustración 70 Diagrama de Ejecución Acción.</td></tr>
<tr><td>No se cuenta con análisis de punto de equilibrio</td></tr>
<tr><td>No se cuenta con Informes de ventas, costos, gastos, planillas, estado de resultados y estado de situación financiera</td></tr>
</table>

A continuación, se muestran los beneficios económicos de la acción clave de éxito 4 y 5, en las siguientes tablas

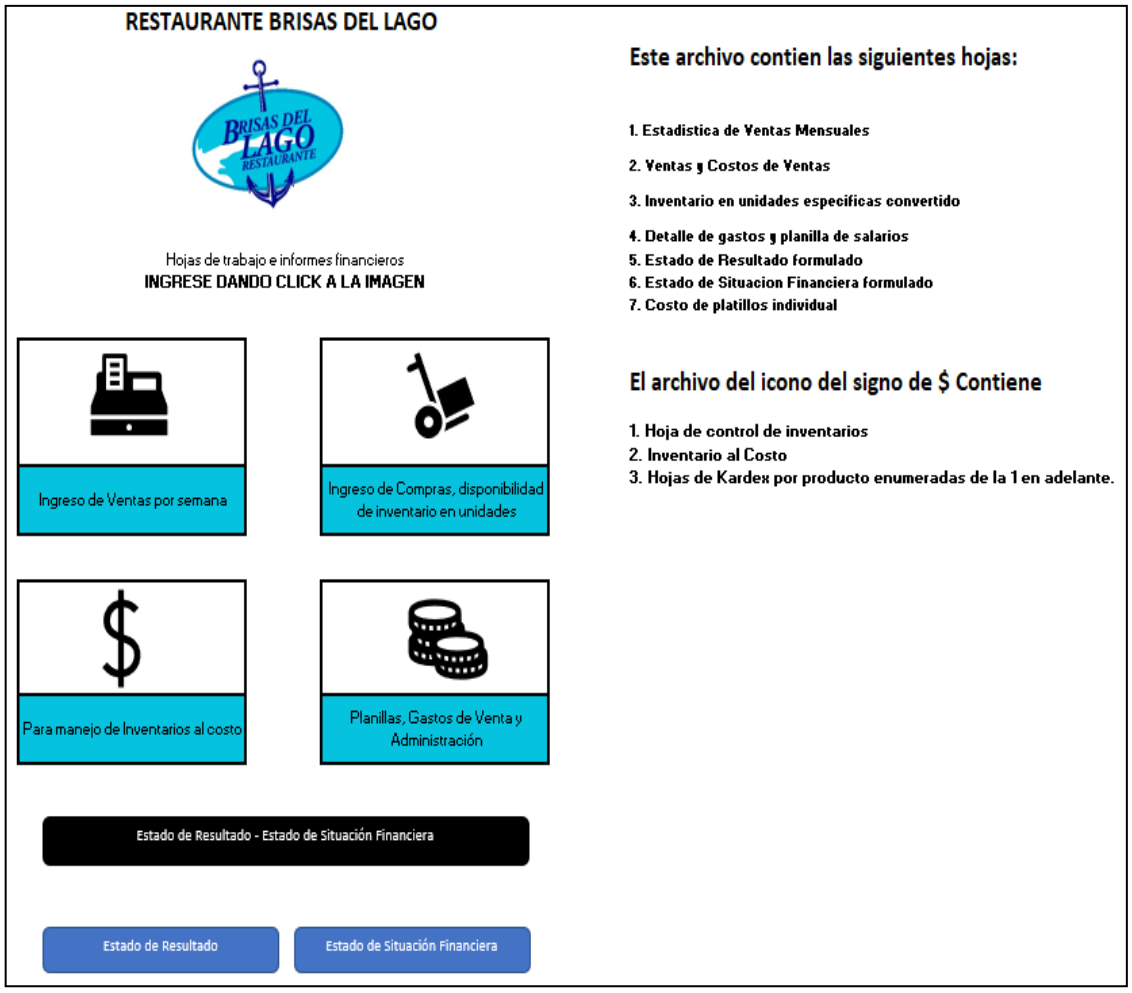
Tabla 15. Beneficios económicos de herramientas de Excel

Descripción	Costo de Implementación
Herramientas de Excel: Manejo de Inventarios y Administración Financiera	
1. Diagnóstico del Restaurante	US$ 100.00
2. Levantamiento de costos	$ 310.00
3. Determinación de costos	$ 50.00
4. Análisis de costos	$ 125.00
5. Levantamiento de información financiera	$ 75.00
6. Análisis de la información financiera proporcionada	$ 120.00
7. Diseño de la herramienta	$ 350.00
8. Formulación de la herramienta	$ 150.00
9. Integración de las herramientas	$ 50.00
10. Implementación de la herramienta: Manejo de inventarios, información financiera.	US$ 170.00
SUBTOTAL IMPLEMENTACIÓN	$ 1,500.00
IVA (13%)	$ 195.00
TOTAL	**US$ 1,695.00**

Fuente: Elaboración propia equipo consultor

En la ilustración 54 podemos observar el diseño de la herramienta de Excel para manejo de inventarios realizada al restaurante y sus contenidos:

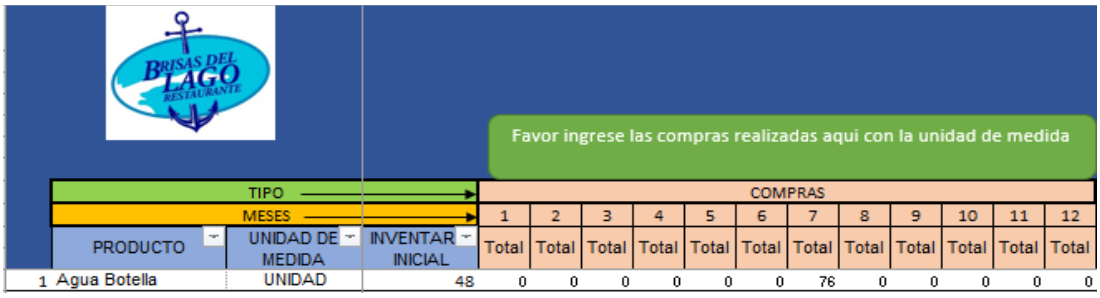
Ilustración 54. Menú de Herramientas Financieras



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

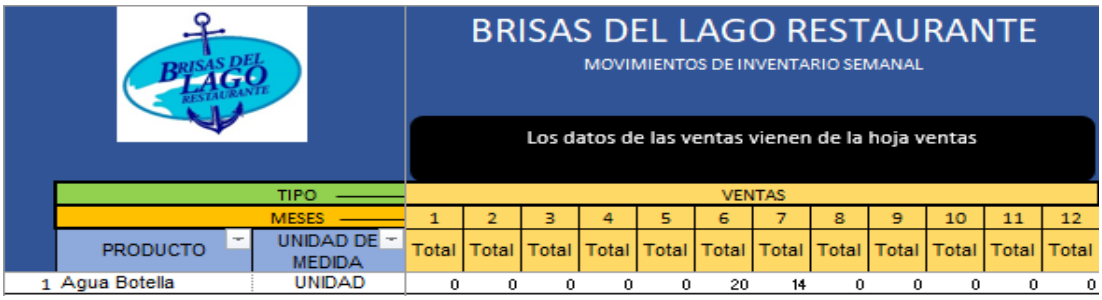
Matriz de conversión de productos donde podemos también ingresar unidades de compras, ventas y obtener el inventario disponible (Ver ilustraciones 55, 56 y 57).

Ilustración 55. Matriz de conversión de productos



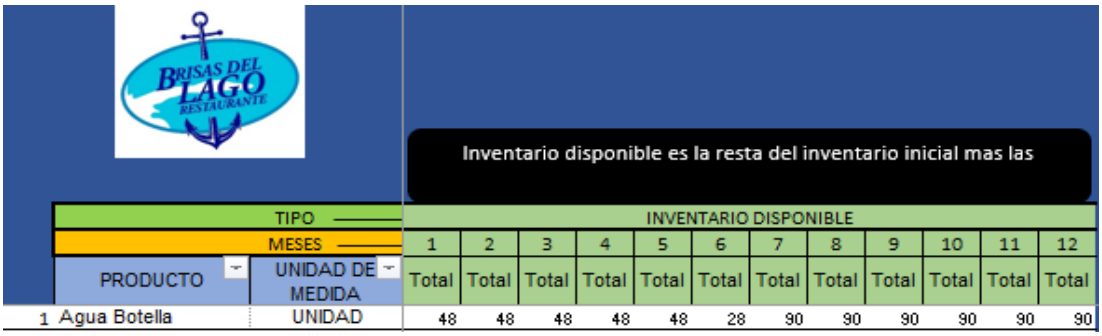
Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Ilustración 56. Ingresos por semana



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Ilustración 57. Inventario disponible automatizado



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Como parte de la implementación de la Herramienta financiera de Excel automatizada se muestran evidencias de algunas bondades que brinda: Planilla

de salario, distribución de gastos, estado de resultado mensual, estados de situación financiera (Ver Ilustraciones 58 a la 61).

ilustración 58. Planilla de salarios

RESTAURANTE BRISAS DEL LAGO
PLANILLA DE SALARIOS MENSUAL

Nombre	Cargo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Juan Antonio Garcia Martinez	Administrador	$ 150.00	$ 300.00					
Sonia del Carmen Garcia Martinez	Cocinera	$ 150.00	$ 300.00					
Ana Beatriz Garcia Martinez	Cocinera	$ 150.00	$ 300.00					
Saul Alexander Martinez	Jefe de Meseros	$ 150.00	$ 300.00					
Briseida Beatriz Vigil Garcia	Mesera	$ 150.00	$ 300.00					
Juan Enrique Hernández	Mesero	$ 150.00	$ 300.00					
Oscar Alberto Beltran	Auxiliar de Cocina	$ 150.00	$ 300.00					
Fatima Guadalupe Barahona	Mesera	$ 60.00	$ 120.00					
Vanesa Marmol Garcia	Auxiliar de Cocina	$ 60.00	$ 120.00					
Arely Cruz	Auxiliar de Cocina	$ 60.00	$ 120.00					
Sub Total Sueldos		**$ 1,230.00**	**$ 2,460.00**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**

Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Ilustración 59. Distribución de gastos

RESTAURANTE BRISAS DEL LAGO
DETALLE DE GASTOS EFECTUADOS MENSUALMENTE

	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Gastos de Venta	$ 1,298.00	$ 2,596.00	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
Gastos de Administración	$ 140.00	$ 430.00	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -

Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Ilustración 60. Estado de resultado mensual

RESTAURANTE BRISAS DEL LAGO
ESTADO DE RESULTADO MENSUAL

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Ingresos por Ventas	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ 4,046.00	$ 6,105.00	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
(-) Costo de Ventas	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ 1,851.65	$ 1,771.24	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
Utilidad Bruta	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ 2,194.35	$ 4,333.76	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
(-) Gastos de Operación												
Gastos de Administración	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ 140.00	$ 430.00	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
Gastos de Venta	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ 1,298.00	$ 2,596.00	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
Otros Gastos												
Total Gastos	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ 1,438.00	$ 3,026.00	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
Utilidad Neta	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ 756.35**	**$1,307.76**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**

Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Ilustración 61. Estado de situación financiera

BRISAS DEL LAGO RESTAURANTE
CUENTAS DE ACTIVO Y PASIVO

1 ACTIVO: Son todos los bienes y recursos con los que cuenta el restaurante
2 PASIVO: Son todas las obligaciones y deudas que posee el restaurante
3 PATRIMONIO: Son todos los beneficios entre el activo-pasivo

% Depreciacion	50%
Valor final del Bien	50%
Costo de Adquisición	100%

Monto Prestamo	$ -
Costo de los bienes	$ -
Bienes Inmuebles	$ -

Nombre de la cuenta	Tipo	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
ACTIVOS													
ACTIVOS CORRIENTES													
Efectivo	ACTIVO	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ 2,608.00	$ 3,460.25	$ 3,460.25	$ 3,460.25	$ 3,460.25	$ 3,460.25	$ 3,460.25
Inventarios	ACTIVO:												
Total Activos Corrientes		**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ 2,608.00**	**$ 3,460.25**	**$ 3,460.25**	**$ 3,460.25**	**$ 3,460.25**	**$ 3,460.25**	**$ 3,460.25**
ACTIVOS NO CORRIENTES													
Bienes Muebles	ACTIVO	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
Bienes Inmuebles	ACTIVO	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
Depreciación	ACTIVO	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
Total Activos No Corrientes		**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**
TOTAL ACTIVOS		**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ 2,608.00**	**$ 3,460.25**	**$ 3,460.25**	**$ 3,460.25**	**$ 3,460.25**	**$ 3,460.25**	**$ 3,460.25**
PASIVO													
PASIVO CORRIENTE													
Propinas	PASIVO	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ 404.60	$ 387.83	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
Total Pasivo Corriente		**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ 404.60**	**$ 387.83**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**
PASIVO NO CORRIENTE													
Prestamo Bancario	PASIVO	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
Capital													
Intereses													
Total Pasivo no Corriente		**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**
TOTAL PASIVOS		**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ 404.60**	**$ 387.83**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**
PATRIMONIO													
Capital Invertido	PATRIM	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ 1,447.05	$ 1,764.67	$ 3,460.25	$ 3,460.25	$ 3,460.25	$ 3,460.25	$ 3,460.25
Utilidad del Periodo	PATRIM	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ 756.35	$ 1,307.76	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
Total Patrimonio		**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ 2,203.40**	**$ 3,072.43**	**$ 3,460.25**	**$ 3,460.25**	**$ 3,460.25**	**$ 3,460.25**	**$ 3,460.25**
TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO		**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ 2,608.00**	**$ 3,460.25**	**$ 3,460.25**	**$ 3,460.25**	**$ 3,460.25**	**$ 3,460.25**	**$ 3,460.25**

Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Acción clave de éxito 6: Diseño e implementación de nuevo logo para mejorar la imagen y presencia de la marca, creando una imagen renovada y actualizada para sus visitantes.

Área: Mercadeo y ventas

Sub área: Segmentación, mercado meta y posicionamiento

Diseño e implementación de nuevo logo

<table>
<tr><th>Antes de la intervención</th><th>Después de la intervención</th><th>Evidencias</th></tr>
<tr><td>No se tiene un logo actualizado</td><td rowspan="2">Análisis, diseño, manual de marca e implementación de un logo actualizado que contiene:

- Creación de marca
- Cuadricula de la marca
- Colores y tipografía institucional.
- Uso correcto e incorrecto de logo.
- Logo Restaurante Brisas del Lago.</td><td rowspan="2">Ver Anexo 8
Manual Creación de marca.

Ver sección 2.3.6
Descripción de la acción clave.

Véase sección 2.2
Beneficios a solventar.

Véase, beneficios obtenidos en la implementación de la acción clave en Tabla: 16

Véase, además, Tabla 10 de Resumen de beneficios económicos.

Véase, Ilustración 70 Diagrama de Ejecución Acción.</td></tr>
<tr><td>No se tiene manual de uso de marca</td></tr>
</table>

Tabla 16. Beneficios económicos de diseño y creación de logo

Descripción	Costo de Implementación
FASE VI: Diseño y creación de Logo:	
1. Análisis	US$ 100.00
2. Diseño	$ 75.00
3. Manual de Marca	$ 50.00
SUBTOTAL IMPLEMENTACION	**$ 225.00**
IVA (13%)	**$ 29.25**
TOTAL	**US$ 254.25**

Fuente: Elaboración propia equipo consultor

En la ilustración 62, se muestran el diseño del nuevo logo para el restaurante, para obtener más detalles del manual. Ver **Anexo 8**

Ilustración 62. Diseño de nuevo logo



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Acción clave de éxito 7: Relación y enlace de CRM con sitio Web para la interacción y control de los clientes brindando la oportunidad de mejorar los procesos de comunicación.

Área: Mercadeo y ventas

Sub área: Relación con clientes

Configuración e implementación de CRM enlazado al nuevo sitio web

Antes de la intervención	Después de la intervención	Evidencias
No existe sitio web que genere interacción con los clientes	Diseño, configuración e implementación de un nuevo sitio web con dominio: www.restaurantebrisasdellago.com enlazado al CRM del ERP de Odoo.	**Ver anexo 10** Manual de usuario CRM. **Ver sección 2.3.7** Descripción de la acción clave. **Véase sección 2.2** Beneficios a solventar. Véase, beneficios obtenidos en la implementación de la acción clave en Tabla: 17 Véase, además, Tabla 10 de Resumen de beneficios económicos. Véase, Ilustración 70 Diagrama de Ejecución Acción.
No se tiene una base de datos consolidada de clientes	El módulo CRM permite captación de clientes, el cual registra la información de los clientes en el flujo de oportunidades	
No se cuenta un modelo o diseño tecnológico de relación con los clientes	Configuración de correo electrónico en ERP Odoo para el manejo de CRM con la dirección: brisasdellagorestaurante@gmail.com	

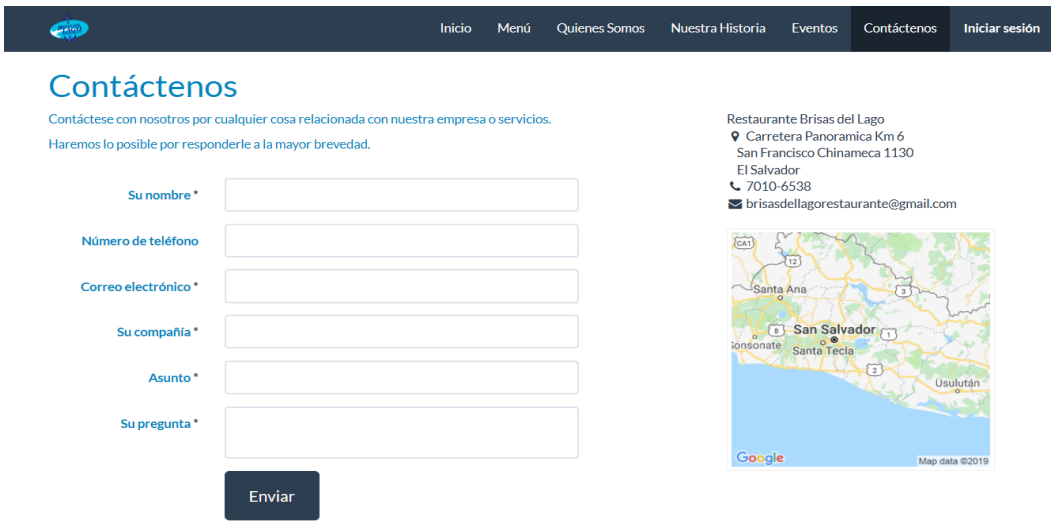
Tabla 17. Beneficios económicos de instalación y configuración CRM

Descripción	Costo de Implementación
Instalación y configuración de CRM:	
1. Análisis	US$ 100.00
2. Diseño	$ 350.00
3. Construcción	$ 250.00
4. Implantación	$ 400.00
5. Project Management	$ 350.00
6. Sistema de gestión de relación con los clientes	$ 400.00
SUBTOTAL IMPLEMENTACIÓN	**$ 1,850.00**
IVA (13%)	**$ 240.50**
TOTAL	**US$ 2,090.50**

Fuente: Elaboración propia equipo consultor

En la ilustración 63, se muestra la ficha contáctenos enlazada al CRM del restaurante para potenciar la interacción con sus clientes.

Ilustración 63. Ficha contáctenos del sitio Web



Fuente: www.restaurantebrisasdellago.com/contactus

En la ilustración 64 se muestra el flujo de oportunidades que contiene el CRM del restaurante.

Ilustración 64. Flujo de oportunidades



Fuente: www.restaurantebrisasdellago.com

Acción clave de éxito 8: Implementación de Plan de Marketing para la búsqueda de nuevos clientes, mejorar la fidelización de estos y satisfacer las necesidades requeridas.

Área: Mercadeo y ventas

Sub área: Producto

Diseño e implementación de plan de marketing

Antes de la intervención	Después de la intervención	Evidencias
No se cuenta con un plan de marketing	Se diseñó un plan de marketing mix que permitirá el reconocimiento de marca del restaurante que incluye: - Definición del producto - Características del servicio - Segmentación de mercado - Políticas de productos - Precios - Promoción	**Ver anexo 7** Manual plan de marketing. **Ver sección 2.3.8** Descripción de la acción clave. **Véase sección 2.2** Beneficios a solventar. Véase, beneficios obtenidos en la implementación de la acción clave en Tabla: 18 Véase, además, Tabla 10 de Resumen de beneficios económicos. Véase, Ilustración 70 Diagrama de Ejecución Acción.
No se tiene una segmentación de mercado		
No se cuenta con una política de servicio		

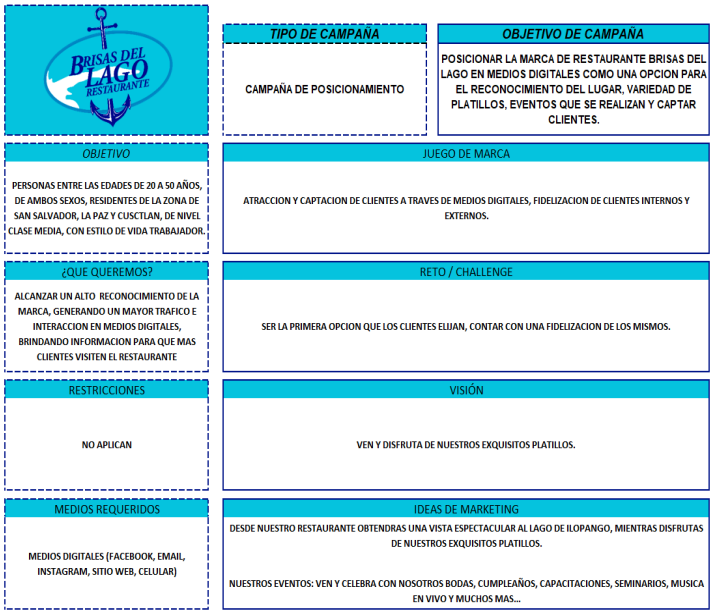
Tabla 18. Beneficios económicos de Plan de Marketing

Descripción	Costo de Implementación
Plan de Marketing	
1. Análisis de la situación	US$ 100.00
2. Modelo diseño de la campaña	$ 250.00
3. Ejecución	$ 100.00
SUBTOTAL IMPLEMENTACIÓN	$ 450.00
IVA (13%)	$ 58.50
TOTAL	**US$ 508.50**

Fuente: Elaboración propia equipo consultor

En la ilustración 65, se muestra el diseño de la campaña de plan de marketing que sirvió para el lanzamiento de las campañas en Facebook Business.

Ilustración 65. Diseño de campaña publicitaria



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Diseño de imágenes utilizadas para campaña publicitaria de Reconocimiento de Marca, realizando tráfico en WhatsApp y trafico web menú y CRM (Ver Ilustraciones 66, 67 y 68).

Ilustración 66. Reconocimiento de Marca Ilustración de campaña productos



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Ilustración 67. Tráfico en WhatsApp Ilustración de campaña restaurante



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Ilustración 68. Tráfico Web Ilustración de campaña eventos

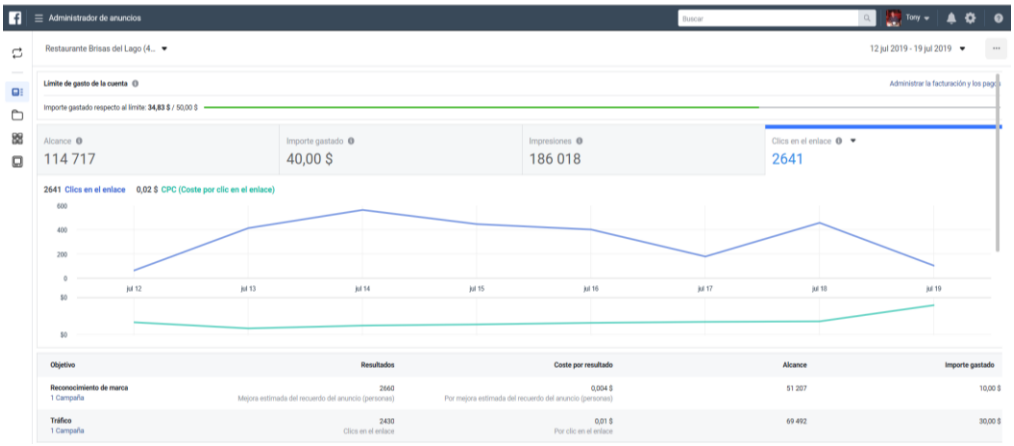


Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Resultados obtenidos de lanzamiento de campaña en Facebook Business (Ver Ilustración 69).

- Número de personas que vieron los anuncios: 114,717
- Número de impresiones que se mostraron en pantalla: 186,018
- Número de clic validos en los enlaces del anuncio: 2,641
- Cantidad invertida en campaña: $40.00

Ilustración 69. Resultados obtenidos en campaña Facebook Business



Fuente: https://business.facebook.com/

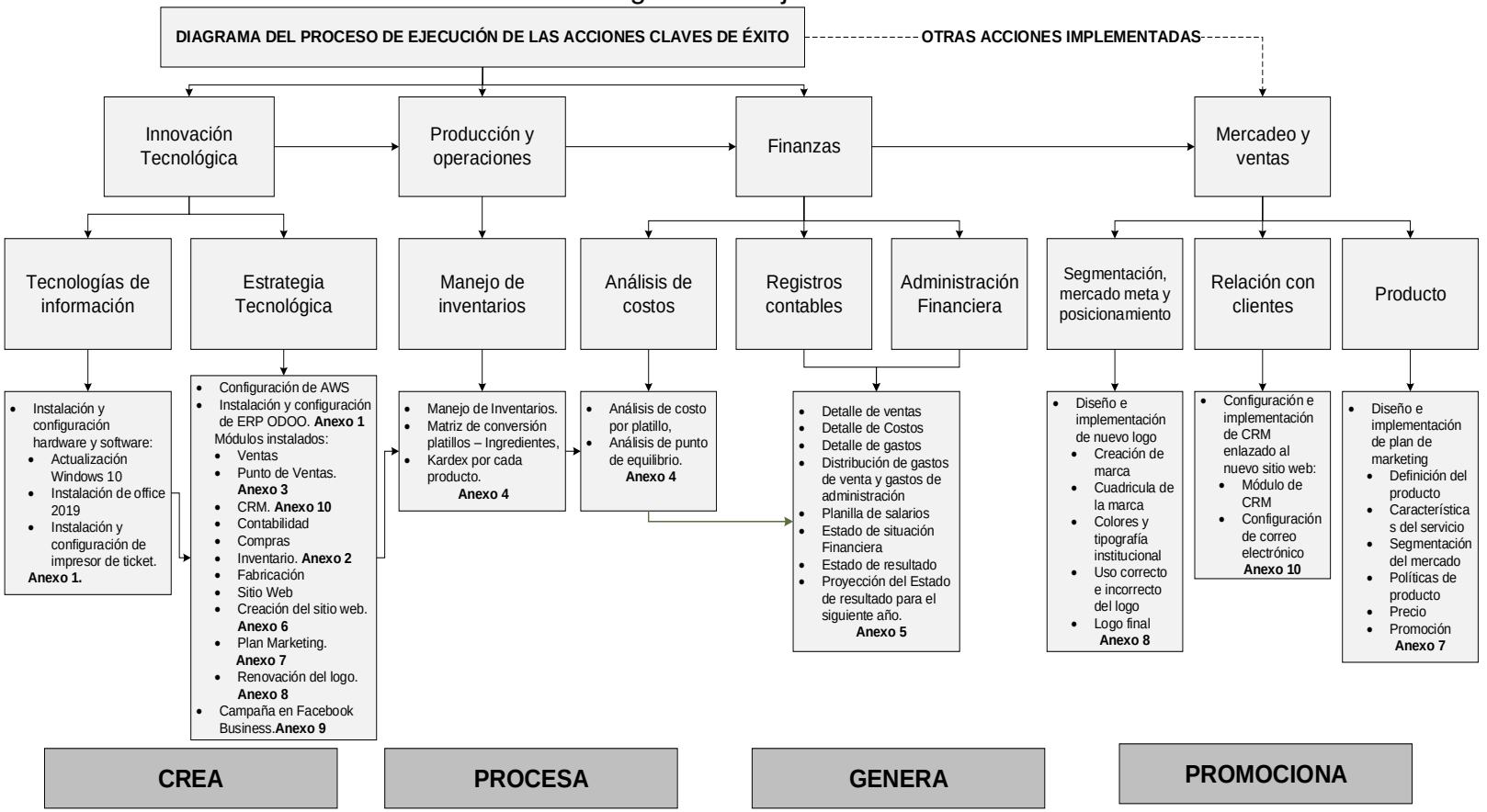
Plan de capacitación y otros gastos

Tabla 19. Plan de capacitaciones y otros gastos

Descripción	Costo de Implementación
Plan de capacitaciones y otros gastos incurridos	
1. Transporte por 7 visitas al restaurante (Combustible)	US$ 150.00
2. Papelería y útiles utilizados	$ 65.00
3. Honorarios de facilitadores por horas de capacitación:	
- Ing. en sistemas y computación	
o Sitio web (2 Horas)	$ 80.00
o CRM (2 Horas)	$ 80.00
o Punto de Ventas (4 Horas)	$ 160.00
- Ing. Industrial	
o Herramienta para calcular recetas y medidas (4 Horas)	$ 160.00
- Licda. Administración de empresas	
o Asesoría sobre cobro con tarjeta de crédito (1 Hora)	$ 35.00
o Asesoría sobre manejo y control de los inventarios en medidas (1 Hora)	$ 35.00
o Asesoría sobre impuestos (2 Horas)	$ 70.00
- Licdo. Contaduría publica	
o Herramienta de Excel: Manejo de Inventarios (4 Horas)	$ 140.00
o Herramienta de Excel: Información financiera (4 Horas)	$ 140.00
1. Alquiler de salón para capacitaciones	
✓ Capacitación CRM y Sitio WEB (2 Horas)	$ 50.00
✓ Capacitación Herramientas de Excel (4 Horas)	$ 100.00
✓ Capacitación de Punto de Ventas (2 Horas)	$ 50.00
Honorario por hora: Ingeniero en sistemas y computación US$ 40.00 Ingeniero Industrial US$ 40.00 Licenciada en Administración de empresa US$ 35.00 Licenciado en Contaduría pública US$ 35.00 Costo de alquiler de salón por hora US$ 25.00	
SUBTOTAL IMPLEMENTACION	**$ 1,315.00**
IVA (13%)	**$ 170.95**
TOTAL	**US$ 1,485.95**

Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Ilustración 70. Diagrama de Ejecución Acción clave de éxito



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Es importante mencionar que se cumplió con todas las acciones claves de éxito seleccionada por el empresario, y adicionalmente se realizaron otras intervenciones que eran necesarias para dar una solución integral a las áreas de oportunidad que analizamos en la herramienta proporcionada por la UTEC.

Tabla 20. Tabla de Cumplimiento

Acción clave	Área - Solución Propuesta	Ejecutado	No Ejecutado
Acción Clave No. 1 producción y Operaciones-Finanzas	**Manejo de inventarios, Registros contables, Análisis de costos, Administración financiera**		
	Implementación de un sistema ERP Odoo para el control de la producción operaciones e inventarios el cual contendrá los siguientes módulos automatizados:	X	
	Módulo de Compras		
	Solicitud de presupuesto de compras	X	
	Confirmación de presupuestos de compras	X	
	Control de pedido de compras	X	
	Registro de proveedores	X	
	Registro de productos con fotografía	X	
	Facturas de proveedor	X	
	Control de productos a recibir	X	
	Módulo de Ventas		
	Registro de Clientes	X	
	Flujo de las ventas (Status)	X	
	Elaboración de Cotizaciones (impresión o envió por correo electrónico)	X	
	Registro de Productos con Fotografía	X	
	Factura impresa (Modelo del sistema)	X	
	Punto de venta		
	Caja de cobro para productos	X	
	Productos para la venta	X	
	Método de pago	X	
	Sesiones por Usuario	X	

Acción clave	Área - Solución Propuesta	Ejecutado	No Ejecutado
	Módulo de Inventario	X	
	Producto para la venta con foto	X	
	Stock de productos máximos y mínimos	X	
	Informes		
	Ventas mensuales	X	
	Inventario al costo	X	
	Libro diario mayor	X	
	Balance de situación financiera	X	
	Estado de pérdidas y ganancias	X	
	Informe diario de ventas	X	
	informe de compras por proveedor	X	
Acción clave No. 2 innovación Tecnológica-Estrategia Tecnológica	**Estrategia Tecnológica**		
	Implementación de un sistema ERP Odoo para un mejor control de la gestión tecnológica del negocio que incluye:	X	
	Servidor Amazon	X	
	Creación de sitio web en Odoo	X	
	Solicitud de nombre de dominio en GoDaddy	X	
	Creación de Facebook ADS (publicidad al negocio en redes sociales)	X	
	Capacitación	X	
Acción Clave No. 3 innovación Tecnológica-Tecnologías de la información	**Tecnologías de Información**		
	Implementación de un software ERP Odoo y Hardware para un mejor control de la gestión tecnológica del negocio que incluya:	X	
	1 PC de escritorio (Instalación y configuración)	X	
	1 impresor de ticket	X	
	Instalación y Configuración Software Odoo para gestión del negocio	X	
	Capacitación	X	
Acción Clave No. 4 producción y Operaciones – Manejo de Inventarios	**Manejo de Inventarios**		
	Matriz de conversión de platillos-ingredientes	X	
	Manejo de inventarios	X	
	Kardex por cada producto	X	
	Código de Productos	X	

Acción clave	Área - Solución Propuesta	Ejecutado	No Ejecutado
Acción Clave No. 4 Finanzas, Análisis de Costos, Registros contables, Administración financiera	**Registros contables, Análisis de costos, Administración financiera**		
	Análisis de costo por platillo	X	
	Análisis de punto de equilibrio	X	
	Detalle de ventas	X	
	Detalle de costos	X	
	Detalle de gastos	X	
	Distribución de gastos: Ventas y Administración	X	
	Planilla de salaries	X	
	Estado de situación financiera	X	
	Estado de Resultado	X	
	Estado de Resultado proyectado	X	
Acción Clave No. 6 Mercadeo y Ventas- Segmentación, Mercado meta y posicionamiento	**Segmentación, Mercado meta y posicionamiento**		
	Creación de la marca	X	
	Cuadricula de la marca	X	
	Colores y tipografía institucionales	X	
	Uso correcto e incorrecto de la marca	X	
	Logo final Restaurante Brisas del Lago	X	
Acción Clave No. 7 Mercadeo y Ventas- Relación con clientes	Relación con clientes		
	Configuración de CRM enlazado a sitio web	X	
	Creación de clientes CRM	X	
	Creación de Oportunidades del negocio.	X	
	Interacción con los clientes	X	
Acción Clave No. 8 Mercadeo y Ventas- Producto	Producto		
	Diseño de plan de marketing mix	X	
	Diseño de imágenes para campaña	X	
	Configuración de Facebook Business	X	
	Lanzamiento de campaña Facebook, WhatsApp y Instagram	X	
	Monitorización de resultados	X	
	Análisis de resultados	X	

Conclusiones del Equipo Consultor.

Restaurante Brisas del Lago, se fundó en el año dos mil quince (2015), en San Francisco Chinameca", km 6 de la Ruta Panorámica al Lago de Ilopango. Inició con el propósito de explotar la parte turística de la zona del Lago de Ilopango y por el desarrollo de un nuevo rubro de comercio familiar. El concepto inicial fue la venta de comida típica, el local era alquilado, el personal estaba conformado por familiares, luego de un esfuerzo conjunto lograron la compra de un terreno en el cual se construyó lo que ahora es Restaurante Brisas del Lago, convirtiéndose en una fuente de empleo principalmente para los jóvenes de la zona.

De acuerdo al diagnóstico integral realizado por el equipo consultor, se identificaron cinco fortalezas relevantes de la empresa, siendo estas las siguientes: 1. Dirección estratégica y las sub áreas Misión - Visión e Historia de la empresa 2. Análisis del Entorno-Alianzas, 3. Mercadeo y ventas-Precio, 4. Estructura organizacional – poder de decisión.

Es importante mencionar que en el diagnostico también se identificaron las áreas de oportunidad de mejora para la empresa, por lo que se propuso para cada una de ellas una serie de actividades encaminas a superarlas. Las áreas de oportunidad fueron: 1. Innovación Tecnológica con sub áreas Estrategia tecnológica y Tecnologías de Información, 2. Producción y Operaciones sub área

Manejo de inventarios, 3. Finanzas y las sub áreas Análisis de costos, Administración Financiera, Registros Contables.

En virtud de las áreas de oportunidad indicadas anteriormente, el empresario y sus colaboradores eligieron implementar la Acción clave de éxito para las áreas 2 y 3 anteriormente citadas. Adicionalmente, y conforme a la necesidad que se identificó en el transcurso de desarrollo de la consultoría, también se desarrollaron otras intervenciones en el área número 1 citada anteriormente y explicadas en la sección 2.1.2 de este informe. Los resultados de la acción clave de éxito y otras intervenciones han sido desarrollados por cada una de ellas en la parte III de este informe.

Todas las intervenciones realizadas en esta consultoría consistían en implantación, capacitación y seguimiento de las acciones clave de éxito respectivas, para ello adicionalmente se elaboraron los manuales que se encuentran en la parte de anexos.

Al superar las áreas de oportunidad indicadas, el restaurante logrará: controlar y manejar sus inventarios evitando riesgos sobre ellos, mejorar su productividad y ser más eficiente en el control, manejo y uso de la información financiera, así como también implementar tecnología que le permita la innovación en su negocio. Todas estas impactan de forma cualitativa y cuantitativa en la administración del restaurante, razón por la cual con las acciones clave se incrementó la rentabilidad y el crecimiento del restaurante.

Finalmente, es importante destacar que los avances alcanzados a través de las acciones clave de éxito desarrolladas durante el proceso de consultoría se les dé seguimiento de manera oportuna, y se implementen otras acciones que vayan encaminas al constante desarrollo del restaurante. Restaurante brisas del lago debe mantener las buenas prácticas que le han permitido posicionarse en el mercado de los restaurantes en sus cuatro años de operación, pero también debe implementar acciones que le permitan la mejora continua, competitividad, crecimiento y sostenibilidad a largo plazo.

Recomendaciones del Equipo Consultor

Como equipo consultor durante el desarrollo de la consultoría al restaurante Brisas del Lago, recomendamos las siguientes oportunidades de mejora, para las cuales presentamos sugerencias para que la administración ejecute en fechas futuras y que le permitan la mejora continua:

Se sugiere realizar un Plan de acción para la formalización mercantil y tributaria con el fin de evitar posibles sanciones económicas y riesgos operativos.

Realizar seguimiento y mantenimiento a todos los módulos contenidos en el ERP instalado, de tal forma que cada día que pase la información sea más precisa y efectiva para la operatividad del restaurante.

Mejorar el menú a la carta, incluir menú infantil y menú de postres con el fin de incrementar sus ingresos y atraer más clientes.

Lanzar campañas publicitarias a través de Facebook Business, constantemente, para atraer más clientes y generar mayor rentabilidad.

Gestionar el cobro por medio de POS para tarjeta de crédito y débito con el fin de atraer más clientes y mejorar sus ingresos por ventas.

Referencias.

Aner, S. L. (2018). *¿Qué es un ERP?* Recuperado de http://www.aner.com/que-es-un-erp.html

Bonilla, D. (Julio de 2018). ERP como alternativa de eficiencia en la gestión financiera de las empresas. *Lasallista de Investigación,* 182-193*(15)*. doi:10.22507/rli.v15n2a14

Cerna Aguiñada, J. C. (2018). *Herramienta de diagnóstico UTEC* [Tabla dinámica de Excel, J.C.C.A.] (1). Lugar: Restaurante Brisas del Lago

Chiavenato, P. M. (2007). *Administracion de recursos humanos: El capital humano de las organizaciones* (8ª ed.). [E PUB]. Recuperado de https://cucjonline.com/biblioteca/files/original/aec4d0f8da9f45c14d9687966f292cd2.pdf

Cuevas, C. (2010). *Contabilidad de costos* [E PUB] Tomado de Biblioteca Electrónica UTEC. Recuperado de https://www.biblionline.pearson.com/Pages/BookDetail.aspx?b=190

Digital Research, S. L. (2018). *Ficha descriptiva de ERP Odoo*. Recuperado de https://papelesdeinteligencia.com/odoo-erp/

Durón García, C. (2012). *Ingeniería del menú.* México D.F., México: Trillas.

Enelia Estudio, S. L. (2018). *Las 10 ventajas que ofrece ERP Odoo*. Recuperado de https://www.engagebs.com/2018/07/30/las-10-ventajas-de-odoo-erp/

Facchin, J. (2018). *¿Qué es el Facebook Business Manager y cómo crear una cuenta más profesional?* [Entrada en el blog]. Recuperado de https://josefacchin.com/facebook-business-manager/

Facchin, J. (2018). *¿Qué es Facebook, para qué sirve y cómo funciona la mayor plataforma social del mundo?* [Entrada en el blog]. Recuperado de https://josefacchin.com/facebook-que-es-como-funciona/

Ferrel, O. C. y Hartline, M. D. (2018). *Estrategia de marketing* [versión de Adobe Acrobat Reader]. Recuperado de https://www.academia.edu/14415348/Libro_Estrategia-de-Marketing_Ferrell

Figuera La Riva, C. A. (2012). Estrategias de diseño y marketing 2.0. (Tesis de Maestría en Diseño, Universidad Nueva Esparta). Recuperado de https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/tesis_maestria/detalle_proyecto.php?id_proyecto=1544

Godaddy, L. (1999). *Nombres de dominio*. Recuperado de https://www.godaddy.com/es

Greenberg, P. (2003). *Las claves de CRM. Gestión de relaciones con los clientes.* Madrid, España: McGraw-Hill.

International Financial Reporting Standard for Small and Medium-sized Entities (IFRS for SME). (2016). *Norma NIIF para las pymes.* United Kingdom, London: IFRS Foundation Publications Department.

Kotler, P. y Armstrong, G. (2008). *Fundamentos de marketing* [E PUB] Tomado de Biblioteca Electrónica UTEC. Nahualcapan de Juárez, México: Pearson Educación. Recuperado de https://www.biblionline.pearson.com/Pages/BookRead.aspx

Management, P. (2018). *¿Que es un sistema de punto de venta?.* Recuperado de https://blog.mproerp.com/que-es-un-sistema-de-punto-de-venta/

Martin Andino, R. (2006). *Sistemas ERP.* Recuperado de https://docplayer.es/1438735-Sistemas-erp-ramon-martin-andino-operaciones-y-logistica-mba-edicion-2006.html

Odoo. (2017). *Documentacion de contabilidad*. Recuperado de https://www.odoo.com/documentation/user/11.0/es/accounting.html

Ortíz González, J. (2015). *Los estados financieros y su función en las pymes*. Recuperado de https://finanzasyproyectos.net/estados-financieros-funcion-en-la-pyme/

Puente, R. y Cervilla, M. (julio de 2007). Prácticas de la gerencia de relaciones con el cliente (CRM) en empresas venezolanas: Un estudio de casos. *Revista Latinoamericana de Administración,* 1-28*(39)*. Recuperado de https://www.academia.edu/24376072/Prácticas_de_la_gerencia_de_relaciones_con_el_cliente_CRM_en_empresas_venezolanas_un_estudio_de_casos

Sanchez, L. (2016). *Qué es Facebook ADS y cómo funciona* [Entrada en el blog]. Recuperado de https://www.difusion.org/facebook-ads-funciona/

Tiempo de Negocios. (mayo de 2018). *Conoce el marketing según Philip Kotler y aplícalo en tu estrategia* [Entrada en el blog]. Recuperado de https://tiempodenegocios.com/philip-kotler-marketing/#La_mezcla_marketing_y_las_4Ps

Anexos.

Detalle de anexos

Anexo 1: Manual Implementación ERP Odoo 156

Anexo 2: Manual Creación de Productos 198

Anexo 3: Manual Punto de Venta 212

Anexo 4: Manual Herramienta de Excel para Manejo de Inventarios 231

Anexo 5: Manual Herramienta Excel para Información Financiera 249

Anexo 6: Creación de Sitio Web 258

Anexo 7: Manual Plan de Marketing 268

Anexo 8: Manual Creación de Marca 320

Anexo 9: Manual Facebook Business 328

Anexo 10: Manual de Usuario CRM 358

Anexo 11: Plan de Capacitaciones 382

Anexo 12: Informes de Seguimiento 391

Anexo 1: Manual Implementación ERP Odoo



CREADO POR EQUIPO CONSULTOR PARA EL

RESTAURANTE BRISAS DEL LAGO

INTRODUCCION

En el mercado actual existen numerosos softwares ERP que ofrecen optimizar los procesos y los recursos de las empresas. La elección correcta de uno de estos sistemas es clave para el éxito de su implantación y su progreso. El sistema ERP Odoo®, es ideal debido a sus características de libre configuración, código abierto y flexibilidad para modularidad.

A continuación, se desarrolla la acción clave de éxito a través de Implementar ERP en la Nube permitirá que la empresa Restaurante Brisas del Lago interactúe de manera efectiva y eficaz en un solo ERP, en este sentido, la empresa ahorrará recursos y mejorará el servicio.

CONTENIDO

1. Objetivos 160

2. Alcance 160

3. Instalación y configuración de hardware y software 161

3.1 Instalación y configuración de software 161

3.2 Instalación y configuración de hardware 162

4. Plan de actualización tecnológica 164

4.1 Plan de actualización tecnológica a desarrollarse. 164

4.2 Adquisición del servidor AWS en la nube para alojamiento del ERP Odoo. 164

4.3 Configuración de ERP Odoo con servidor AWS 167

4.4 Carga de catálogo contable. 172

4.5 Creación de clientes y sus parametrizaciones básicas. 175

4.6 Creación de proveedores y sus parametrizaciones básicas. 178

4.7 Creación y parametrización de productos (inventario) 181

4.8 Proceso Carga Inicial de Inventarios. 193

Contenido de Ilustraciones

Ilustración 1. Windows 10 Actualizado 161
Ilustración 2. Office 2019 Instalado 161
Ilustración 3. Impresor de ticket RPT008 163
Ilustración 4. Impresor de ticket RPT008 configurado en laptop 163
Ilustración 5. Adquisición de servidor AWS 164
Ilustración 6. Creando una cuenta en AWS 165
Ilustración 7. Inicio de sesión a servidor AWS 166
Ilustración 8. Servidor AWS activo y corriendo 167
Ilustración 9. Adquisición ERP Odoo 167
Ilustración 10. Parámetros de instalación de Odoo 168
Ilustración 11. Configuración de ingreso a ERP Odoo 169
Ilustración 12. Consola de instalación del servidor AWS 170

Ilustración 13. Configuración de ingreso a ERP Odoo 170
Ilustración 14. ERP Odoo instalado con sus módulos 171
Ilustración 15. Tablero de configuración de ERP Odoo 171
Ilustración 16. Configuración inicial de catálogo de cuentas en Odoo 172
Ilustración 17. Tipos de cuentas del plan contable en Odoo 172
Ilustración 18. Catálogo de cuentas Restaurante Brisas del Lago 173
Ilustración 19. Carga de catálogo de cuentas 174
Ilustración 20. Modelo del plan contable ya cargado en Odoo 174
Ilustración 21. Creación de clientes base desde la aplicación ventas 175
Ilustración 22. Creación de clientes desde la aplicación contabilidad 176
Ilustración 23. Cliente creado en el ERP para el restaurante 177
Ilustración 24. Creación de proveedores desde el módulo compras 178
Ilustración 25. Creación de proveedores desde el módulo contabilidad 179
Ilustración 26. Proveedores creados en el ERP 181
Ilustración 27. Creación de productos desde el módulo compras 184
Ilustración 28. Productos pestaña ventas 184
Ilustración 29. Productos pestaña compra 185
Ilustración 30. Producto pestaña inventario 185
Ilustración 31. Productos pestaña contabilidad 186
Ilustración 32. Productos pestaña notas 186
Ilustración 33. Maestro de productos compras en imágenes 187
Ilustración 34. Maestro de productos compras en listado 187
Ilustración 35. Creación de productos desde el módulo contabilidad 189
Ilustración 36. Productos pestaña ventas 189
Ilustración 37. Producto pestaña compra 190
Ilustración 38. Productos pestaña inventario 190
Ilustración 39. Productos pestaña contabilidad 191
Ilustración 40. Productos pestaña notas 191
Ilustración 41. Maestro de productos contabilidad en imágenes 192
Ilustración 42. Maestro de productos contabilidad en listado 192
Ilustración 43. Resultados de cuentas del punto de venta 193
Ilustración 44. Inventario inicial 194
Ilustración 45. Creando nuevo inventario de productos 195
Ilustración 46. Ajustes de inventario 195
Ilustración 47. Ajustando el inventario de un producto 196
Ilustración 48. Edición de productos para actualizar inventario manual 196
Ilustración 49. Movimientos realizados al inventario 196
Ilustración 50. Cantidad de inventario prevista 197

1. Objetivos

- Instalar y configurar PC e Impresor de ticket.
- Realizar la adquisición de ERP Odoo y vinculación con servidor Amazon.
- Efectuar parametrizaciones básicas en ERP.
- Carga de catálogo contable, clientes, proveedores, catálogo de productos, entre otros.
- Implementación de ERP en Restaurante Brisas del Lago.

2. Alcance

En el presente Proyecto se implementara el ERP Odoo Versión 11 y vinculación con servidor Amazon Web Services en la nube y sus parametrizaciones básicas, con el objetivo de permitir fortalecer el área financiera maximizando sus rentabilidades por medio de la obtención de información oportuna y veraz, permitiéndoles crear sus propios indicadores financieros y puedan controlar la gestión, facilitar el control eficiente de los inventarios, reduciendo costos innecesarios en los stocks, malas aplicaciones e información desactualizada.

Se elimina el riesgo de desabastecimiento y perdidas por falta de información e indicadores de los mismos, así como reduciendo el riesgo en la toma de decisiones financieras, eliminando la probabilidad de falta de Liquidez y estableciendo controles internos dentro de la organización.

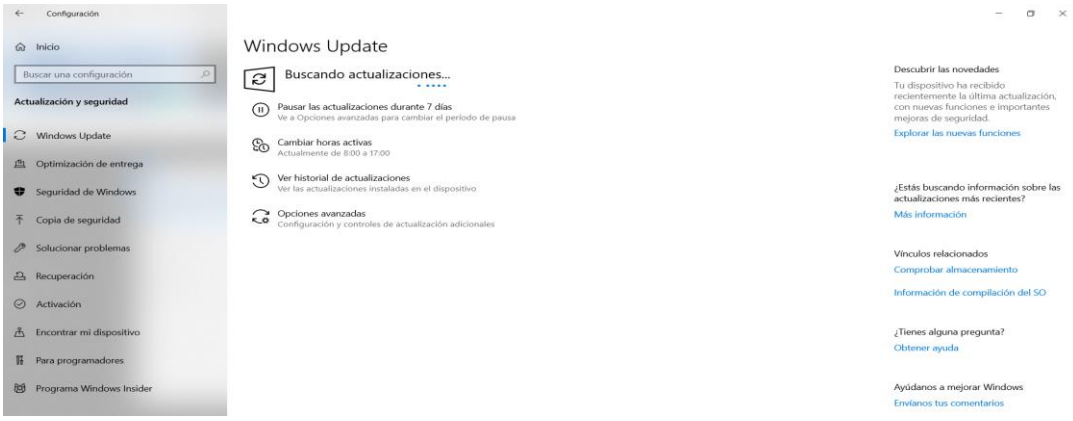
3. Instalación y configuración de hardware y software

3.1 Instalación y configuración de software

En la Laptop del empresario se realizaron las siguientes gestiones iniciales:

- Actualización de Windows 10 (Ver Ilustración 1).

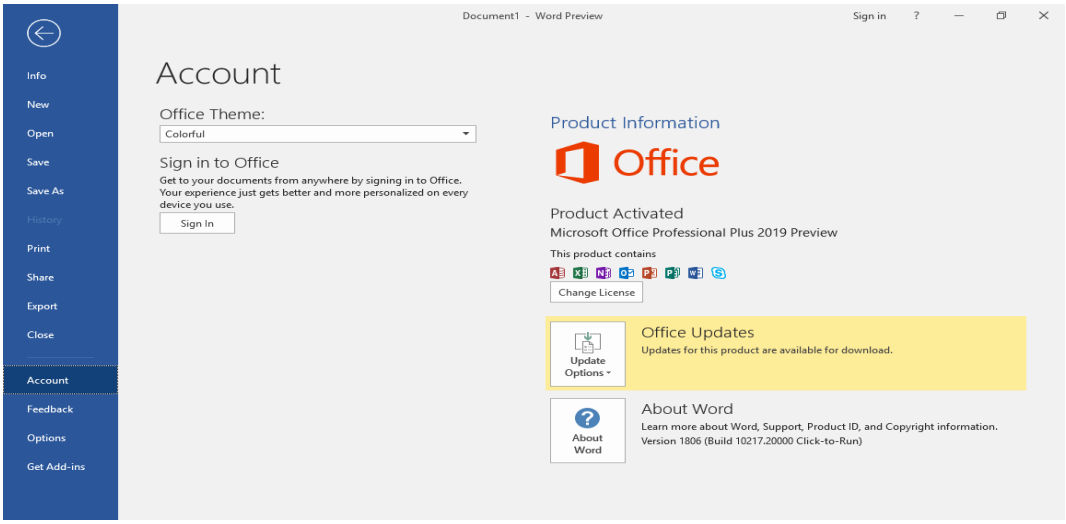
Ilustración 1. Windows 10 Actualizado



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

- Instalación y configuración de Office profesional plus 2019 (Ver Ilustración 2).

Ilustración 2. Office 2019 Instalado



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

- Instalación de Adobe Acrobat Reader (lector de archivos .pdf)
- Se realizó configuración del servidor AWS con el correo del empresario: tonygm184@hotmail.com.
- Se realizó un primer correo electrónico en Gmail para gestión de acceso al ERP Odoo: restaurantebrisasdellago@gmail.com, entregando las credenciales al empresario.
- Se realizó un segundo correo electrónico en Gmail para la gestión del CRM (Gestión de las relaciones con los clientes) en el ERP Odoo: brisasdellagorestaurante@gmail.com, entregando las credenciales al empresario.
- Se creó cuenta de dominio: www.restaurantebrisasdellago.com, con el correo: restaurantebrisasdellago@gmail.com, en el Sitio Web de Godaddy que registro el dominio del Restaurante Brisas del Lago (Godaddy, 1999).
- Se configuró campaña publicitaria en *Facebook Business* con el Facebook del empresario (Facchin J. , 2018).
- Se hizo solicitud a empresario para gestionar instalación de internet en el restaurante para acceso al ERP Odoo, ya que este se conecta a la nube.
- Se creó acceso directo para iniciar el ERP Odoo desde el escritorio.

3.2 Instalación y configuración de hardware

Se realizó la compra de un impresor de ticket y se configuro en la Laptop del empresario para la gestión de cobro en el Restaurante:

- El impresor utilizado para la impresión de ticket fue: Marca 3nstar, modelo RPT008, se conecta vía interface serial, LAN y USB. Ver (Ilustración 3).

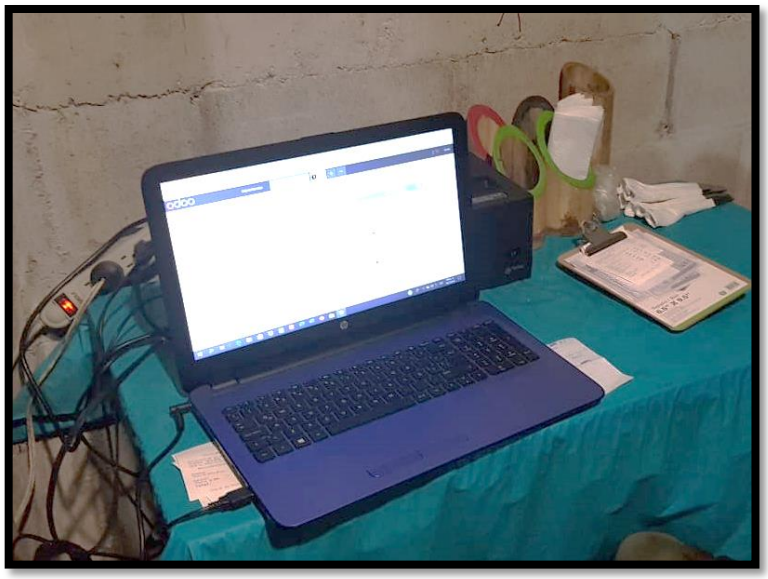
Ilustración 3. Impresor de ticket RPT008



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

- Se instaló el software y los drivers necesarios para reconocer el impresor de ticket en la laptop asignada.
- El impresor de ticket quedo configurado por medio del cable USB para fácil manejo de conexión (Ver Ilustración 4).

Ilustración 4. Impresor de ticket RPT008 configurado en laptop



Fuente: Fotografía tomada por el propio equipo consultor

4. Plan de actualización tecnológica

4.1 Plan de actualización tecnológica a desarrollarse.

Como plan de acción, se efectuó la adquisición de ERP y Servidor en la nube y se creó la vinculación entre ambos, se realizaron las parametrizaciones básicas como lo son carga de catálogo de cuentas, Proveedores, Clientes, impuestos básicos, entre otros. Con lo que se pretende integrar las áreas relevantes del Restaurante Brisas del Lago y maximizar sus resultados y establecimiento de control interno.

4.2 Adquisición del servidor AWS en la nube para alojamiento del ERP Odoo.

Para la adquisición del servidor en AWS ingresamos en el sitio web: https://aws.amazon.com/es/. Y dimos clic en crear cuenta de AWS (Ver Ilustración 5).

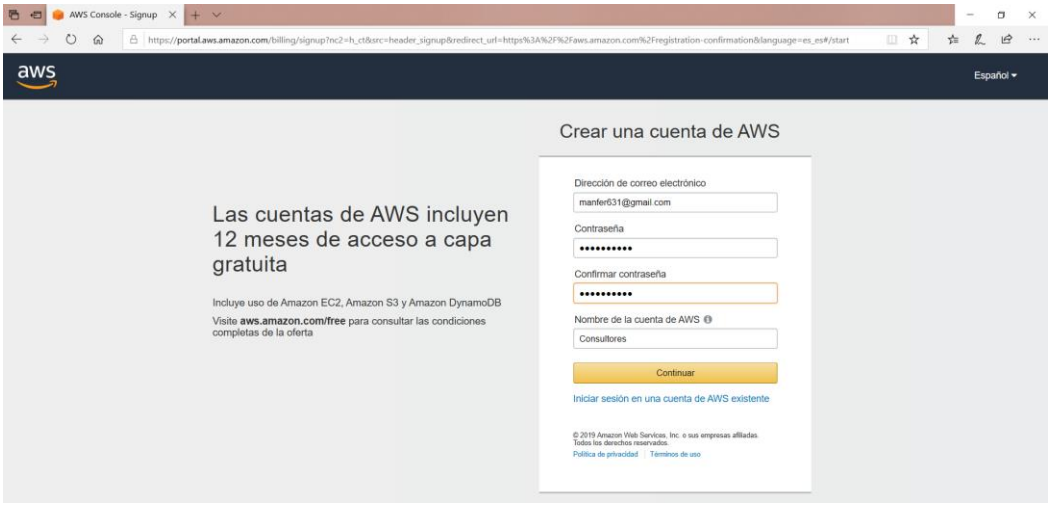
Ilustración 5. Adquisición de servidor AWS



Fuente: https://aws.amazon.com/es/

A continuación, se creó una cuenta en Amazon Web Services y se registró el correo electrónico del empresario tonygm184@hotmail.com y contraseña para tener acceso al servidor en la nube (Ver Ilustración 6).

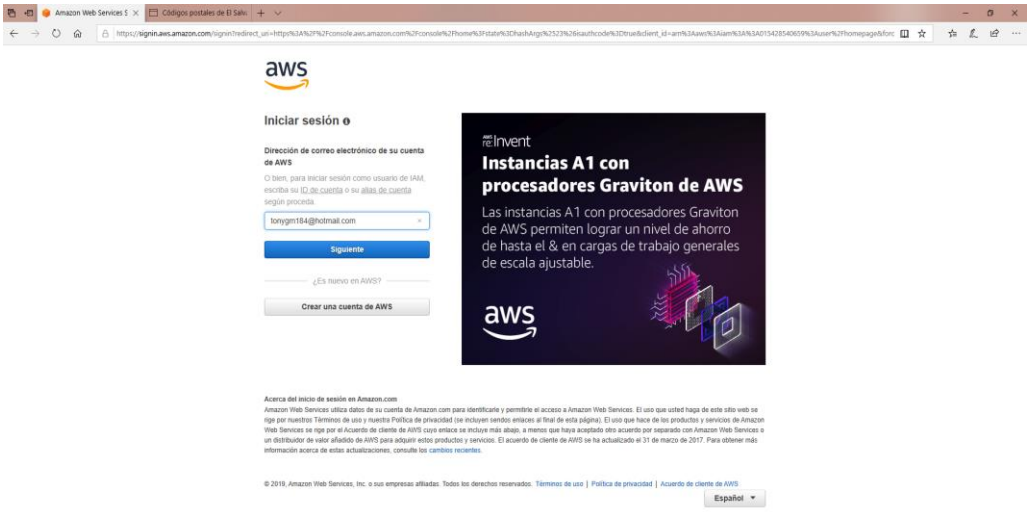
Ilustración 6. Creando una cuenta en AWS



Fuente: https://aws.amazon.com/es/

Al haber creado la cuenta anteriormente con todos los parámetros que solicita Amazon Web Services, iniciamos sesión introduciendo el correo y la clave del empresario (Ver Ilustración 7).

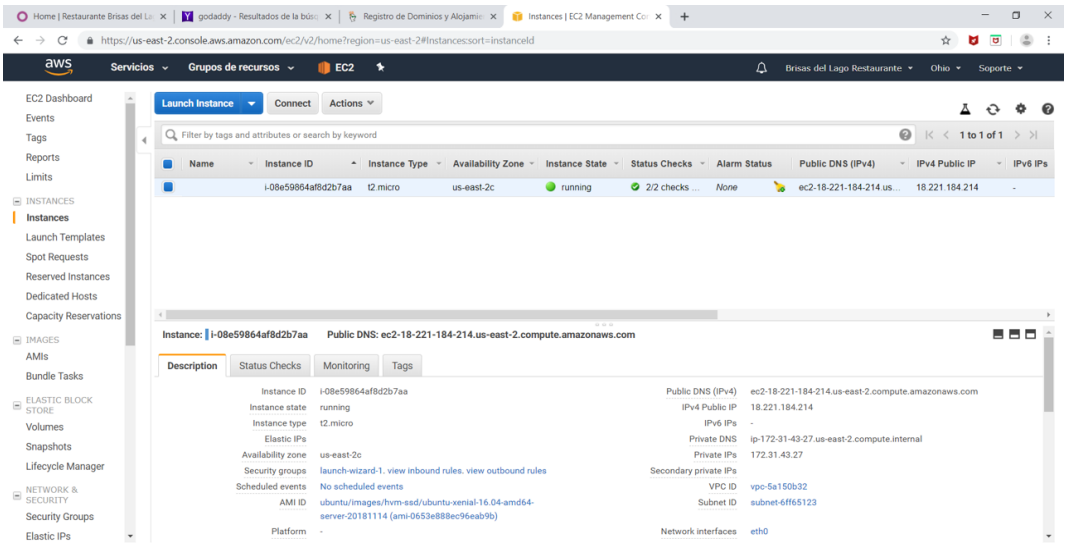
Ilustración 7. Inicio de sesión a servidor AWS



Fuente: https://aws.amazon.com/es/

Luego de ingresar a la cuenta de AWS y haber configurado todos los parámetros necesarios en la consola, se obtuvo la dirección de ingreso que servirá para poder ingresar, tanto al servidor AWS como a Odoo la cual es: http://ec2-18-221-184-214.us-east-2.compute.amazonaws.com:8069, al haber realizado todas las configuraciones en el servidor estará listo y activo y corriendo ya en producción (Ver Ilustración 8).

Ilustración 8. Servidor AWS activo y corriendo

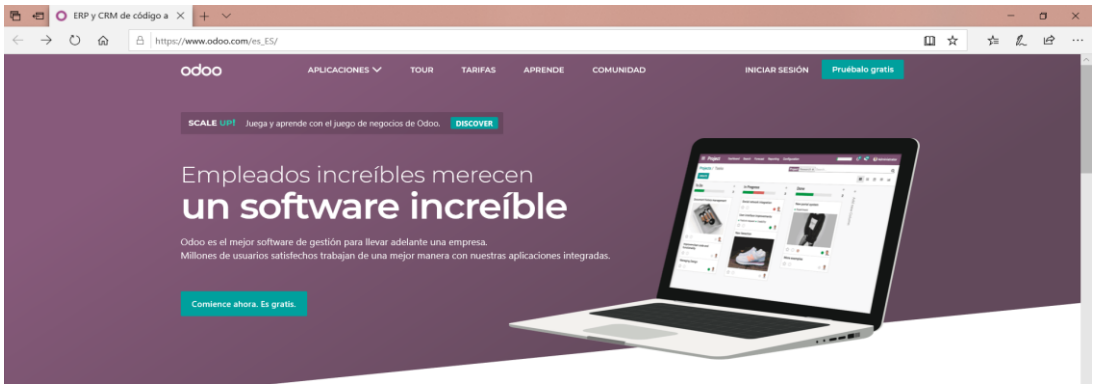


Fuente: http://ec2-18-221-184-214.us-east-2.compute.amazonaws.com

4.3 Configuración de ERP Odoo con servidor AWS.

Para la adquisición del ERP de Odoo ingresaremos a la siguiente dirección: https://www.odoo.com/es_ES/ luego buscamos en el navegador la pestaña documentos donde dimos clic para ingresar (Ver Ilustración 9).

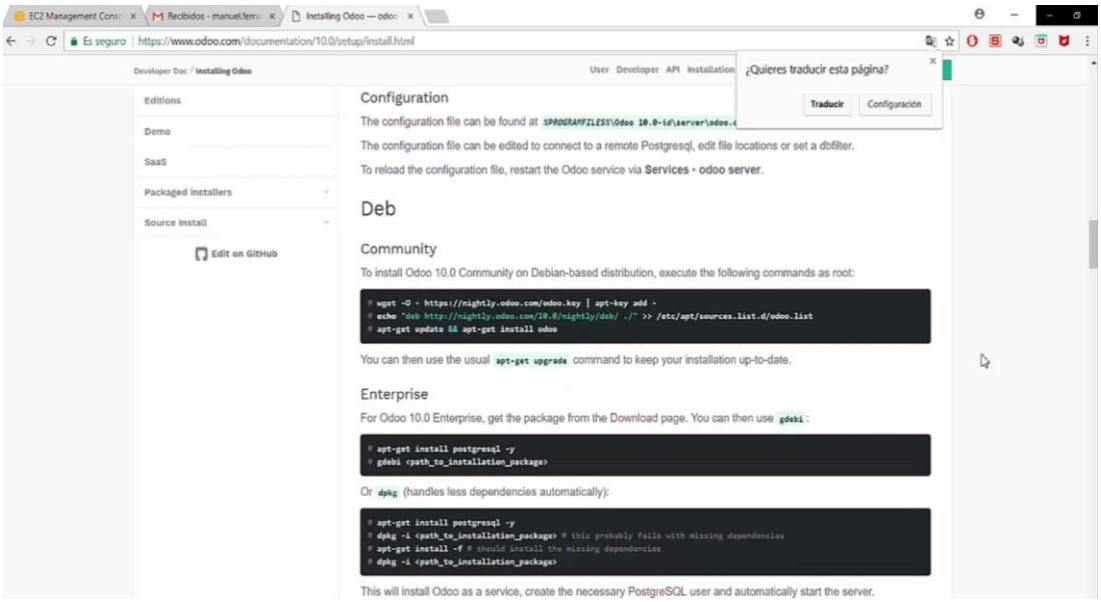
Ilustración 9. Adquisición ERP Odoo



Fuente: https://www.odoo.com/es_ES/

Luego en la siguiente ventana nos mostró los parámetros necesarios para la vinculación y configuración de la instalación del ERP Odoo en la nube del servidor AWS (Ver Ilustración 10).

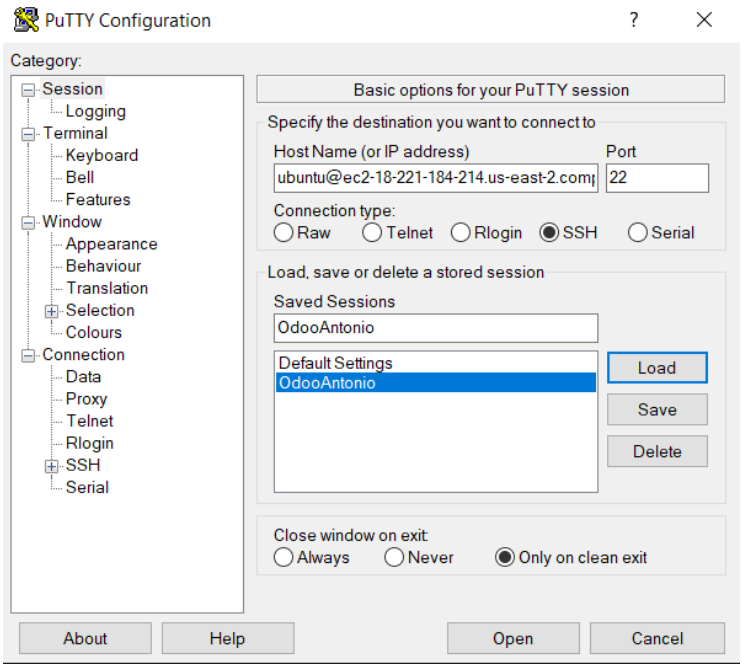
Ilustración 10. Parámetros de instalación de Odoo



Fuente: https://www.odoo.com/es_ES/

Para realizar la instalación del ERP Odoo y vinculación con en el servidor AWS ingresamos al programa Putty instalado en nuestra computadora y colocamos el puerto 22 de conexión, agregamos un nombre de sesión OdooAntonio y la dirección que nos proporcionó el servidor AWS de la siguiente manera: ubuntu@ec2-18-221-184-214.us-east-2.compute.amazonaws.com, luego dimos clic en Open (Ver Ilustración 11).

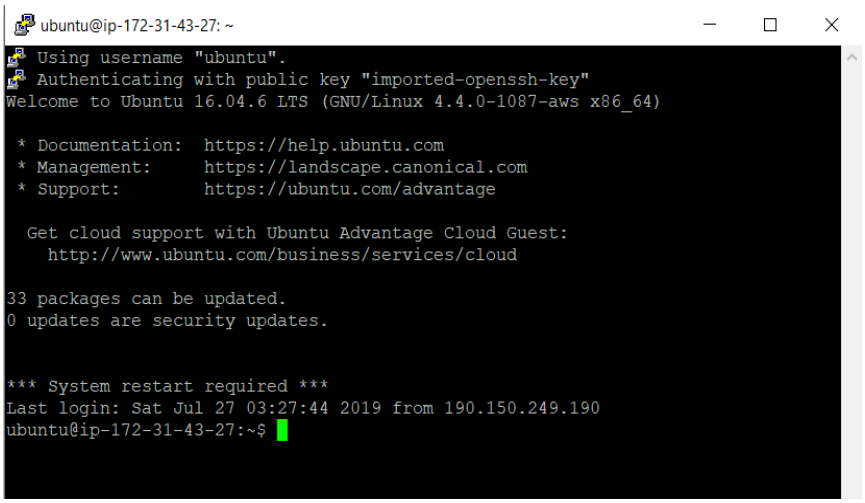
Ilustración 11. Configuración de ingreso a ERP Odoo



Fuente: https://www.putty.org/

Posterior a la configuración anterior ingresamos a la consola del servidor y colocamos los parámetros que están en el apartado de la (Ilustración 9). En la consola de putty que conecta al servidor para realizar la instalación (Ver Ilustración 12).

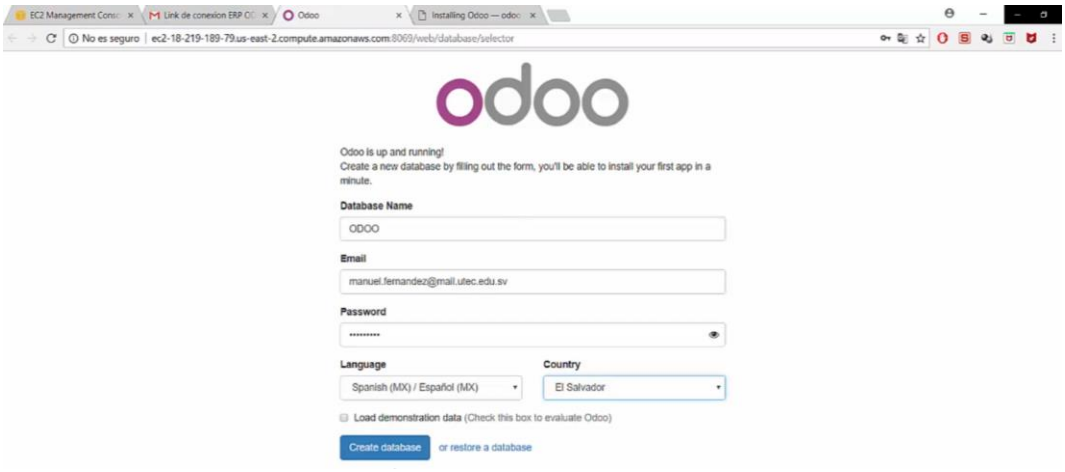
Ilustración 12. Consola de instalación del servidor AWS



Fuente: Consola de configuración Putty

Luego al haber realizado la vinculación e instalación de los parámetros en el servidor en la nube y obtener el link de la dirección de acceso nos aparecerá la ventana de configuración de creación de la base de datos, usuario y password para poder ingresar al ERP de Odoo (Ver Ilustración 13).

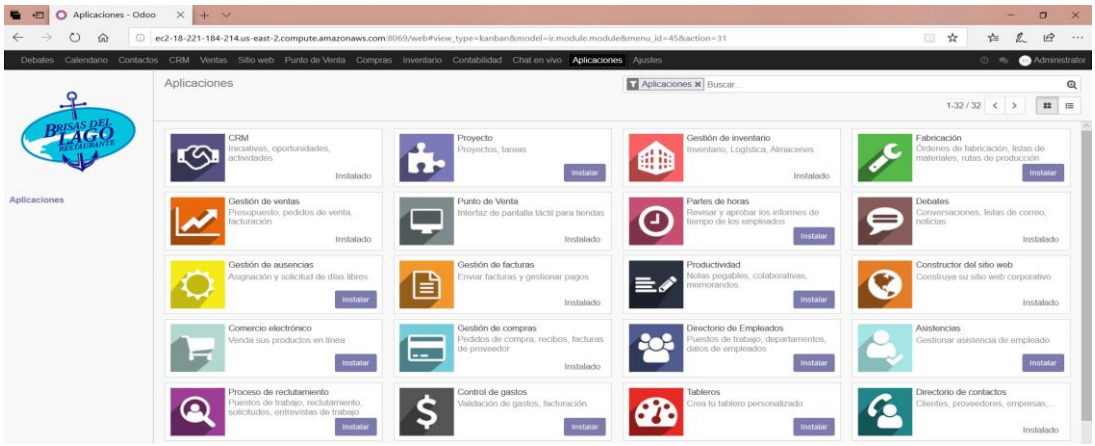
Ilustración 13. Configuración de ingreso a ERP Odoo



Fuente: http://ec2-18-221-184-214.us-east-2.compute.amazonaws.com:8069

Después de haber configurado las credenciales de la base de datos de Odoo, nos cargó el ERP vinculado con el servidor AWS con todas las aplicaciones para iniciar las instalaciones de cada módulo (Ver Ilustración 14).

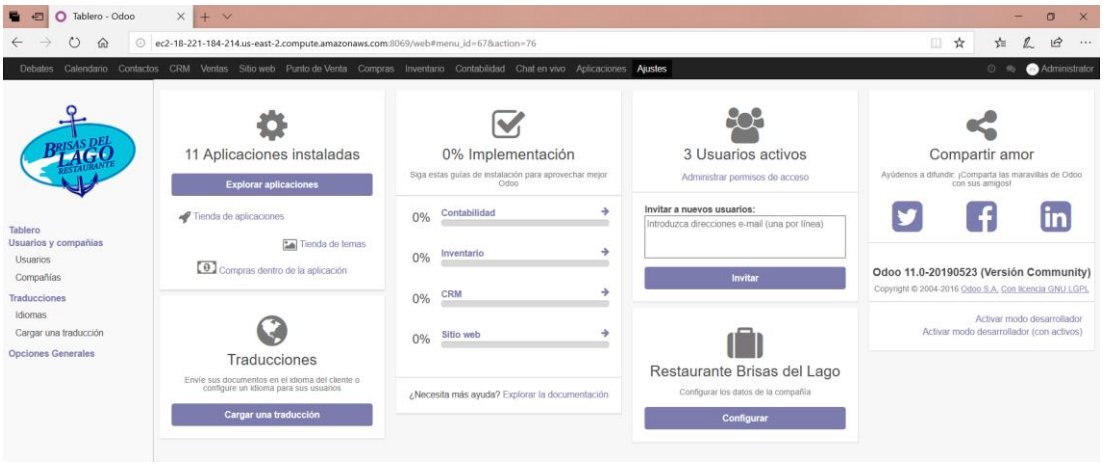
Ilustración 14. ERP Odoo instalado con sus módulos



Fuente: http://ec2-18-221-184-214.us-east-2.compute.amazonaws.com:8069

Posteriormente al haber instalado ya algunos módulos podremos ver en el tablero de configuración las aplicaciones instaladas en el ERP de Odoo para Restaurante Brisas del Lago (Ver Ilustración 15).

Ilustración 15. Tablero de configuración de ERP Odoo

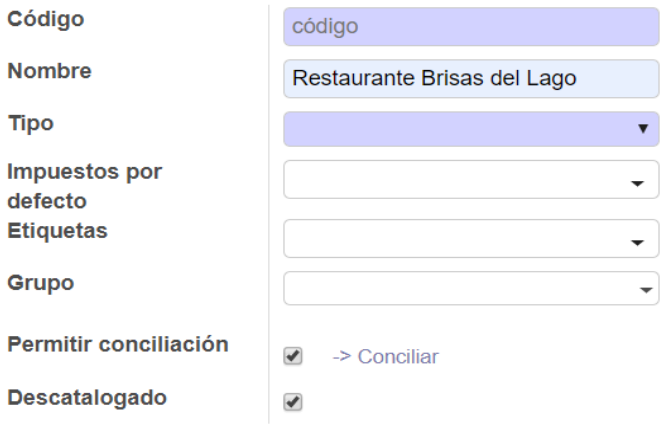


Fuente: http://ec2-18-221-184-214.us-east-2.compute.amazonaws.com:8069

4.4 Carga de catálogo contable.

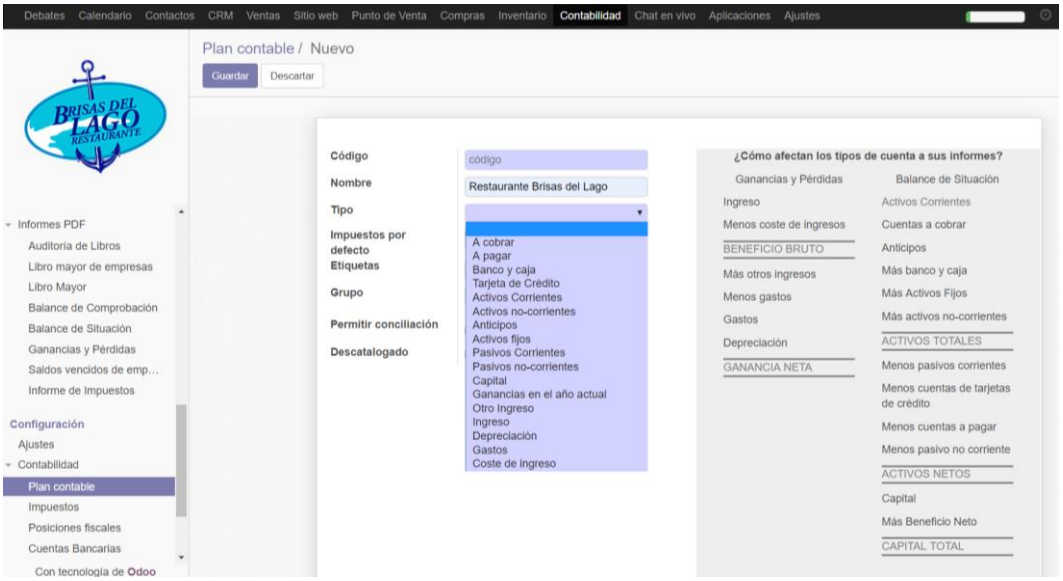
Inicialmente se creó el catálogo de cuentas en Excel con los parámetros requeridos por el ERP Odoo: código, nombre, tipo y conciliar, como se muestra a continuación (Ver Ilustraciones 16, 17 y 18).

Ilustración 16. Configuración inicial de catálogo de cuentas en Odoo



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Ilustración 17. Tipos de cuentas del plan contable en Odoo



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Al haber verificado la configuración inicial del ERP Odoo y los tipos de plan de cuentas de las imágenes anteriores, procederemos a configurar el catálogo de cuentas en archivo de Excel para luego cargarlo al sistema.

Ilustración 18. Catálogo de cuentas Restaurante Brisas del Lago

Restaurante Brisas del Lago

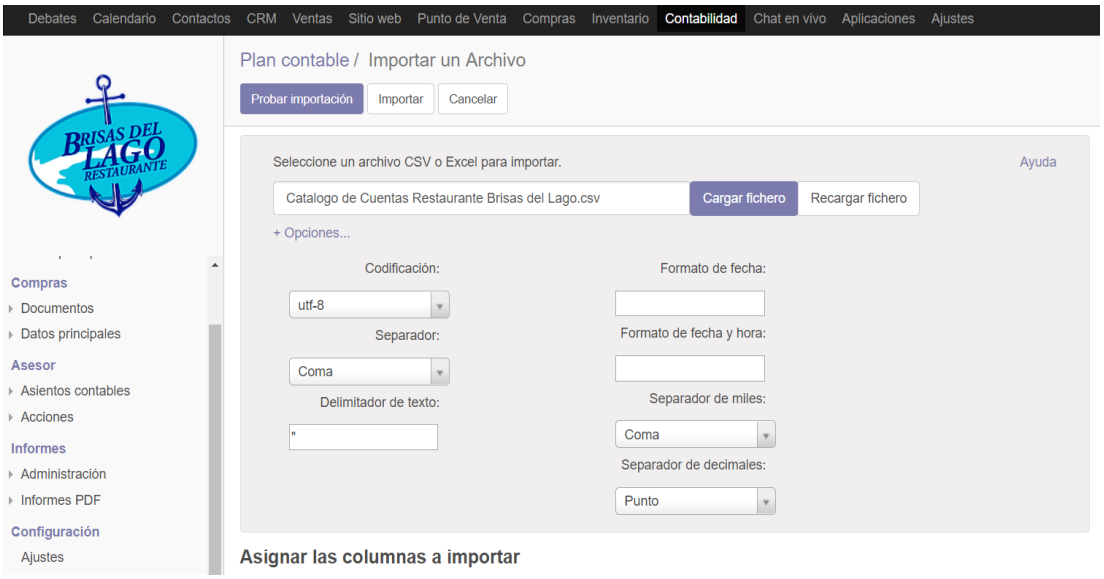
Catalogo de Cuentas

CODE	NAME	TYPE	RECONCILE
1	ACTIVO	Activos Corrientes	TRUE
11	ACTIVO CORRIENTE	Activos Corrientes	TRUE
1101	EFECTIVO Y EQUIVALENTES	Activos Corrientes	TRUE
110101	CAJA GENERAL	Activos Corrientes	TRUE
110102	CAJA CHICA	Activos Corrientes	TRUE
110103	BANCOS	Activos Corrientes	TRUE
11010301	Depósitos en Cuenta Corriente	Activos Corrientes	TRUE
11010302	Depósitos en Cuenta de Ahorro	Activos Corrientes	TRUE
110104	EQUIVALENTES DE EFECTIVO	Activos Corrientes	TRUE
11010401	Depósitos a Plazo hasta 90 Días	Activos Corrientes	TRUE
11010402	Otros Depósitos	Activos Corrientes	TRUE
11010403	Inversiones en Títulos Valores hasta 90 días	Activos Corrientes	TRUE
1102	CUENTAS POR COBRAR	A cobrar	TRUE
110201	CUENTAS POR COBRAR COMERCIALES	A cobrar	TRUE
110202	DOCUMENTOS POR COBRAR	A cobrar	TRUE
110203	ANTICIPOS A PROVEEDORES	A cobrar	TRUE
110204	DEUDORES VARIOS	A cobrar	TRUE
110205	PRÉSTAMOS Y ANTICIPOS AL PERSONAL	A cobrar	TRUE
11020501	Préstamos a Empleados	A cobrar	TRUE
11020502	Anticipos a Empleados	A cobrar	TRUE
110206	OTROS	A cobrar	TRUE
110220	ESTIMACION PARA CUENTAS INCOBRABLES (CR)	A cobrar	TRUE
1103	CUENTAS POR COBRAR ACCIONISTAS	A cobrar	TRUE
110301	CUENTAS POR COBRAR ACCIONISTAS	A cobrar	TRUE
1104	IMPUESTOS POR COBRAR	A cobrar	TRUE

Fuente: Elaboración propia equipo consultor

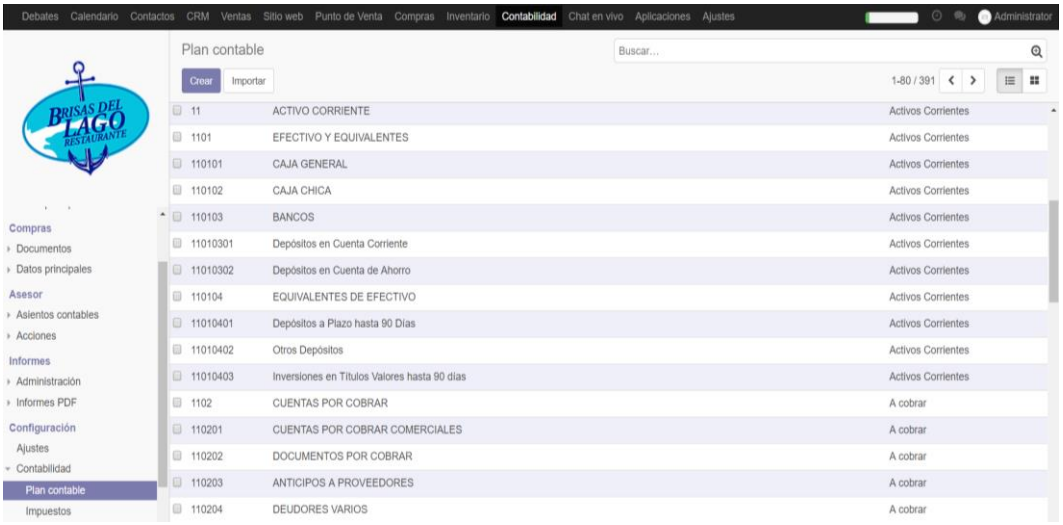
Luego nos iremos al módulo contabilidad, “Plan Contable” para realizar la carga del catálogo de cuentas, Odoo posee la facilidad de la carga masiva de datos en sus módulos, en este caso nos permite efectuar la carga completa del catálogo contable, únicamente respetando ciertos formatos y criterios que Odoo valida al momento de la carga. En las (Ilustraciones 19 y 20) se presenta la opción de carga al sistema.

Ilustración 19. Carga de catálogo de cuentas



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Ilustración 20. Modelo del plan contable ya cargado en Odoo



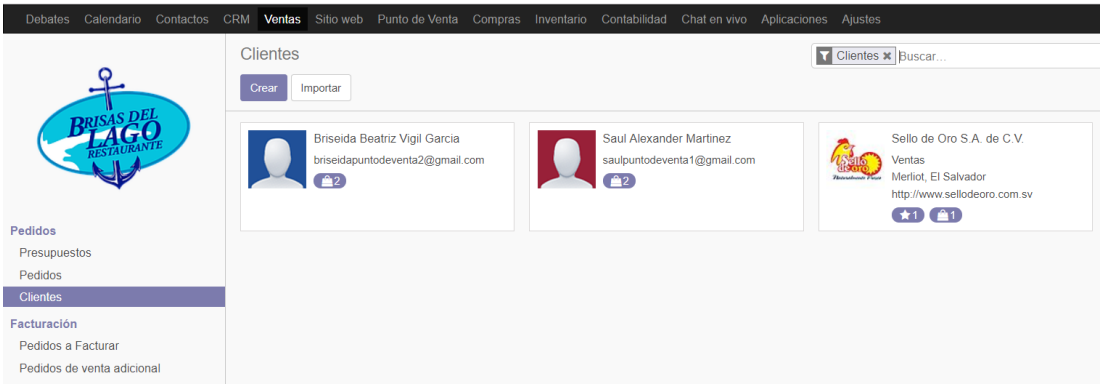
Fuente: Elaboración propia equipo consultor

4.5 Creación de clientes y sus parametrizaciones básicas.

Para la creación de Clientes tenemos dos opciones de crearlos, y en ambas podemos efectuar la carga de clientes al sistema de similar forma que el plan contable.

Primera opción creación de clientes desde la aplicación “Ventas”, en la opción clientes, muestra la opción Crear o Importar tal como se muestra en la ventana principal (Ver Ilustración 21).

Ilustración 21. Creación de clientes base desde la aplicación ventas



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Seleccionamos en la ventana de creación la opción “Compañía”, para que nos identifique que es una entidad propia y de uso para toda la compañía.

Los Datos solicitados al maestro de clientes son básicos, desde nombre de la compañía del cliente, dirección, números telefónicos, otros datos básicos.

En la parte inferior de la pantalla de creación se encuentran cinco pestañas a completar, de las cuales tres son de información y las restantes son de suma importancia ya que definen como operara dicho cliente en un sentido contable.

Las cinco pestañas están formadas por: “Contactos y Direcciones”, “Notas Internas”, estas son de carácter informativo, a continuación, las de suma importancia para un correcto funcionamiento; “Ventas y compras”, en la cual se especifica si es cliente o proveedor, o si puede ser una combinación de ambos.

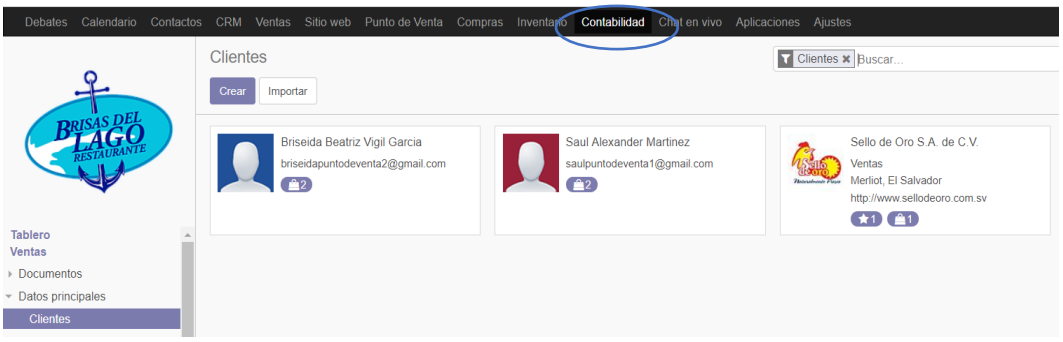
En la pestaña “Contabilidad”, exige hacía que cuenta contable apuntarán nuestros clientes, para el caso del Restaurante Brisas del Lago se definió que los registros de dichos clientes afectaran la cuenta “101200 Cuentas a cobrar clientes detalle”, y en caso de existir, “Cuentas a pagar nos afecte la cuenta 111100”.

De estas parametrizaciones dependerá el buen funcionamiento de los registros que se efectúen con los clientes.

Creación de clientes desde la aplicación “Contabilidad”, muestra en el menú de la izquierda la opción Ventas, seleccionar Cliente y muestra las mismas opciones y requerimientos antes descritos (Ver Ilustración 22).

En ambos escenarios permite crear al pie del proveedor notas internas sobre los clientes y proveedores.

Ilustración 22. Creación de clientes desde la aplicación contabilidad



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

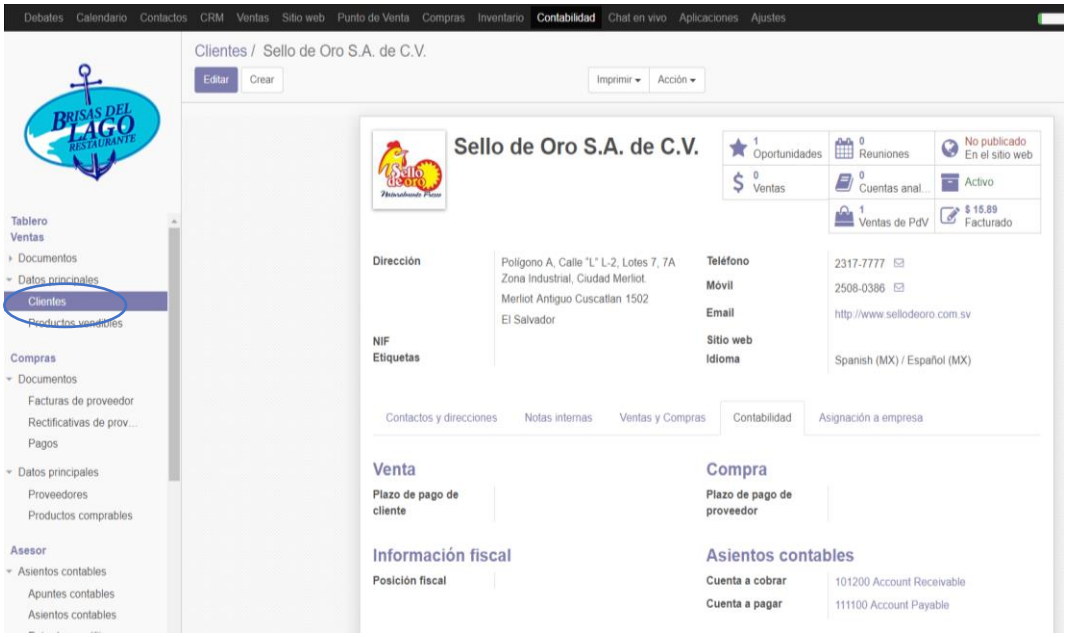
Como parte de las gestiones propias del sistema, que permite utilizar Odoo tenemos las reflejadas en la (Ilustración 22), en la esquina superior derecha, las cuales nos permite archivar, seleccionar la estrella que es una oportunidad de negocios con el cliente, agendar reuniones, mostrar las actividades, ver lo facturado tanto en cuantía, como en monto con un cliente determinado, de igual forma se logra acceder desde dicho menú a consultar las cuentas analíticas que se han visto afectados con las operaciones realizadas con el cliente.

Permitiendo así eficientizar la toma de decisiones por parte de los propietarios y administradores.

Para efectos de la operatividad del Restaurante Brisas del Lago, se han creado tres clientes los cuales son básicamente una empresa y dos contratantes, se incluyeron por temas de eventos, entre otros.

A continuación, se presentan los clientes creados en el ERP para la operatividad de la compañía (Ver Ilustración 23).

Ilustración 23. Cliente creado en el ERP para el restaurante



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

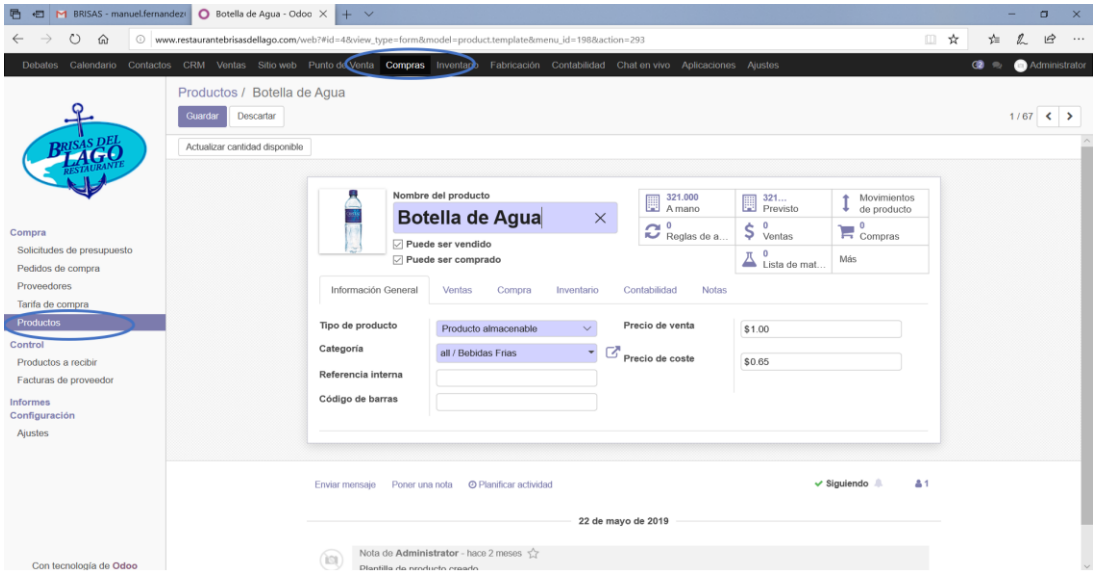
4.6 Creación de proveedores y sus parametrizaciones básicas.

Se incorpora el proceso de creación de los proveedores y sus parametrizaciones, ya que posee una secuencia lógica sumamente similar a la creación de clientes con la variante en la aplicación contable y su parametrización básica.

Así como la creación de Clientes se puede hacer desde dos módulos, así se pueden crear y parametrizar los proveedores, desde el módulo Proveedores o desde el módulo de contabilidad.

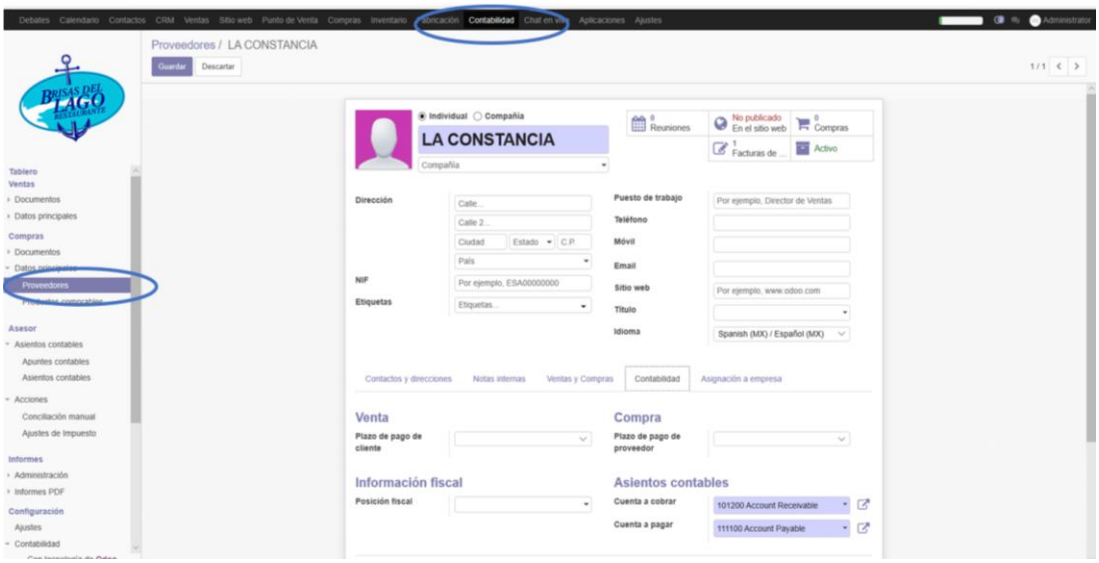
Creación de proveedores desde el módulo de “Compras”: Dentro del módulo de Compra, se visualiza al lado izquierdo el menú de todos los componentes propios del módulo tal como se muestra en las (Ilustraciones 24 y 25), seleccionamos proveedores y nos proporciona en la ventana principal la opción de crear o cargar.

Ilustración 24. Creación de proveedores desde el módulo compras



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Ilustración 25. Creación de proveedores desde el módulo contabilidad



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Al elegir la opción “Crear”, despliega la ventana de creación de proveedor, en la que al igual que en la creación de cliente se toma la opción “Compañía” para definir que es un proveedor para toda la compañía.

Al igual que en los clientes los datos que nos solicita son: Nombre o razón social del cliente, dirección, Números telefónicos, otros datos básicos.

En la parte inferior de la pantalla de creación se encuentran cinco pestañas a completar, de las cuales dos son de información y las restantes son de suma importancia ya que definen como operara dicho proveedor en un sentido contable.

Las cinco pestañas están formadas por: “Contactos y Direcciones”, “Notas Internas”, estas son de carácter informativo, a continuación, las de suma importancia para un correcto funcionamiento; “Ventas y compras”, en la cual se especifica si es cliente o proveedor, o si puede ser una combinación de ambos.

En la pestaña “Contabilidad”, exige hacía que cuenta contable apuntarán nuestros clientes, para el caso del Restaurante Brisas del Lago se definió que el registro de dichos Proveedores afectará la cuenta “Proveedores Locales” (Pasivo), y en caso de existir Cuentas por cobrar nos afecte la cuenta “Otras cuentas por cobrar”.

De estas parametrizaciones dependerá el buen funcionamiento de los registros que se efectúen con los proveedores, sus apuntes contables en las órdenes de compra, entre otras.

Creación de Proveedores desde la aplicación “Contabilidad”, muestra en el menú de la izquierda la opción “Compras” y dentro de tal, la opción “Proveedores”, seleccionar Proveedores y muestra las mismas opciones y requerimientos antes descritos.

En ambos escenarios permite crear al pie del proveedor notas internas sobre los clientes y proveedores.

Tal como lo vimos en, como parte de las gestiones propias del sistema, que permite utilizar Odoo ubicadas en la esquina superior derecha, las cuales nos permiten Archivar, Agendar reuniones, Mostrar las actividades, ver lo facturado tanto en cuantía como en monto con un proveedor específico, Efectuar compras desde ese mismo entorno, de igual forma se logra acceder desde dicho menú a consultar las cuentas analíticas que se han visto afectados con las operaciones realizadas con el cliente.

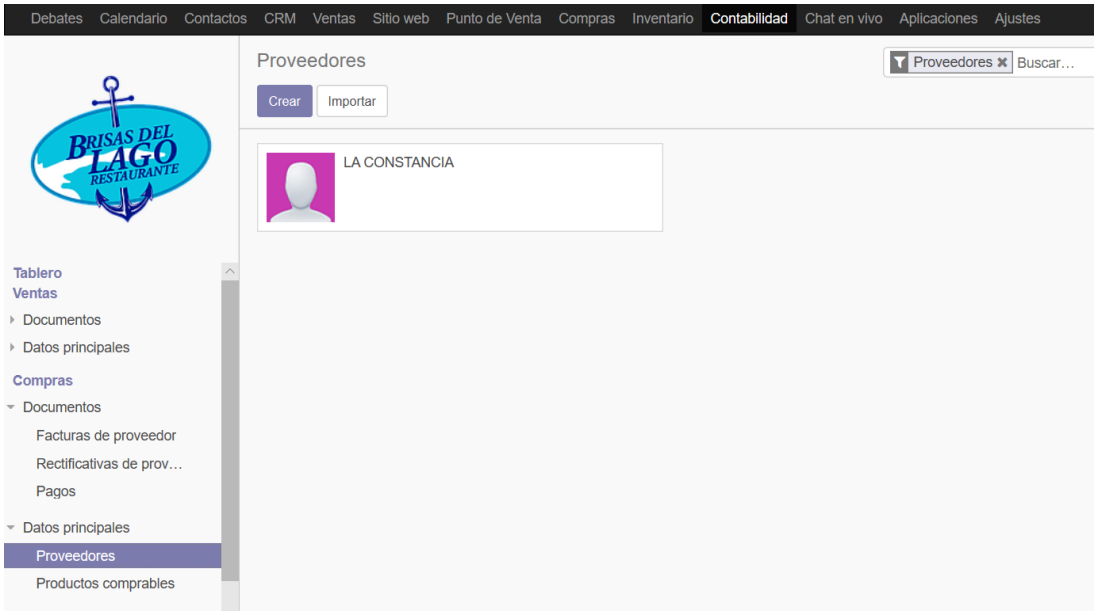
Permitiendo así eficientizar la toma de decisiones por parte del propietario y administradores.

Para efectos de la operatividad del Restaurante Brisas del Lago, se ha creado un Proveedor principal, esto en consideración a cualquier operación de bajo valor o por emergencia que se necesite usar, aunque se recomienda la creación de cualquier proveedor en el caso de surgir nuevos, para efectos de control, gestión

y análisis de resultados y en cumplimientos a las normativas legales aplicables en El Salvador.

A continuación, se presentan los Proveedores creados en el ERP para la operatividad de la compañía (Ver Ilustración 26).

Ilustración 26. Proveedores creados en el ERP



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

4.7 Creación y parametrización de productos (inventario)

Dentro de la consultoría efectuada al Restaurante Brisas del Lago, y con base a la herramienta de diagnóstico, así como entrevistas y visitas de campo se identificó que la entidad no posee un maestro de productos, entendiendo como maestro de productos, la base de todos los artículos necesarios para operar con sus respectivas descripciones, costos, precios de venta, entre otros atributos.

El equipo consultor construyó una base de todos aquellos productos que son necesarios en la operatividad de la compañía, se crearon, por categoría de productos, así como su respectivo apunte contable, es decir determinar que

afectación contable nos dará al momento de efectuar un evento con determinado producto, como, por ejemplo, producto almacenable, consumible, servicio, otros inventarios, etc.

Dicho proceso se efectuó inicialmente en formato xls, para su respectiva implementación en el ERP, quedando abierta la posibilidad a los administradores del Restaurante Brisas del Lago, de poder efectuar cambios necesarios tanto en descripciones, incorporación, modificación de precios y costos.

Como segundo proceso se inicia con el proceso de Creación y parametrización de los productos en Odoo.

Como se ha podido observar en el proceso de creaciones y parametrizaciones en el ERP de cada uno de sus elementos básicos, todos los anteriores son partes fundamentales y esenciales en el proceso de implementación del sistema al Restaurante Brisas del Lago. De igual forma es la creación y parametrización de los productos que contendrá el inventario de la compañía.

Desde este momento entenderemos como productos todas las existencias físicas para la venta o producción, que posea el Restaurante Brisas del Lago, ya sean productos almacenables, consumibles y de servicio.

El proceso de creación de dichos productos es sumamente amigable debido a las bondades que presenta Odoo, para la creación de tales se consta de dos vías en las que se pueden hacer y cada una de estas posee dos opciones a su vez.

Creación de productos desde el módulo “Compras”: La creación desde el módulo de compras, el usuario únicamente deberá colocarse en el menú que despliega en el lado izquierdo, en el cual muestra entre todas las opciones, la denominada “Productos”, al dar clic sobre tal mostrará la pantalla principal en la cual, en la parte superior de la misma presentará dos botones, denominados “Crear” e “Importar”. Siendo estas las dos opciones mencionadas anteriormente.

Cada una posee sus ventajas o forma de uso dependiendo las exigencias de la compañía que se esté implementando.

Es de suma importancia la correcta creación de los artículos, tal como se verá más adelante, es con estos con los que se crea el mapeo o ruta contable de los mismos y de los cuales dependerán los correctos resultados al momento de la imputación de tales en las diferentes operaciones del Restaurante Brisas del Lago. Como, por ejemplo; Compras de materia prima, y la venta de los mismos en los diferentes puntos de venta de la organización.

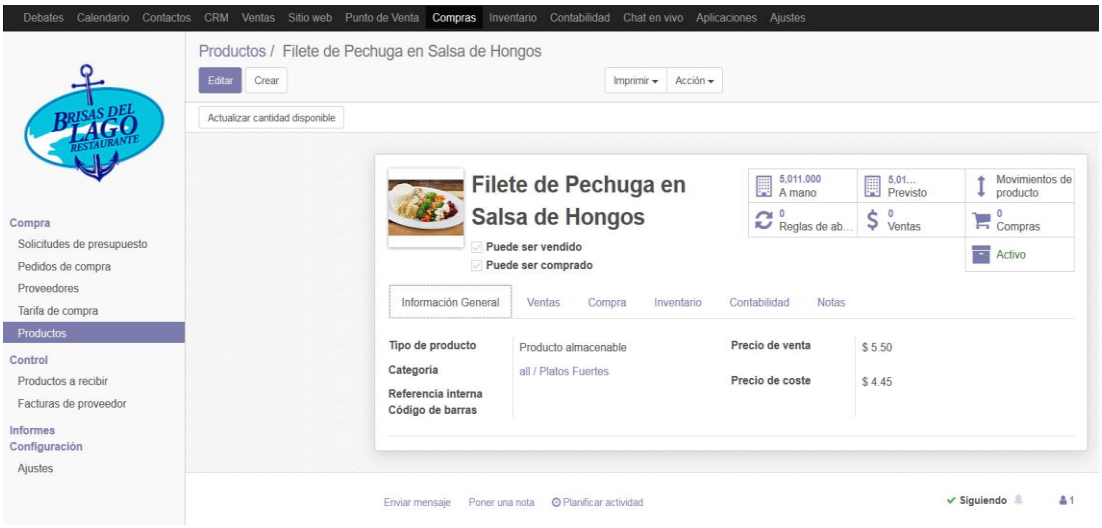
Basados en la herramienta de diagnóstico se han establecido 64 productos aproximadamente, los cuales para el equipo consultor sería un trabajo sumamente exhaustivo crear artículo por artículo.

Ya que la carga nos permite importar desde la referencia interna, descripción, hasta la carga de las imágenes de cada uno de los artículos. Pero nos deja por fuera las respectivas parametrizaciones contables.

Por lo que como equipo consultor optamos por la creación de artículo por artículo llevando el control de cada uno de los mismos y efectuando los respectivos apuntes contables y de categorías.

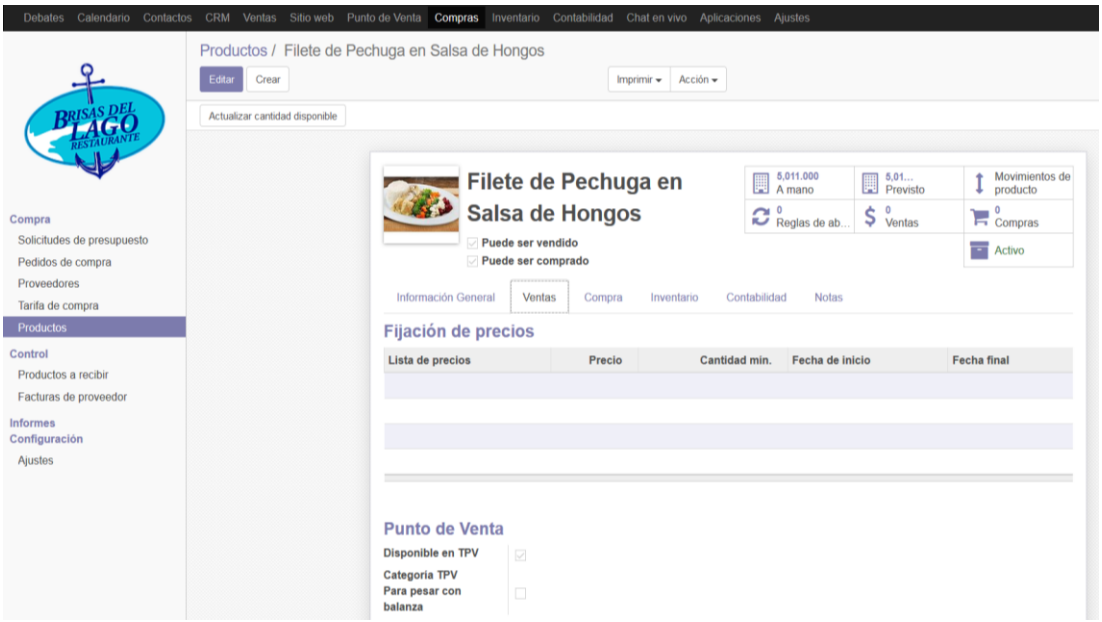
A continuación, se ejemplifica todo lo descrito en el proceso de creación de productos desde el módulo de compras, así como sus respectivos indicadores propios del producto Ver (Ilustraciones 27 a 32).

Ilustración 27. Creación de productos desde el módulo compras



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Ilustración 28. Productos pestaña ventas



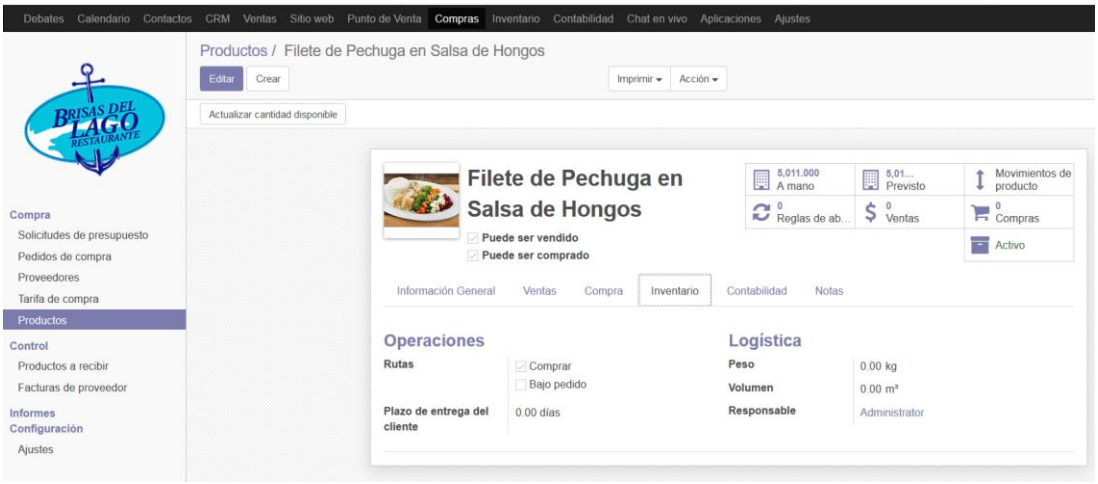
Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Ilustración 29. Productos pestaña compra



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Ilustración 30. Producto pestaña inventario



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Ilustración 31. Productos pestaña contabilidad



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

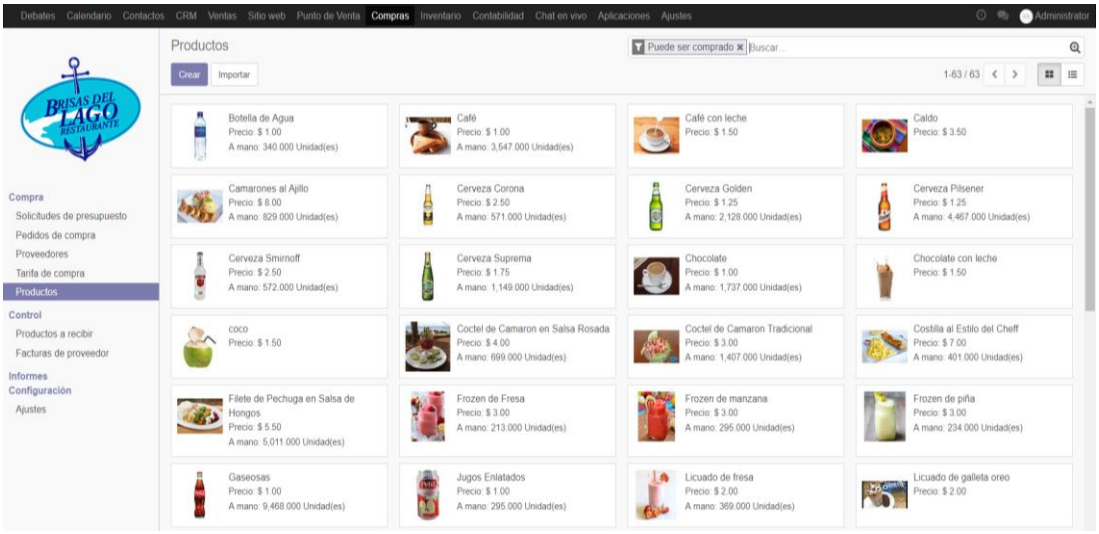
Ilustración 32. Productos pestaña notas



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

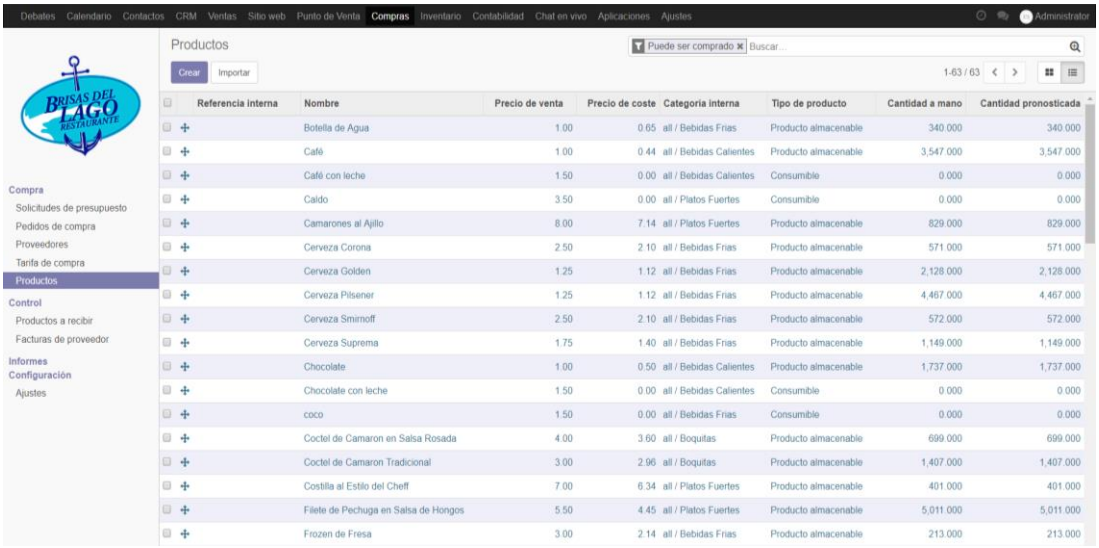
A continuación, se presenta maestro de productos finalizado en dos vistas, a nivel de icono y a nivel de lista, en el cual en este último nos refleja mayor información que nos permitirá mantener controles y por consiguiente una mejor gestión del Restaurante Brisas del Lago (Ver Ilustraciones 33 y 34).

Ilustración 33. Maestro de productos compras en imágenes



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Ilustración 34. Maestro de productos compras en listado



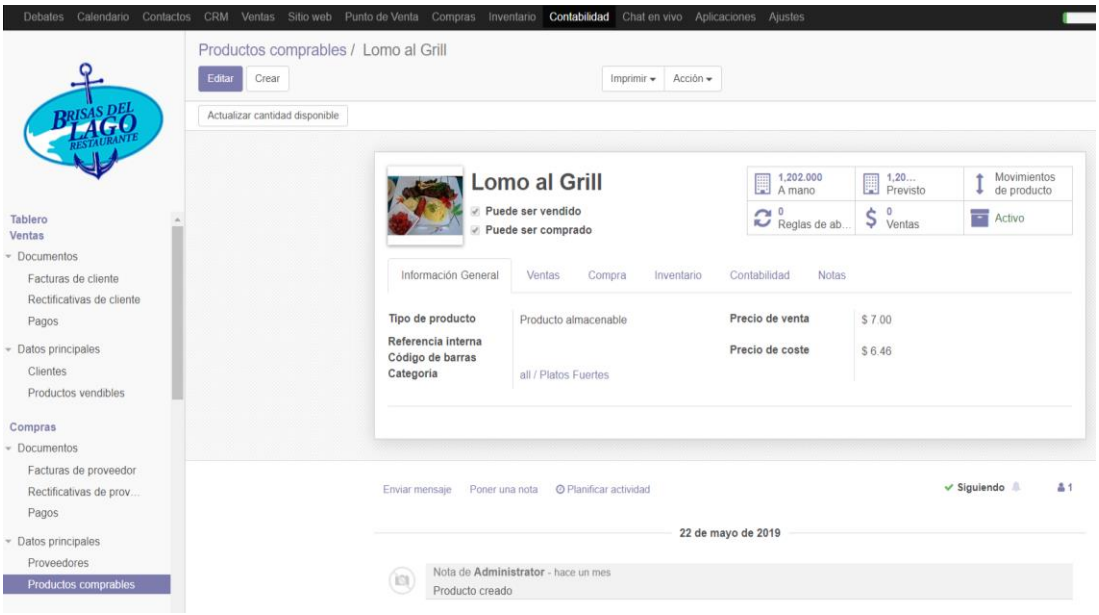
Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Creación de productos desde el módulo “Contabilidad”: Como se ha podido observar con anterioridad, las interfaces o el ambiente que muestra Odoo son sumamente similares, permitiendo así al usuario familiarizarse con la determinación de dicha tarea, desde cualquier entorno en el que se pueda operar la misma rutina.

Para el caso de creación de productos desde el módulo de contabilidad, nos desplazaremos por el menú del lado izquierdo, en el grupo de compras encontraremos el sub menú “Productos comprables”, el cual al seleccionar con un simple clic nos desplegará la pantalla principal de creación de artículos, mostrándonos siempre dos opciones en la parte superior de dicha pantalla “Crear” e “Importar”.

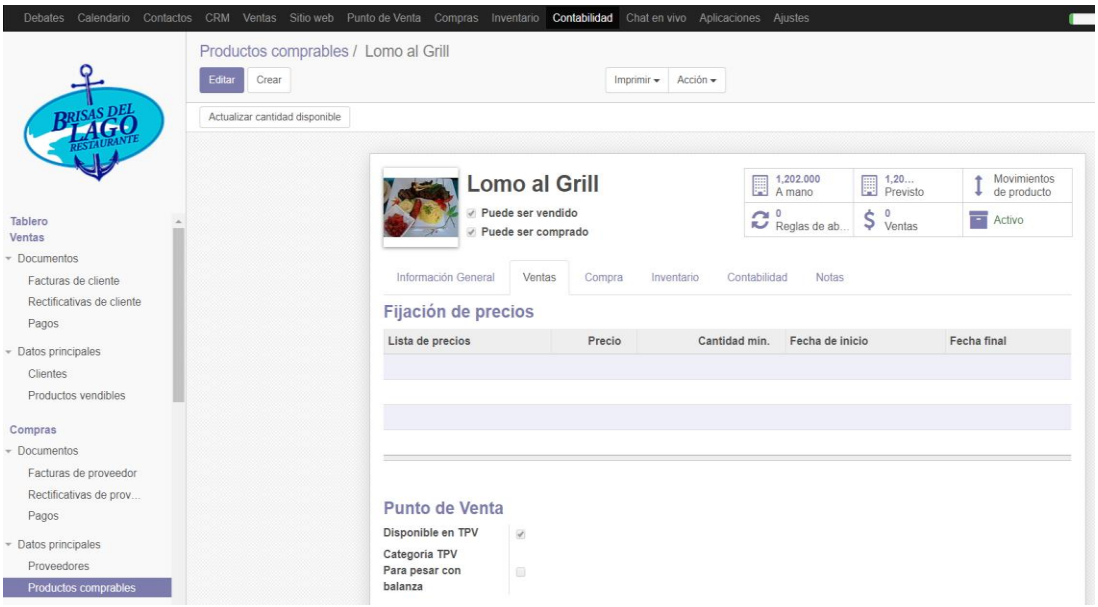
Una vez seleccionada la opción crear nos mostrará todos los campos antes vistos en el apartado “Creación de productos desde el módulo de Compras”. A continuación, se presenta el proceso antes descrito (Ver Ilustraciones 35 a la 40).

Ilustración 35. Creación de productos desde el módulo contabilidad



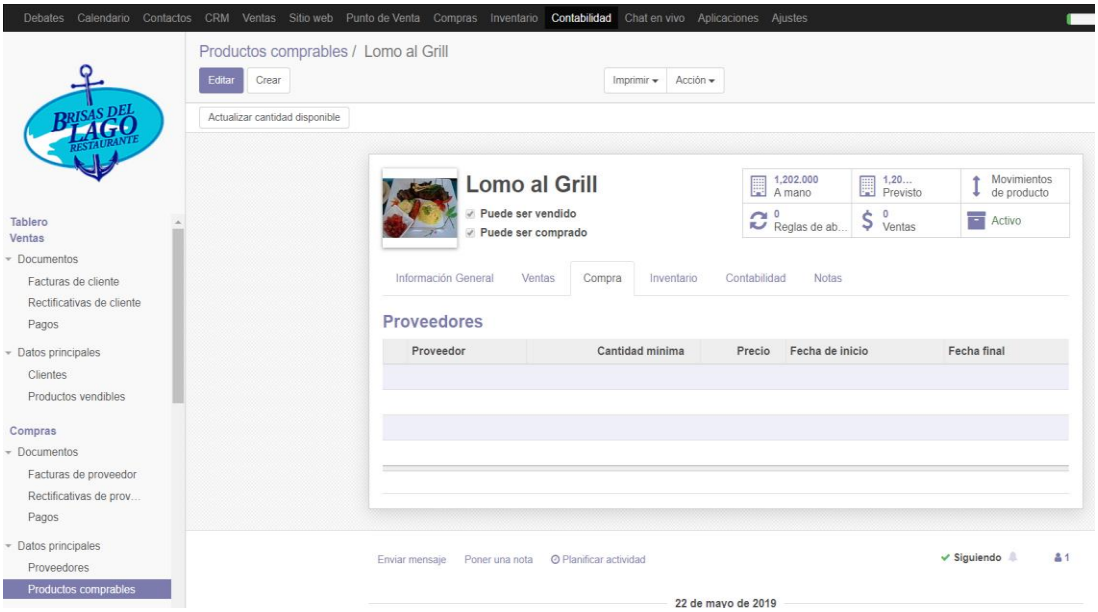
Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Ilustración 36. Productos pestaña ventas



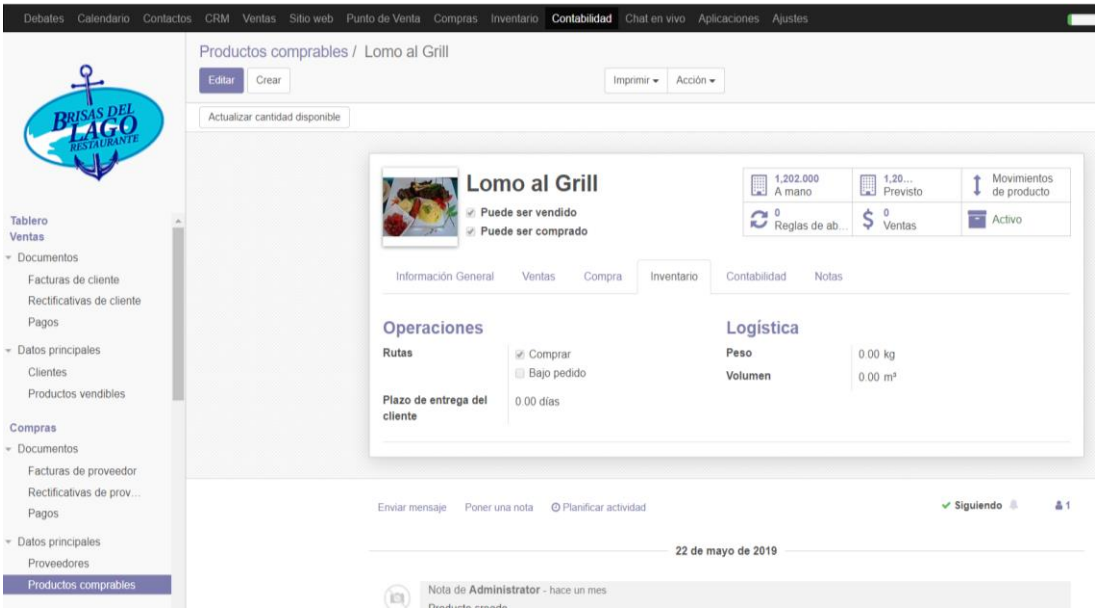
Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Ilustración 37. Producto pestaña compra



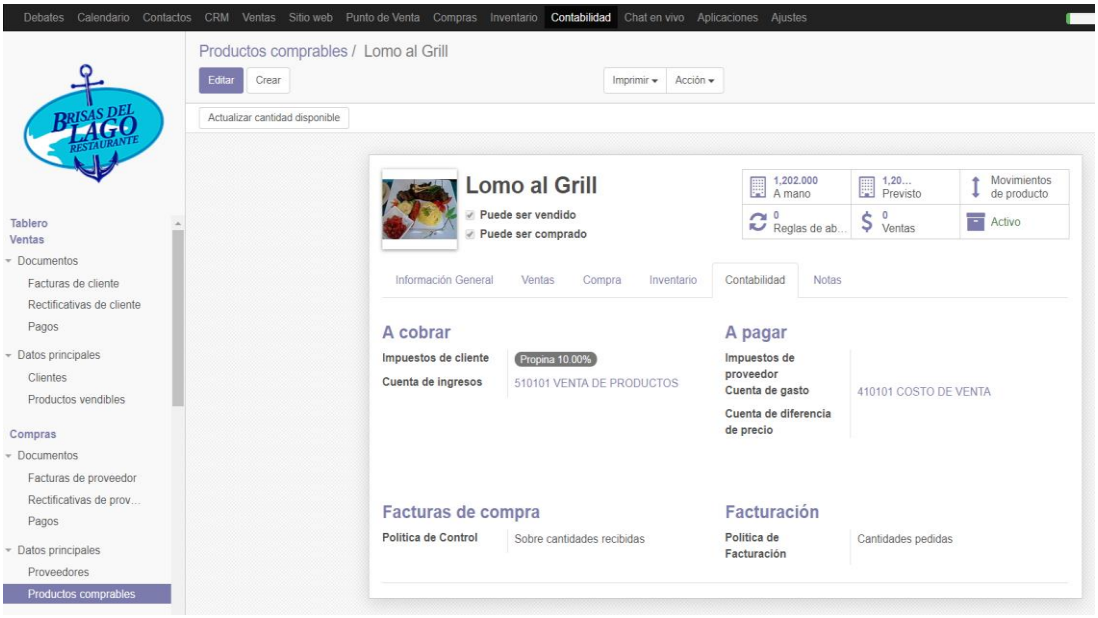
Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Ilustración 38. Productos pestaña inventario



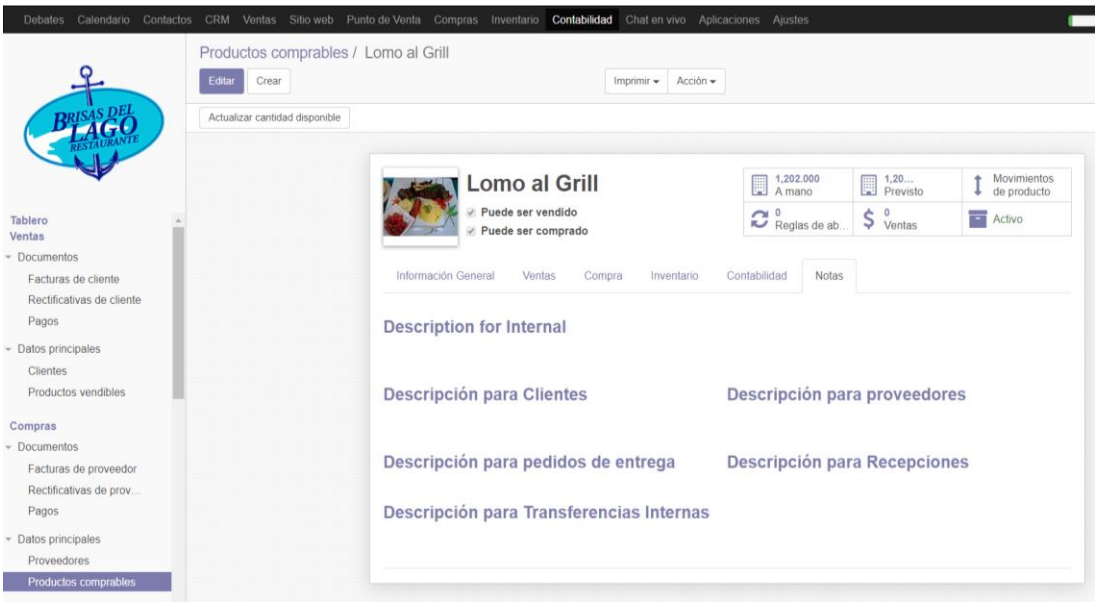
Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Ilustración 39. Productos pestaña contabilidad



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

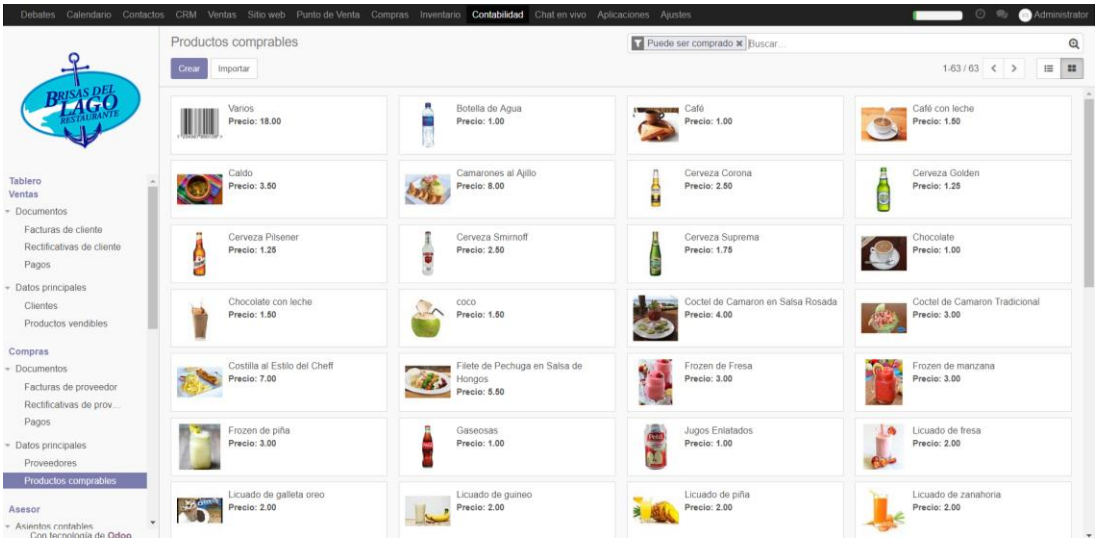
Ilustración 40. Productos pestaña notas



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

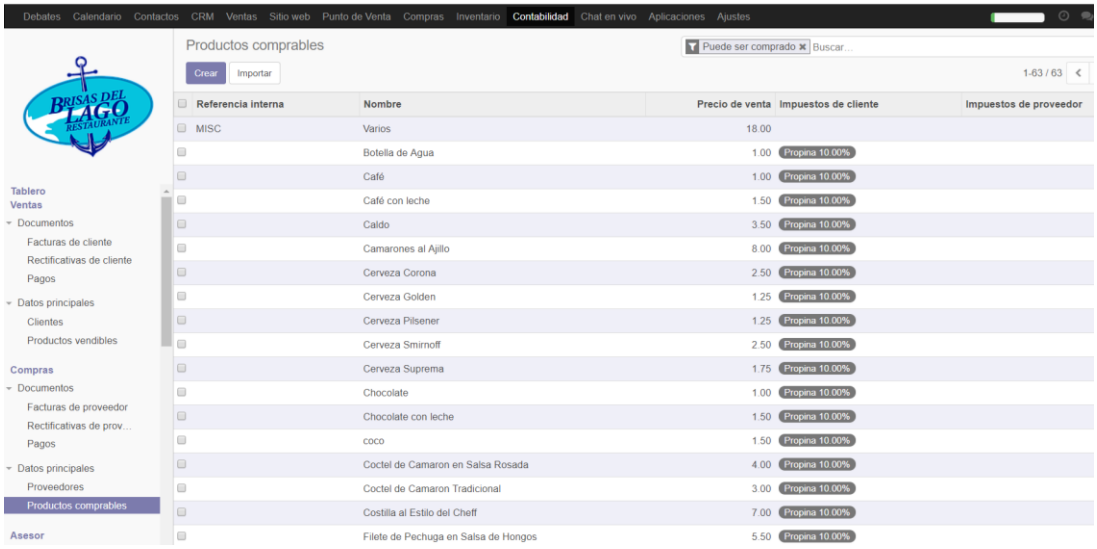
A continuación, se presenta maestro de productos finalizado en dos vistas, a nivel de icono y a nivel de lista, en el cual en este último nos refleja mayor información que nos permitirá mantener controles y por consiguiente una mejor gestión del Restaurante Brisas del Lago (Ver Ilustraciones 41 y 42).

Ilustración 41. Maestro de productos contabilidad en imágenes



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

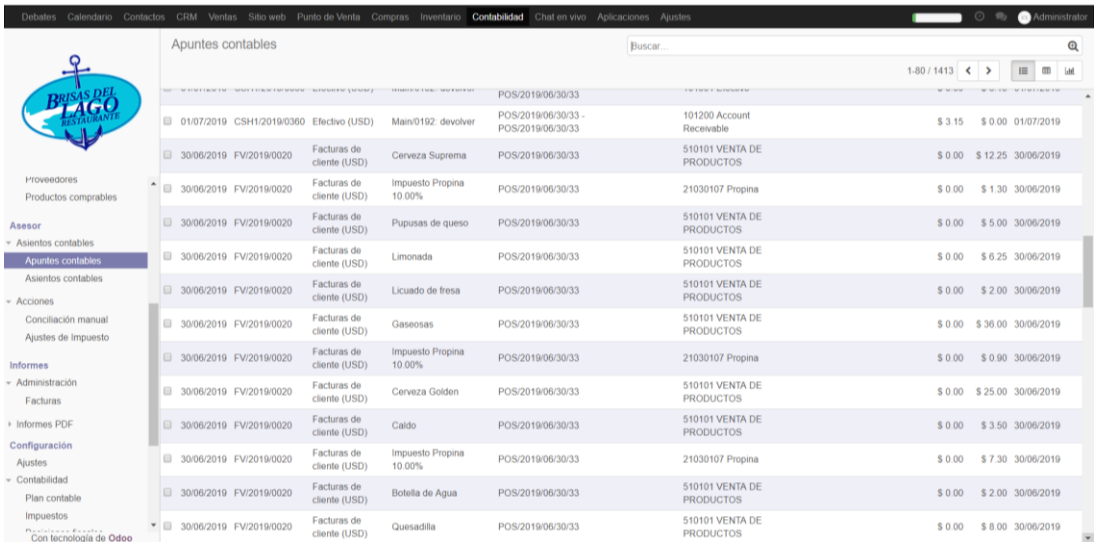
Ilustración 42. Maestro de productos contabilidad en listado



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Una vez realizada la creación y la parametrización de las categorías de productos y sus respectivos artículos ejemplificaremos los resultados al efectuar una operación en el punto de venta de la compañía. La cual mostrará cada una de las cuentas previamente establecidas por el equipo consultor (Ver Ilustración 43).

Ilustración 43. Resultados de cuentas del punto de venta



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

4.8 Proceso Carga Inicial de Inventarios.

Una vez efectuada las configuraciones de Categorías de productos, Creación y parametrización de productos, podemos proceder a efectuar el proceso de "Carga inicial de Inventario".

Dicho proceso es sumamente sencillo, Odoo nos permite colocar las existencias reales al momento de comenzar en vivo la aplicación de igual forma ajustar inventarios en determinado periodo.

Para efectuar dicho proceso bastará con ingresar en el módulo "Inventario", desplazándonos en el menú principal tal módulo encontraremos la opción "Control de Inventario", y como sub familia, la opción "Ajustes de inventario", al dar un clic en este, nos desplegará la pantalla principal de "Ajustes de

Inventarios”, en la que nos mostrará las opciones de "Crear" e "importar", dando un clic en la opción "Crear", nos mostrará la pantalla principal en la que nos solicitara el nombre del Inventario que estamos creando o ajustando, Seleccionaremos la opción "Todos los productos" e "Incluir productos agotados".

Damos un clic en "Iniciar Inventario" y de forma automática nos mostrará todos los productos que previamente creamos y parametrizamos, así como las descripciones, Cantidad Teórica y Cantidad Real, siendo esta última la que modificaremos con las cantidades que deseamos ingresar, tal como se muestra en las siguientes (Ilustraciones 44 a la 50).

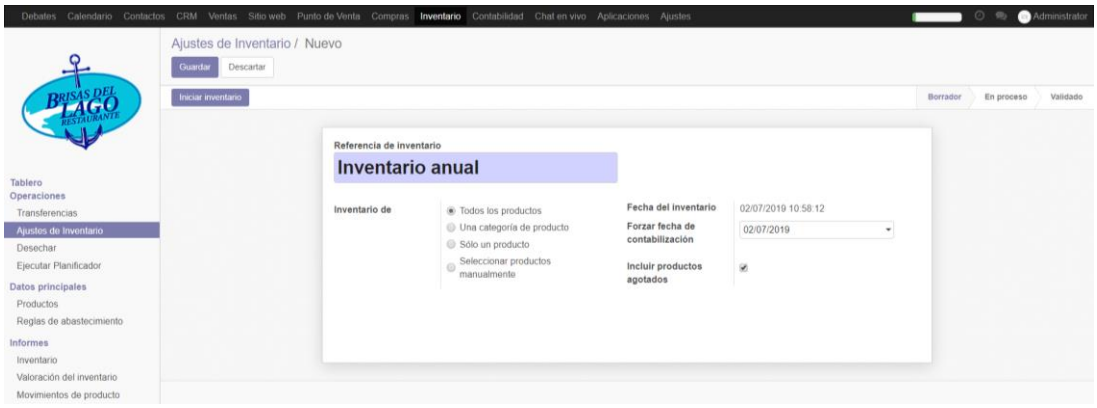
Como paso final, daremos clic en "Guardar" y "Validar inventario", Listo, tendremos actualizado nuestros Stock en sus diferentes categorías.

Ilustración 44. Inventario inicial



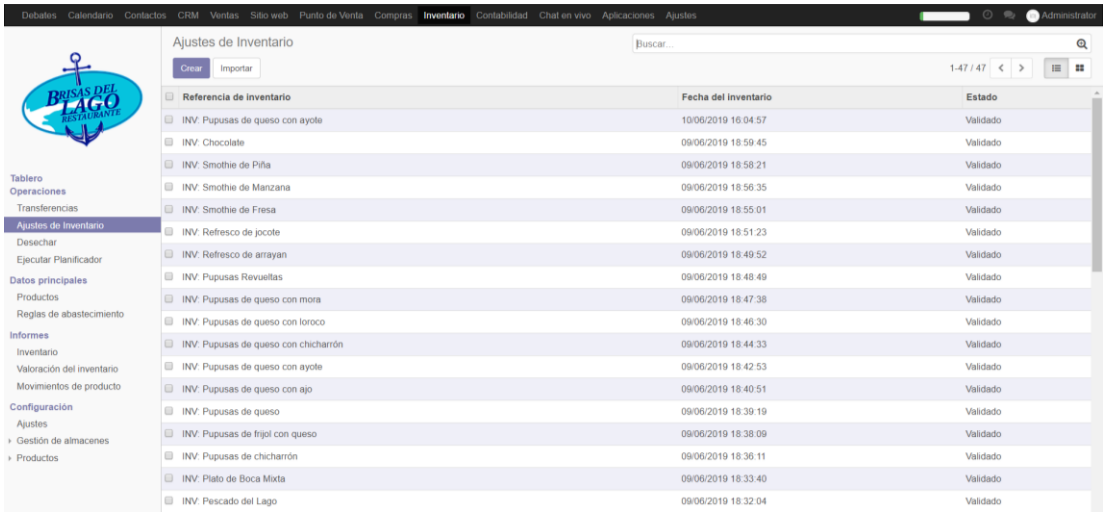
Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Ilustración 45. Creando nuevo inventario de productos



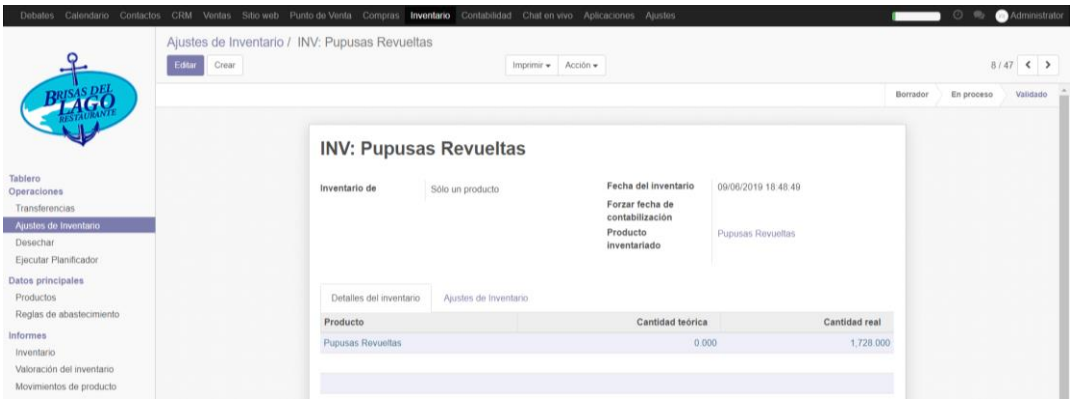
Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Ilustración 46. Ajustes de inventario



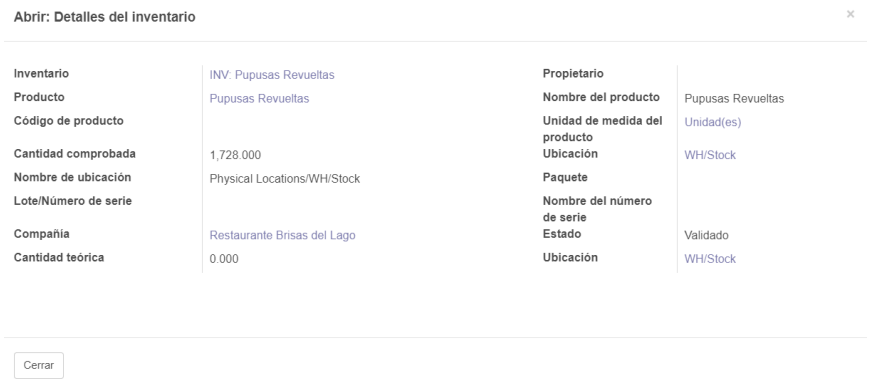
Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Ilustración 47. Ajustando el inventario de un producto



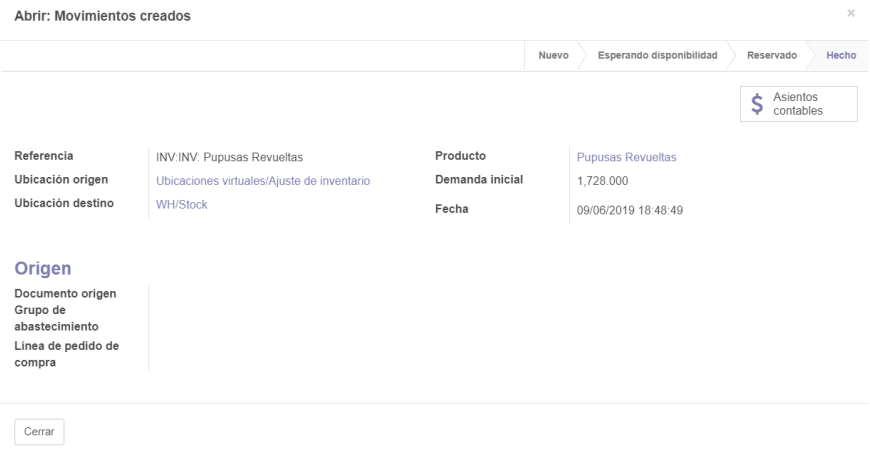
Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Ilustración 48. Edición de productos para actualizar inventario manual



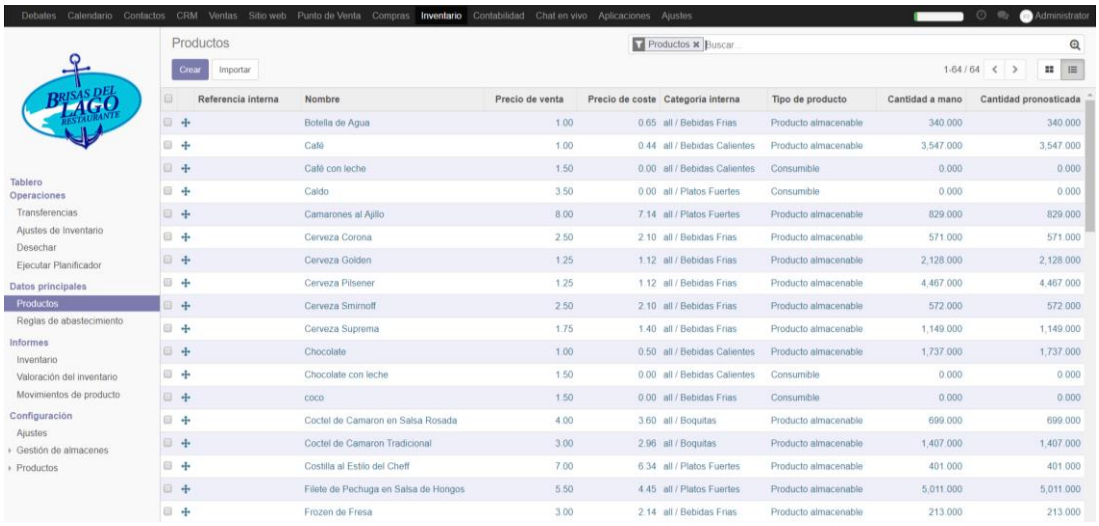
Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Ilustración 49. Movimientos realizados al inventario



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Ilustración 50. Cantidad de inventario prevista



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Anexo 2: Manual Creación de Productos

CREADO POR EQUIPO CONSULTOR PARA EL

RESTAURANTE BRISAS DEL LAGO

Contenido

1. Objetivos 200

2. Alcance 200

3. Creación de productos 201

3.1 Ingreso al sistema Odoo. 201

3.2 Interacción del sistema Odoo Inventario – Productos. 203

3.3 Creación de Productos. 203

3.4 Listado de productos creados con su ilustración 211

Contenido de Ilustraciones

Ilustración 1. Navegadores de Internet 201
Ilustración 2. Introducción URL 201
Ilustración 3. Pantalla de inicio de sesión al sistema Odoo 202
Ilustración 4. Pantalla de inicio del sistema Odoo 202
Ilustración 5. Módulo de inventario creación de productos 203
Ilustración 6. Seleccionando módulo productos 204
Ilustración 7. Crear productos 205
Ilustración 8. Formulario productos 205
Ilustración 9. Agregar Ilustración al producto 206
Ilustración 10. Ficha información general 207
Ilustración 11. Ficha ventas 207
Ilustración 12. Ficha Compra 208
Ilustración 13. Ficha inventario 208
Ilustración 14. Contabilidad 209
Ilustración 15. Ficha notas 210
Ilustración 16. Tablero gestión de inventario 210
Ilustración 17. Listado de productos con Ilustración 211

1. Objetivos

- Proporcionar una guía para el uso del módulo creación de nuevos productos en el sistema Odoo para el Restaurante Brisas del Lago.

- Ingresar al sistema los productos con su identificador de Ilustración.

- Crear categorías de productos con el llenado correcto de cada ficha que solicita el sistema.

2. Alcance

El módulo creación de productos del sistema Odoo del Restaurante Brisas del Lago, determina las principales herramientas para una buena gestión de productos e inventario que es fundamental para un mejor control financiero.

El sistema permite configurar por medio de un formulario la creación de productos, donde podemos agregar fotografía del producto, nombre del producto, tipo, referencia, precio, coste y categorías internas, además dentro del formulario asignamos las cuentas contables necesarias para la gestión financiera que tendrán los productos de la empresa.

3. Creación de productos

3.1 Ingreso al sistema Odoo.

Para acceder al sistema Odoo de Restaurante Brisas del Lago se requiere de acceso a internet desde cualquier dispositivo conectado a internet para la gestión del sistema.

Paso 1. Lo primero que se debe de realizar es abrir un navegador para poder acceder a una página Web, puede ser cualquiera de las que se presentan a continuación (Ver Ilustración 1).

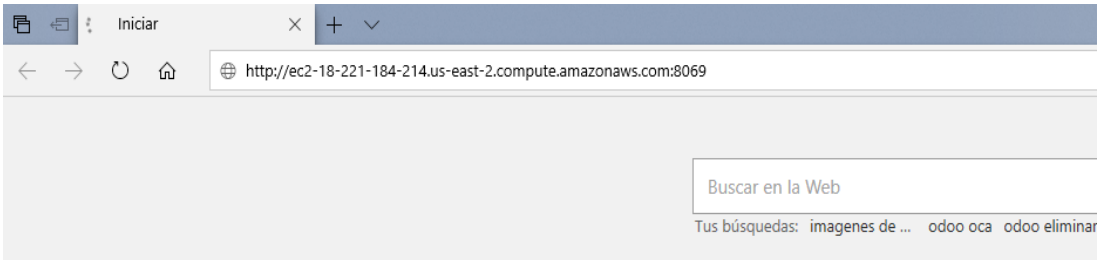
Ilustración 1. Navegadores de Internet



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Paso 2. Dirigirse a la barra de direcciones del navegador e introducir la url: http://ec2-18-221-184-214.us-east-2.compute.amazonaws.com:8069, se mostrará la siguiente (Ver Ilustración 2).

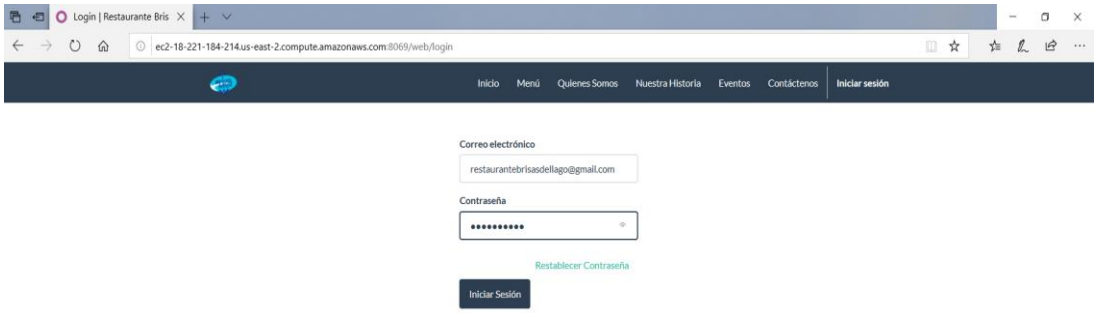
Ilustración 2. Introducción URL



Fuente: http://ec2-18-221-184-214.us-east-2.compute.amazonaws.com:8069

Paso 3. Se muestra la pantalla de acceso al sistema Odoo de Restaurante Brisas del Lago, dirigirse a Iniciar sesión y luego a llenar el formulario con las credenciales de usuario y clave, se mostrará a continuación (Ver Ilustración 3).

Ilustración 3. Pantalla de inicio de sesión al sistema Odoo



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Paso 4. En correo electrónico se digita el correo que será el del administrador del sistema, la contraseña será asignada a la persona administradora del mismo.

Paso 5. Hacer clic en Iniciar Sesión para que se pueda acceder al sistema Odoo, se mostrara la bandeja de entrada como se muestra a continuación (Ver Ilustración 4).

Ilustración 4. Pantalla de inicio del sistema Odoo

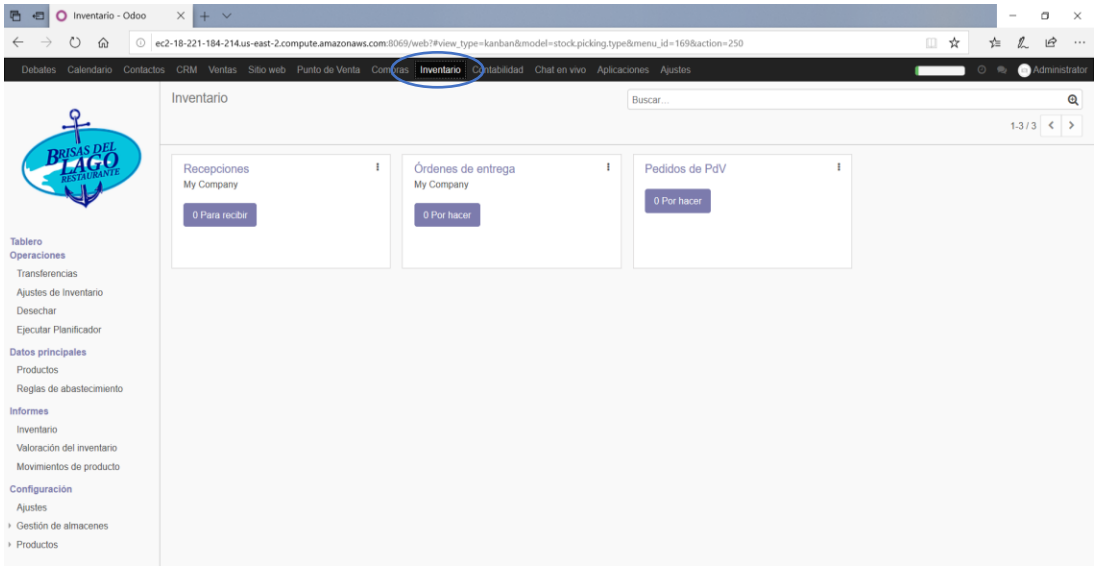


Fuente: Elaboración propia equipo consultor

3.2 Interacción del sistema Odoo Inventario – Productos.

El módulo de productos permitirá al Restaurante Brisas del Lago gestionar el ingreso de datos e Ilustración de sus productos al sistema para un mejor control (Ver Ilustración 5).

Ilustración 5. Módulo de inventario creación de productos



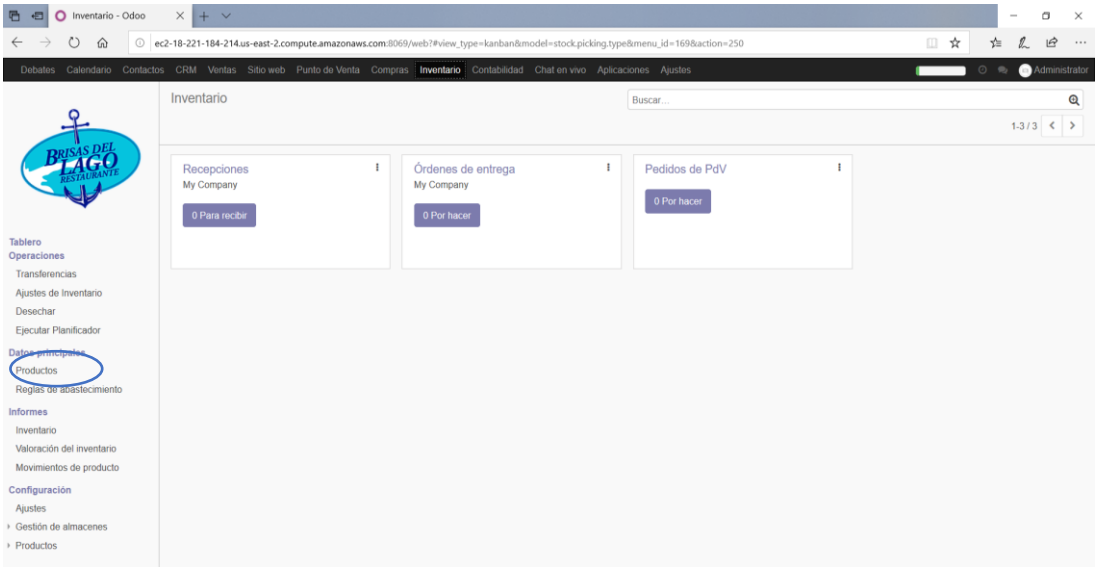
Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Se visualiza en la parte izquierda los diferentes módulos que reflejan la gestión del inventario en la cual está la creación de productos.

3.3 Creación de Productos.

Al ingresar al módulo de inventario en Odoo seleccionamos el módulo de inventario, luego damos clic en productos el cual nos abrirá otra ventana para iniciar la creación de productos (Ver Ilustración 6).

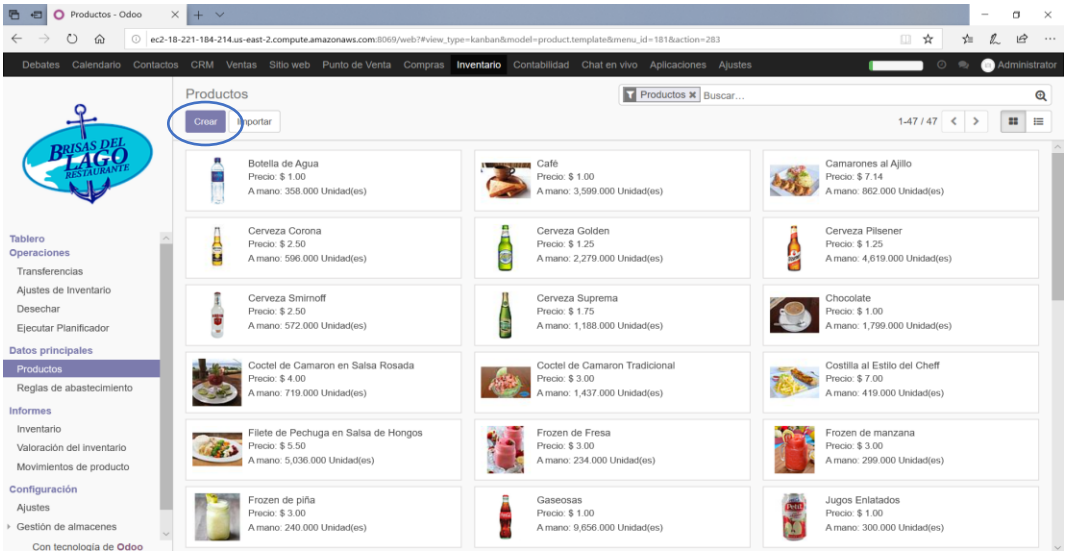
Ilustración 6. Seleccionando módulo productos



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

A continuación, se nos activara la creación de productos, para crear un nuevo producto en la base de datos, hacer clic en el botón de crear, ubicada en la parte superior izquierda de la pantalla (Ver Ilustración 7).

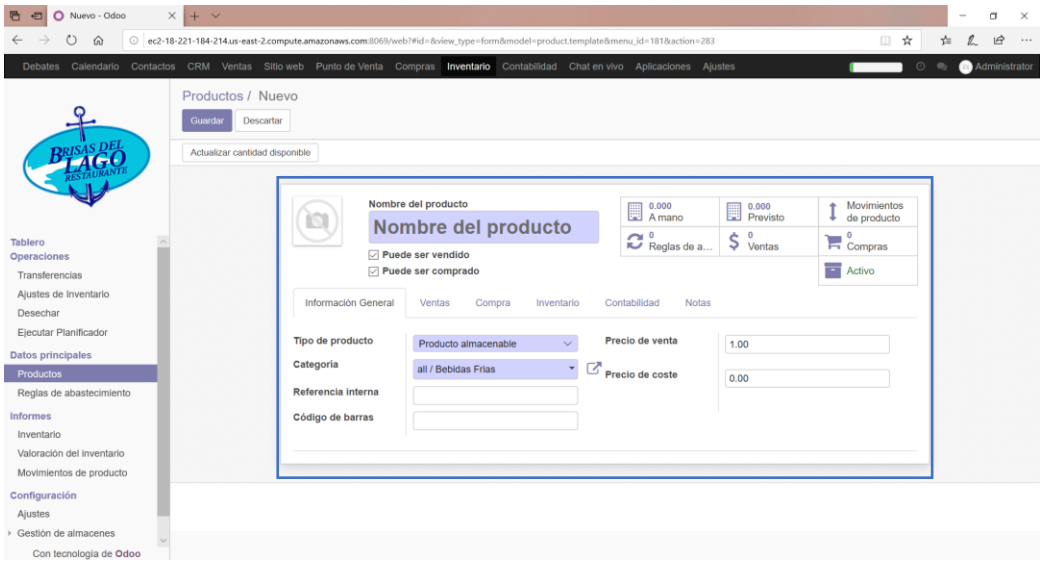
Ilustración 7. Crear productos



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Luego, el sistema nos abrirá el formulario para crear el producto, donde podemos agregar las características como: agregar una fotografía del producto, nombre del producto, tipo, referencia de producto, precio, coste y categorías internas (Ver Ilustración 8).

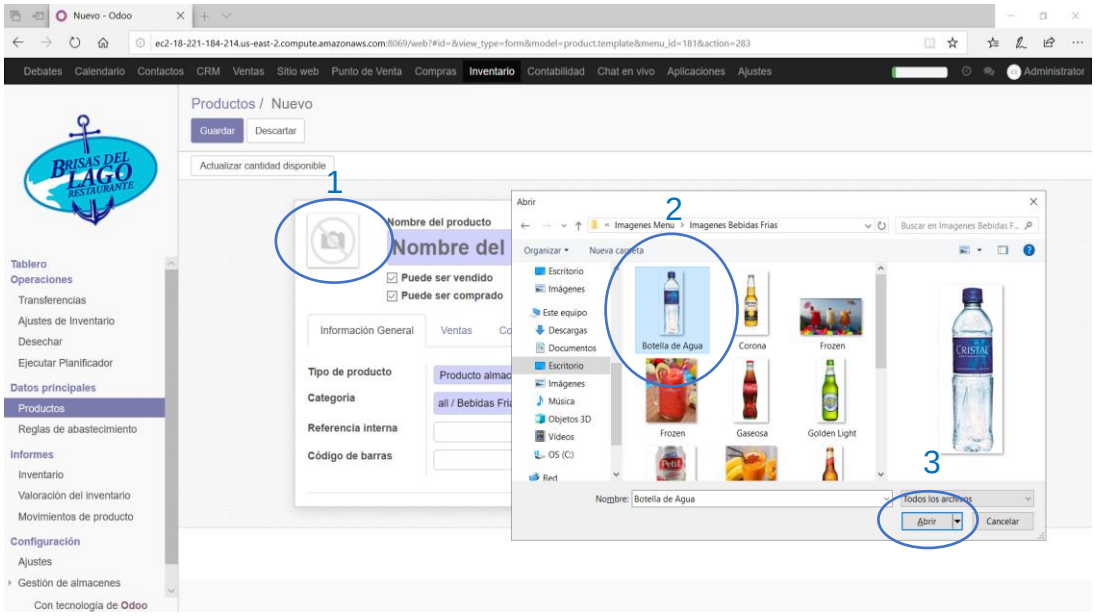
Ilustración 8. Formulario productos



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Por ejemplo, para agregar una Ilustración daremos clic en editar sobre la Ilustración de cámara (1), luego nos abrirá la ventana de búsqueda y buscaremos en nuestro ordenador la Ilustración del producto que queremos colocar en nuestro caso una botella de agua cristal (2), luego damos clic en abrir (3) y nos la anexará al formulario (Ver Ilustración 9).

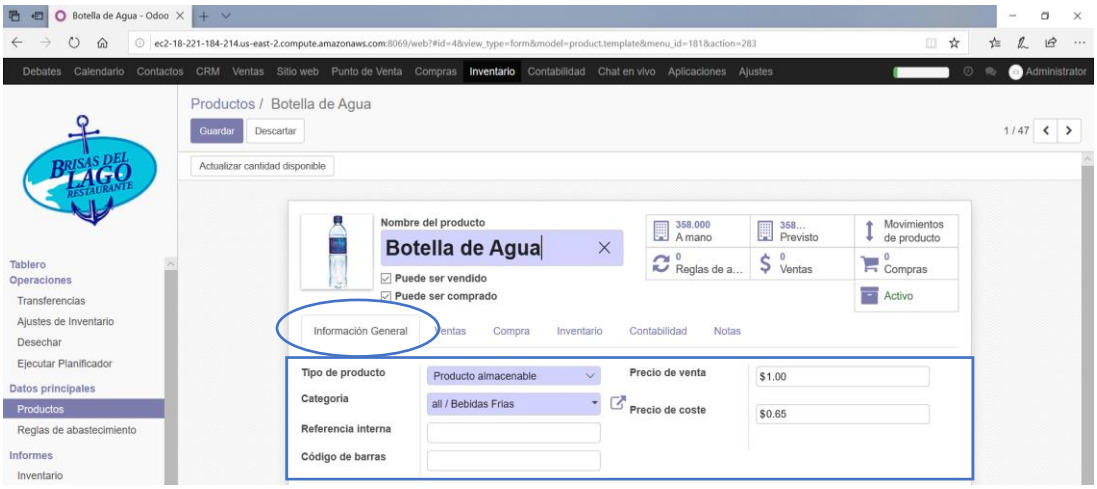
Ilustración 9. Agregar Ilustración al producto



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Al anexar la Ilustración que seleccionemos en nuestro ejemplo fue el de agua, iniciamos llenando la ficha Información General (tipo de producto, categoría, precio de venta, precio de coste, referencia interna y si se tiene código de barras), (Ver Ilustración 10).

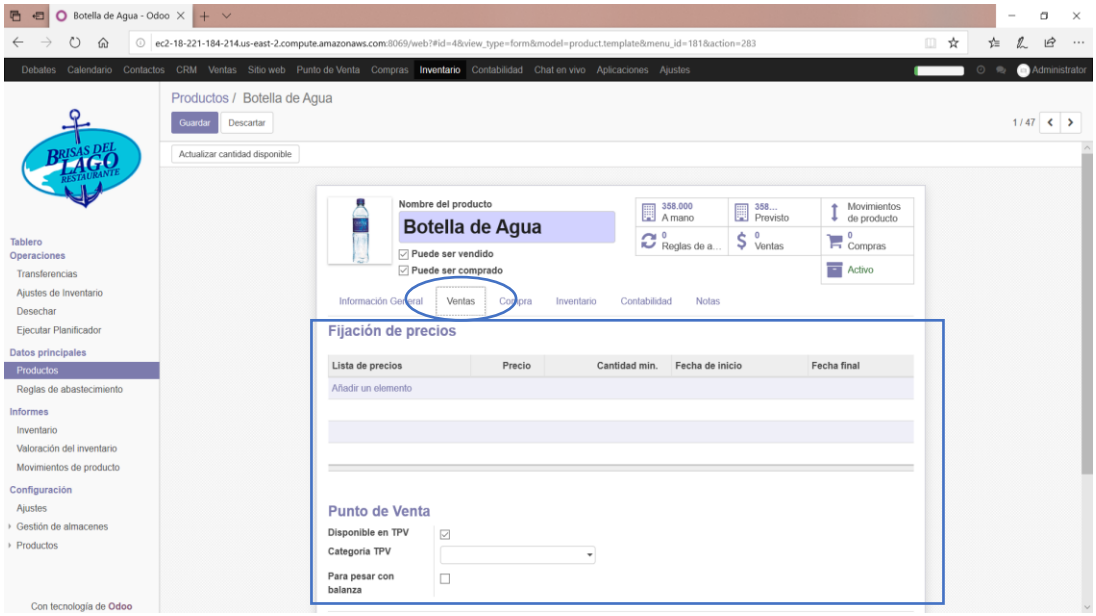
Ilustración 10. Ficha información general



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

En la ficha ventas configuramos la fijación de precios, podemos añadir listas de precios, categorías del punto de venta, peso en balanzas), (Ver Ilustración 11).

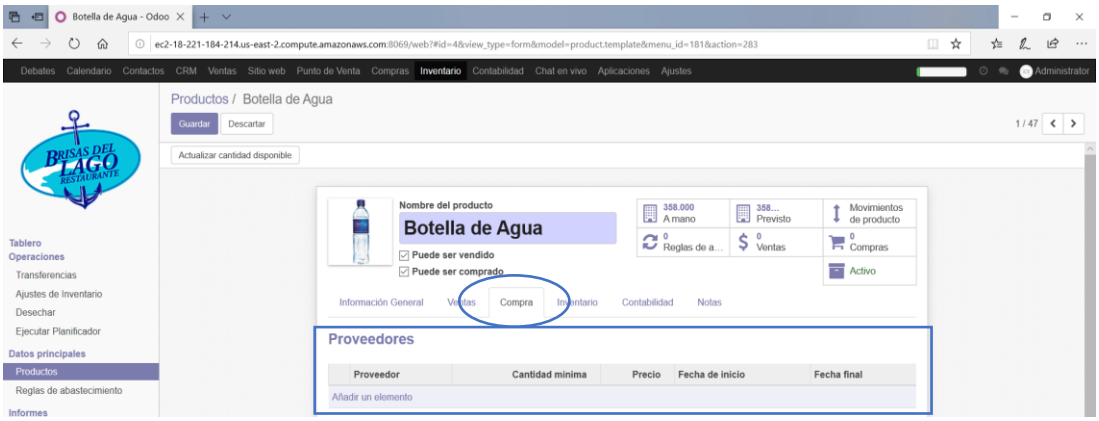
Ilustración 11. Ficha ventas



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

La ficha compra ingresaremos en añadir un elemento a todos los proveedores (Ver Ilustración 12).

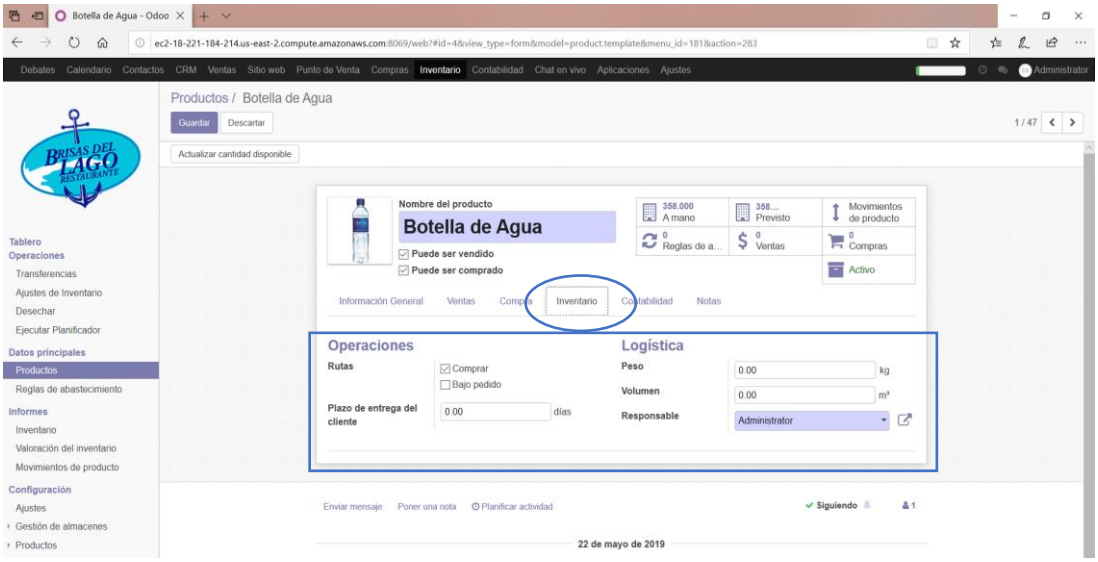
Ilustración 12. Ficha Compra



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

En la ficha inventario llenaremos operaciones y logística según criterios como: rutas, check si es bajo pedido, plazos de entrega, peso y volumen (Ver Ilustración 13).

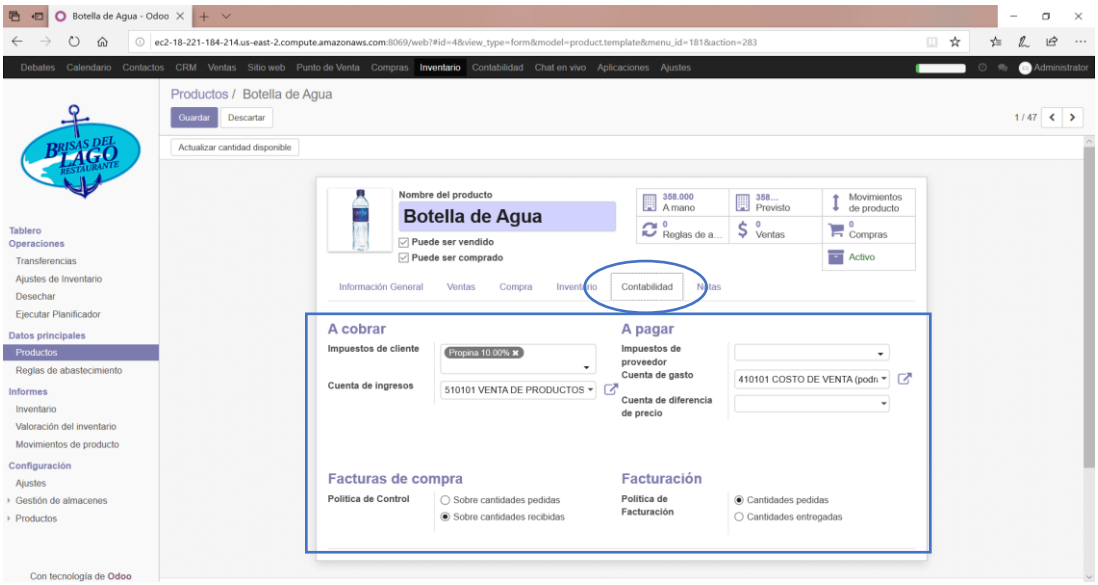
Ilustración 13. Ficha inventario



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Luego en La ficha contabilidad ingresaremos las cuentas necesarias según nuestro catálogo de cuentas: a cobrar (impuestos de clientes y cuenta de ingresos), a pagar (impuestos de proveedor, cuenta de gasto y cuenta de diferencia de precio), además de facturas de compra (sobre cantidades pedidas o recibidas) y facturación (cantidades pedidas o entregadas), (Ver Ilustración 14).

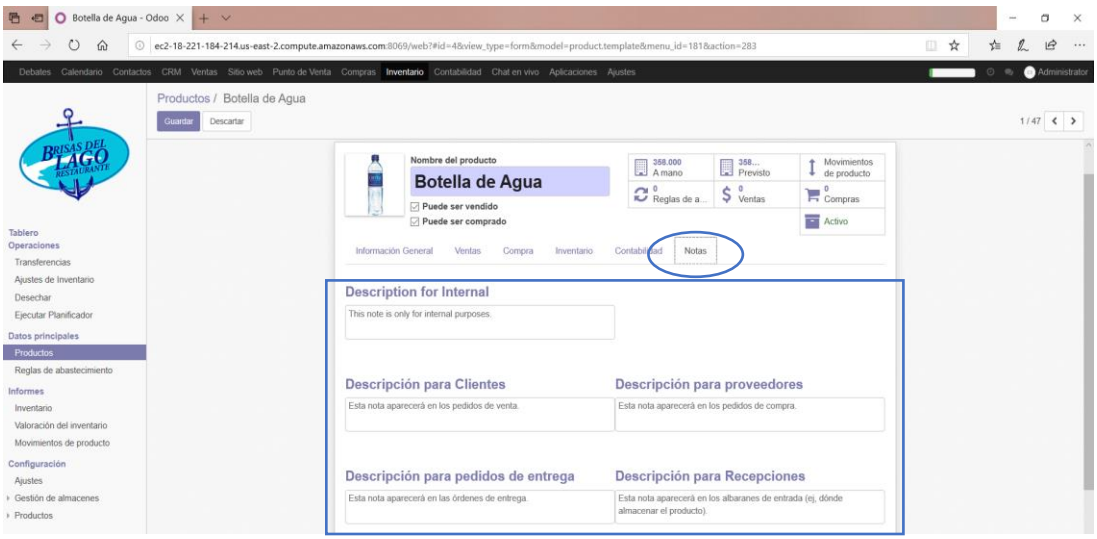
Ilustración 14. Contabilidad



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Al finalizar en la ficha notas se realizan Descripciones para clientes, proveedores, pedidos de entrega, recepciones y transferencias internas, las notas aparecerán en cada ítem del cual estemos llenando la información (Ver Ilustración 15).

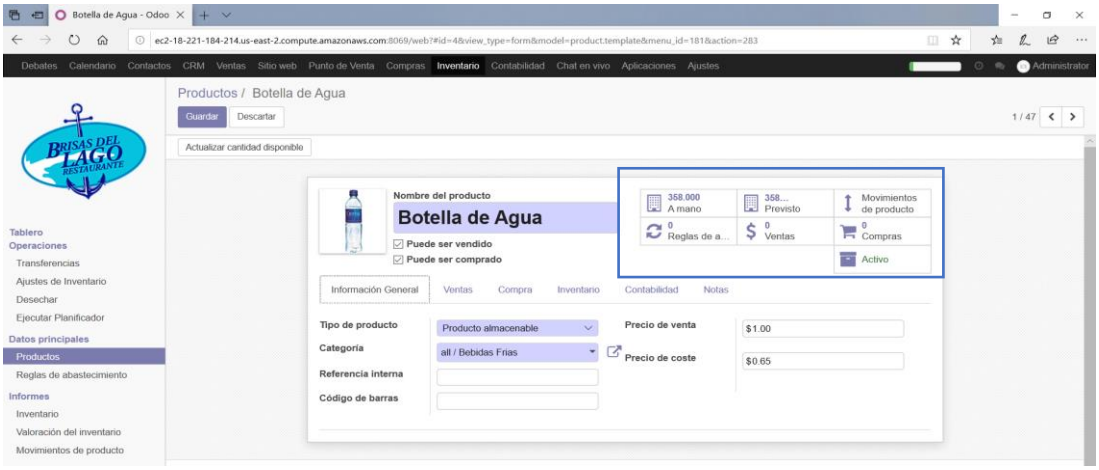
Ilustración 15. Ficha notas



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Al haber realizado las configuraciones de todas las fichas para la creación del producto daremos clic en guardar en la esquina superior izquierda, y listo ya tendremos configurado nuestro producto, también podemos observar en el lado superior derecho el tablero de gestión donde se va dando el seguimiento de todos los movimientos del producto e inventario (Ver Ilustración 16).

Ilustración 16. Tablero gestión de inventario

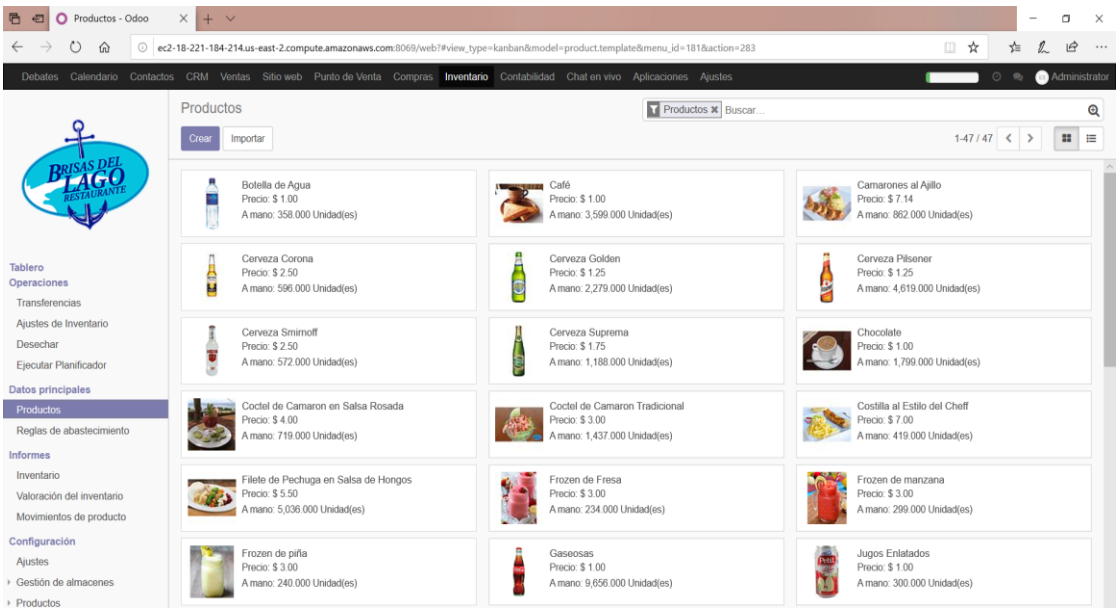


Fuente: Elaboración propia equipo consultor

3.4 Listado de productos creados con su ilustración

Al haber creado todos los productos manualmente para el restaurante se verán las imágenes cargadas ya con la información como se ve a continuación (Ver Ilustración 17).

Ilustración 17. Listado de productos con Ilustración



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Anexo 3: Manual Punto de Venta

CREADO POR EQUIPO CONSULTOR PARA EL

RESTAURANTE BRISAS DEL LAGO

Contenido

1. Objetivos 214

2. Alcance 215

3. Manual punto de venta 216

3.1 Ingreso al sistema Odoo. 216

3.2 Interacción del sistema Odoo Punto de Venta. 218

3.3 Gestión Punto de Venta. 219

4. Impresor de ticket 230

Contenido de Ilustraciones

Ilustración 1. Navegador de Internet 216
Ilustración 2. Introducción URL 216
Ilustración 3. Pantalla de inicio de sesión al sistema Odoo 217
Ilustración 4. Pantalla de inicio del sistema Odoo 217
Ilustración 5. Pantalla de inicio del sistema Odoo 218
Ilustración 6. Módulo Punto de Venta 219
Ilustración 7. Ingreso al módulo punto de venta 219
Ilustración 8. Iniciando punto de venta 220
Ilustración 9. Gestión cobro mesas nivel 1 221
Ilustración 10. Gestión cobro mesas Nivel 2 221
Ilustración 11. Inicio cobro mesa 1 222
Ilustración 12. Menú de caja para cobro 223
Ilustración 13. Venta de productos 224
Ilustración 14. Ventana de pagos. 225
Ilustración 15. Establecer cliente 225
Ilustración 16. Cliente asignado 226
Ilustración 17. Imprimiendo factura a cliente 226
Ilustración 18. Ingresando propina 227
Ilustración 19. Propina ingresada al sistema 227
Ilustración 20. Impresión de ticket 228
Ilustración 21. Factura de cliente 229
Ilustración 22. Impresor de ticket 3NSTAR 230

1. Objetivos

- Proporcionar una guía para el uso del módulo punto de venta en el sistema Odoo para el Restaurante Brisas del Lago.

- Realizar el cobro de los productos por medio de la gestión del sistema Odoo del módulo punto de venta.

- Generar información financiera por medio de la impresión de ticket.

2. Alcance

El módulo punto de venta del sistema Odoo del Restaurante Brisas del Lago, ayudara a impulsar el crecimiento del negocio donde se llevara de forma automática las entradas y salidas de mercancía proporcionando un mejor control de las ventas de los productos y conocer el inventario, además agilizara los procesos de venta donde se interactúa directamente con el cliente permitiendo realizar transacciones diarias y obtener información clave de todas las operaciones registradas para una toma de decisión correcta.

El sistema de punto de venta permitirá:

- Agilizar tu proceso de venta al momento de cobrar los productos de una manera rápida y sencilla con ayuda de un impresor de ticket.
- Realizar facturas electrónicas en formato pdf.
- Personalización de tus tickets o facturas con información específica del restaurante.
- Gestionar los inventarios de forma eficiente y automatizada
- Reportes de: ventas, rendimiento, desempeño del personal, fácil acceso de información (tableros y gráficas) para tomar decisiones con información confiable y actualizada.

3. Manual punto de venta

3.1 Ingreso al sistema Odoo.

Para acceder al sistema Odoo de Restaurante Brisas del Lago se requiere de acceso a internet desde cualquier dispositivo conectado a internet para la gestión del sistema.

Paso 1. Lo primero que se debe de realizar es abrir un navegador para poder acceder a una página Web, puede ser cualquiera de las que se presentan a continuación (Ver Ilustración 1).

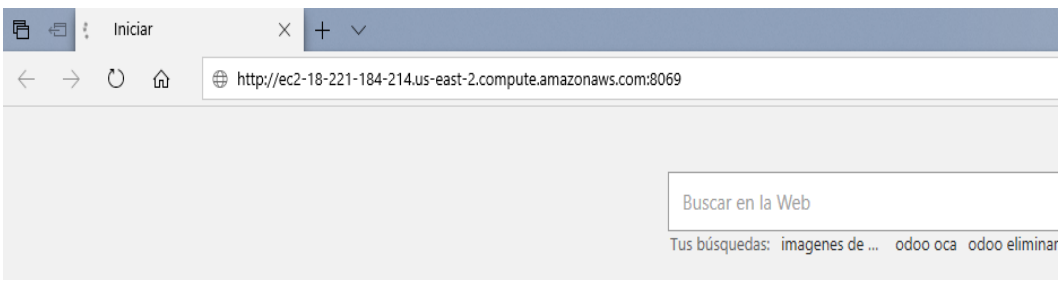
Ilustración 1. Navegador de Internet



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Paso 2. Dirigirse a la barra de direcciones del navegador e introducir la url: http://ec2-18-221-184-214.us-east-2.compute.amazonaws.com:8069, se mostrará la siguiente (Ver Ilustración 2).

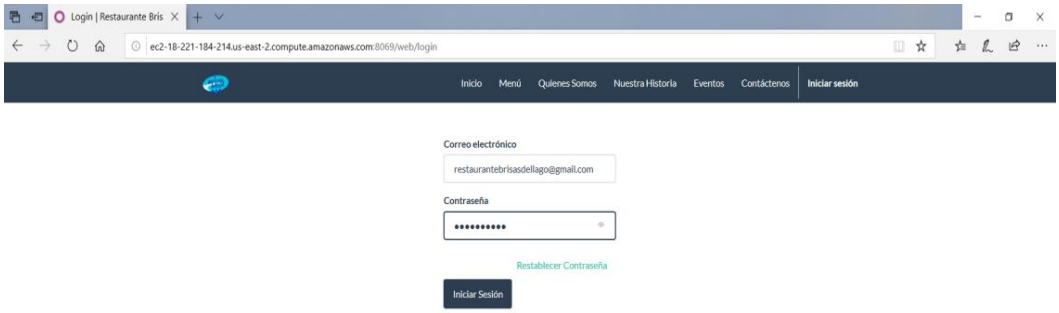
Ilustración 2. Introducción URL



Fuente: http://ec2-18-221-184-214.us-east-2.compute.amazonaws.com:8069

Paso 3. Se muestra la pantalla de acceso al sistema Odoo de Restaurante Brisas del Lago, dirigirse a Iniciar sesión y luego a llenar el formulario con las credenciales de usuario y clave, se mostrará a continuación (Ver Ilustración 3).

Ilustración 3. Pantalla de inicio de sesión al sistema Odoo

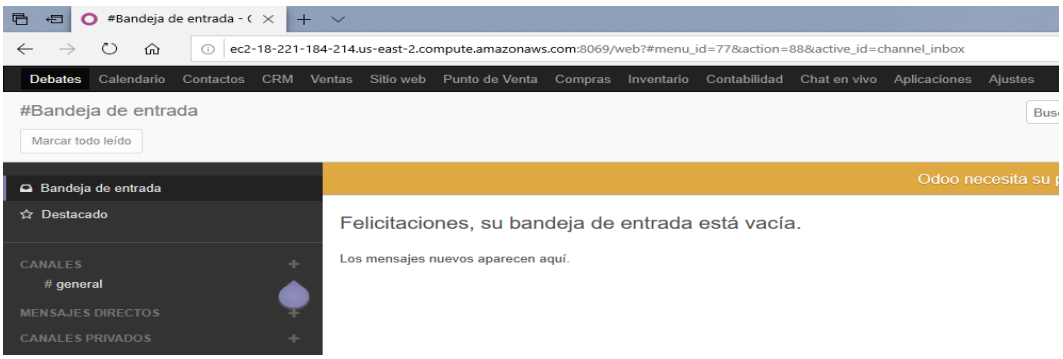


Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Paso 4. En correo electrónico se digita el correo que será el del administrador del sistema, la contraseña será asignada a la persona administradora del mismo.

Paso 5. Hacer clic en Iniciar Sesión para que se pueda acceder al sistema Odoo, se mostrara la bandeja de entrada como se muestra a continuación. (Ver Ilustración 4).

Ilustración 4. Pantalla de inicio del sistema Odoo



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Paso 4. En correo electrónico se digita el correo que será el del administrador del sistema, la contraseña será asignada a la persona administradora del mismo.

Paso 5. Hacer clic en Iniciar Sesión para que se pueda acceder al sistema Odoo, se mostrara la bandeja de entrada como se muestra a continuación (Ver Ilustración 5).

Ilustración 5. Pantalla de inicio del sistema Odoo

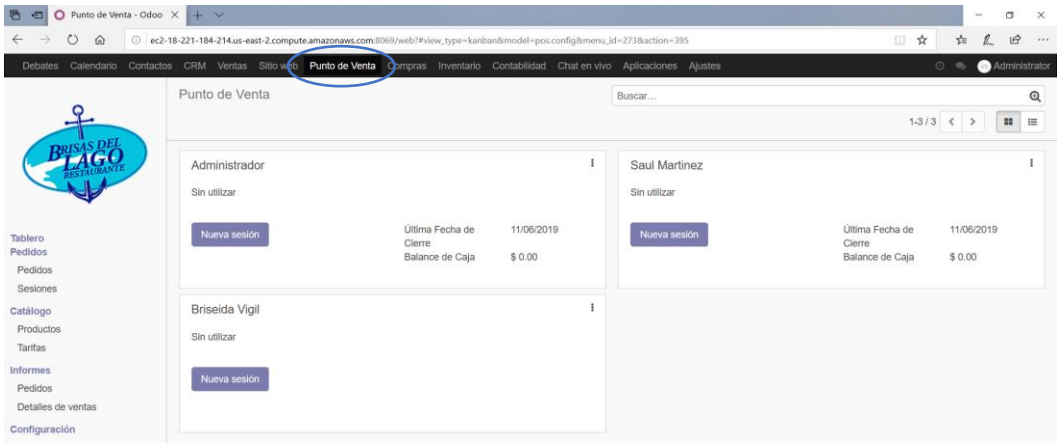


Fuente: Elaboración propia equipo consultor

3.2 Interacción del sistema Odoo Punto de Venta.

El módulo punto de venta permitirá al Restaurante Brisas del Lago llevar el registro de todas sus operaciones de venta creando información financiera y realizando el cobro por medio de impresor de ticket para dar más prestigio al restaurante (Ver Ilustración 6).

Ilustración 6. Módulo Punto de Venta



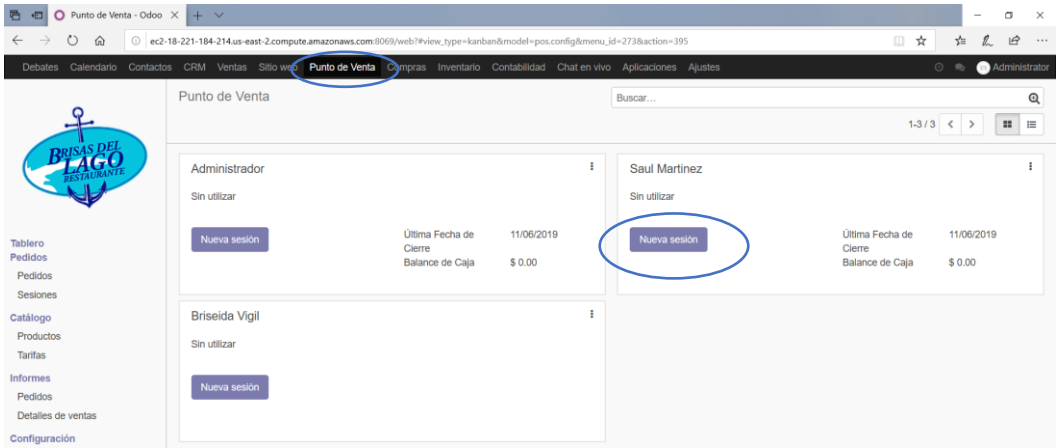
Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Se visualiza en la parte izquierda los diferentes módulos que reflejan la gestión del punto de venta en la cual están todos los módulos para el control de venta.

3.3 Gestión Punto de Venta.

Al ingresar al módulo punto de venta en Odoo seleccionamos nueva sesión, esto dependiendo que usuario se te ha asignado por el administrador, debes seleccionar tu usuario y dar clic en nueva sesión (Ver Ilustración 7).

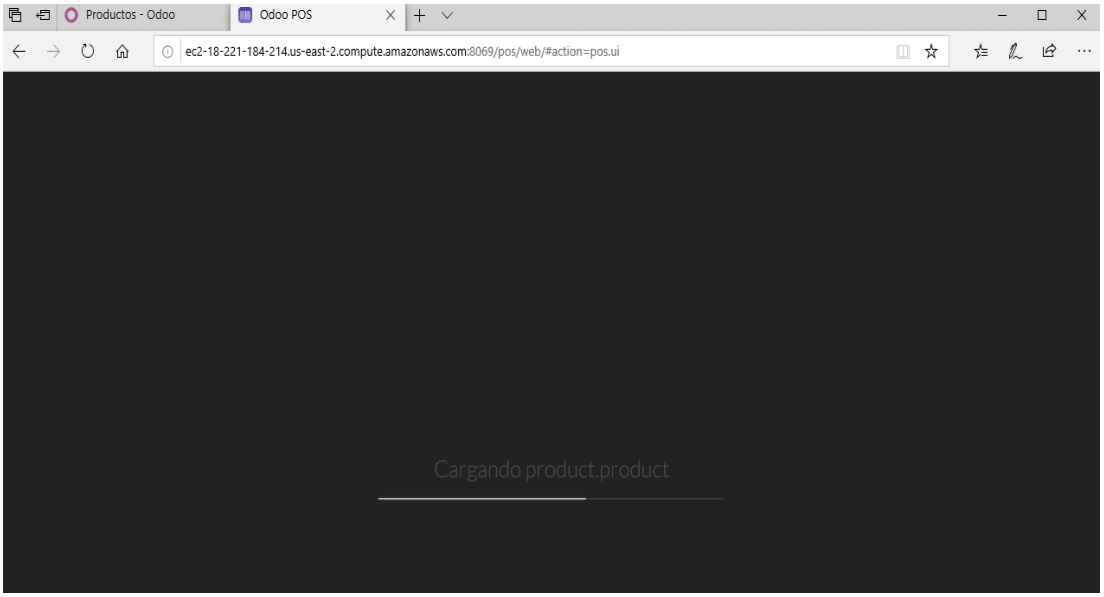
Ilustración 7. Ingreso al módulo punto de venta



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

A continuación, se nos cargara el sistema de punto de venta (Ver Ilustración 8).

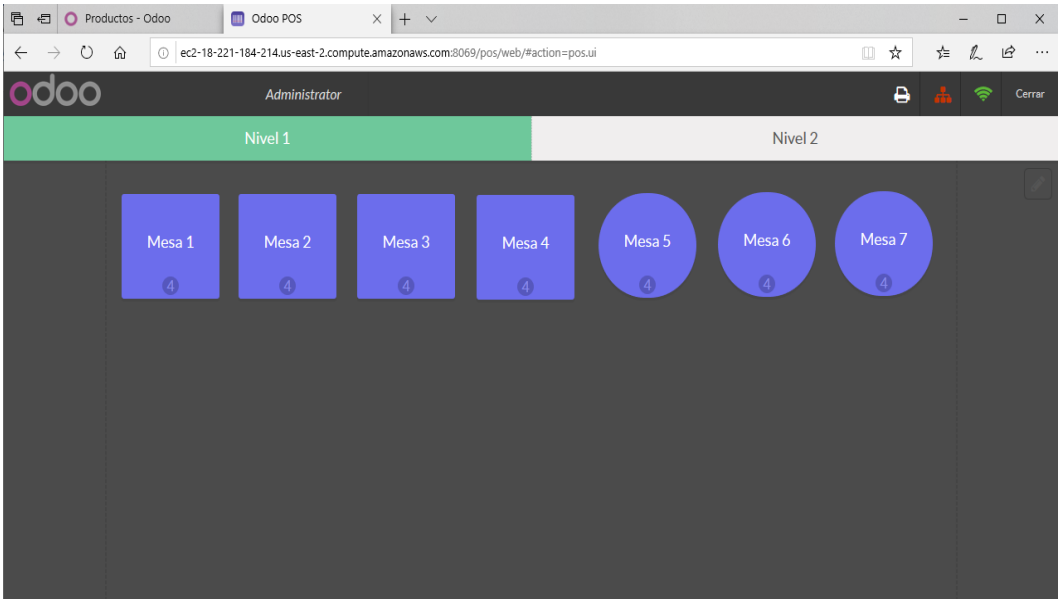
Ilustración 8. Iniciando punto de venta



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

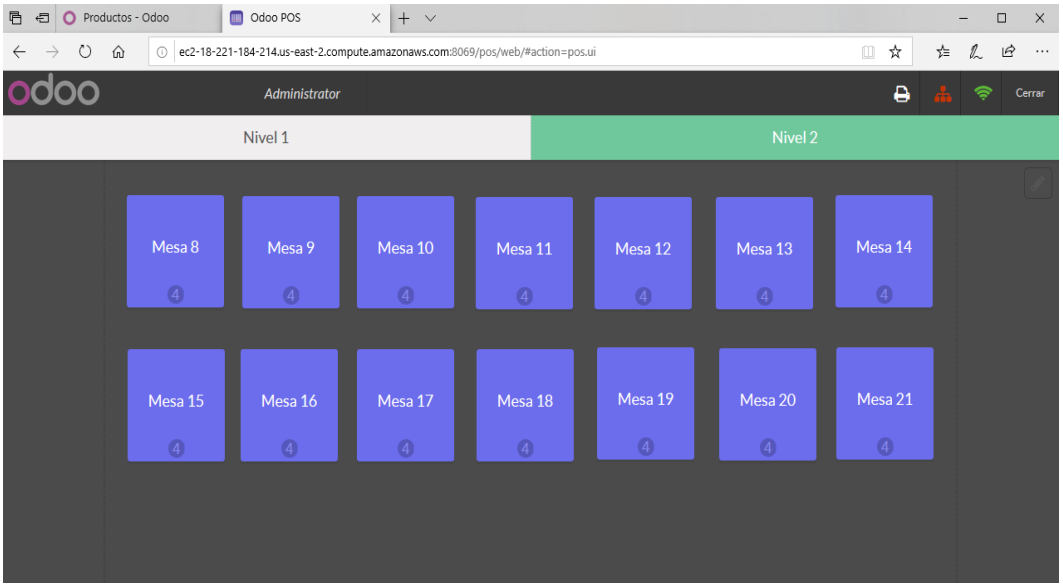
Luego, nos aparecerá en el sistema 2 pestañas en las cuales están configurados 2 niveles que corresponden al Restaurante Brisas del Lago para gestión de cobro, en el nivel 1 se encontraran 7 mesas y en el nivel 2 se encontraran 14 mesas, esto para la gestión de cobro en cualquier número de mesa que se siente el cliente (Ver Ilustración 9 y 10).

Ilustración 9. Gestión cobro mesas nivel 1



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

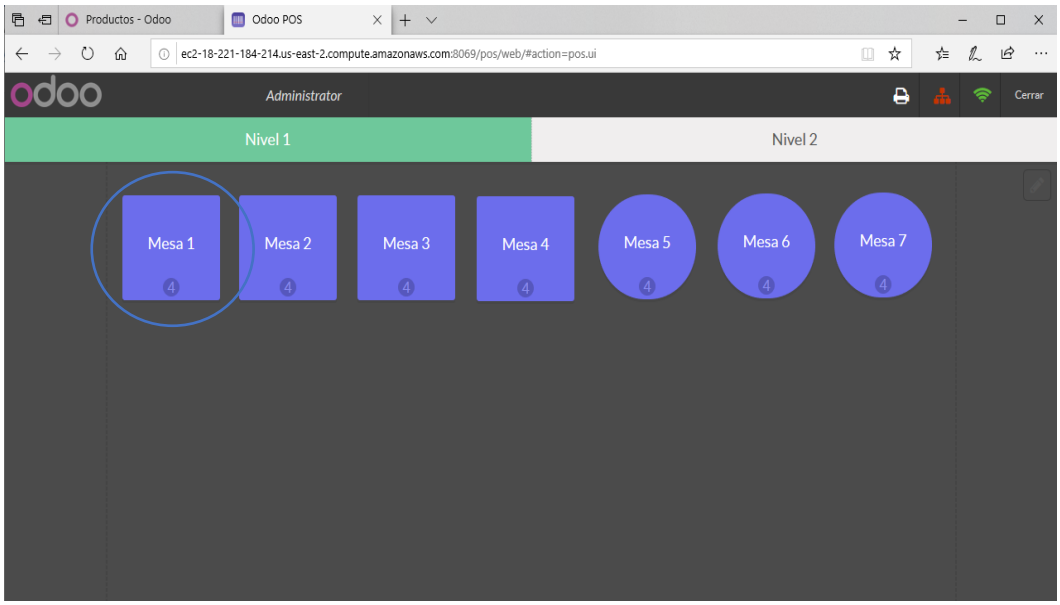
Ilustración 10. Gestión cobro mesas Nivel 2



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Luego podemos iniciar la gestión de cobro en cualquier mesa donde se haya sentado algún cliente y que ya le corresponda cancelar, iniciaremos en el nivel 1 para efectos de prueba daremos clic en mesa 1 (Ver Ilustración 11).

Ilustración 11. Inicio cobro mesa 1



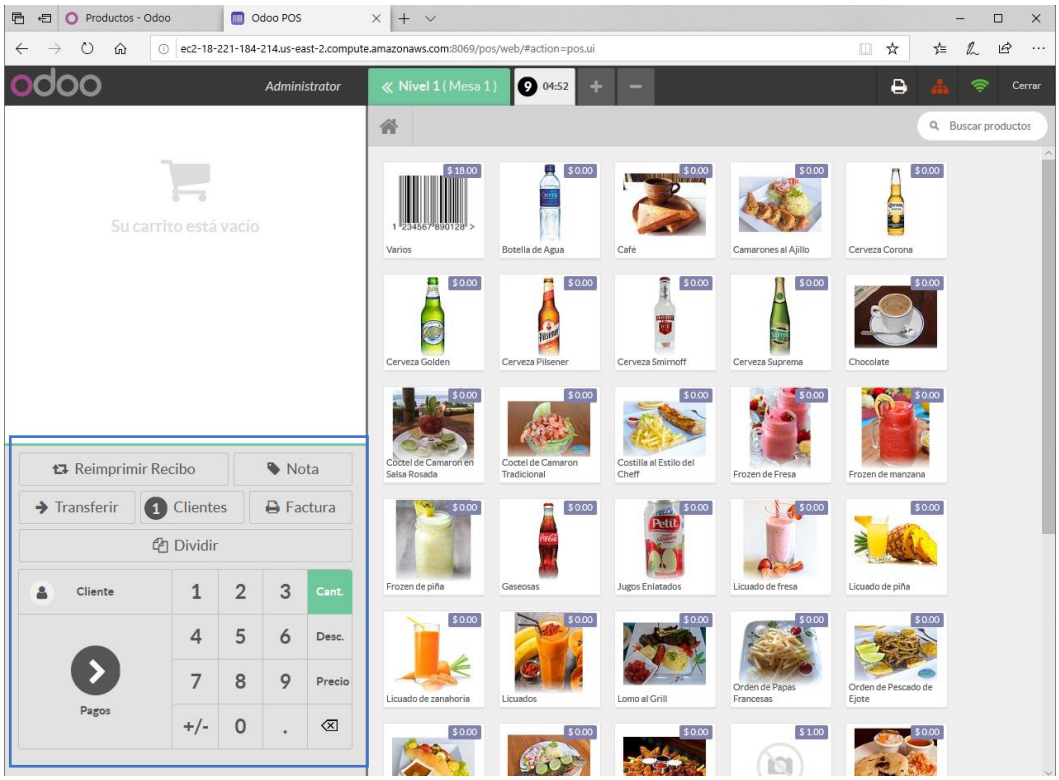
Fuente: Elaboración propia equipo consultor

A continuación, nos aparecerá la venta de gestión de cobro donde podremos observar cargado el catálogo de productos para venta y el menú de caja para realizar las siguientes operaciones (Ver Ilustración 12).

- **Transferir:** puede transferir los productos de venta de una mesa a otra.
- **Dividir:** Puede separar las cuentas de una mesa por ejemplo si existen 2 clientes en una mesa y cancelan por separado se dividen las cuentas a cada uno.
- **Factura:** Puede realizar una factura al cliente esta se la imprimirá en pdf.
- **Clientes:** Puede colocar la cantidad de clientes que están sentados en dicha mesa.
- **Reimprimir recibo:** Puede reimprimir el recibo del cliente nuevamente.

- **Nota:** Puede colocar información al pie de un producto antes del pago.
- **Cliente:** Asigna un cliente que ya este creado en el sistema para realizar cobro.
- **Cant.:** Coloca las cantidades que necesita para la venta de productos
- **Desc.:** Puede realizar descuento de un producto en porcentaje.
- **Precio:** Puede cambiar el precio del producto.
- **Pago:** Procede al pago de lo que el cliente consumió en el restaurante.

Ilustración 12. Menú de caja para cobro

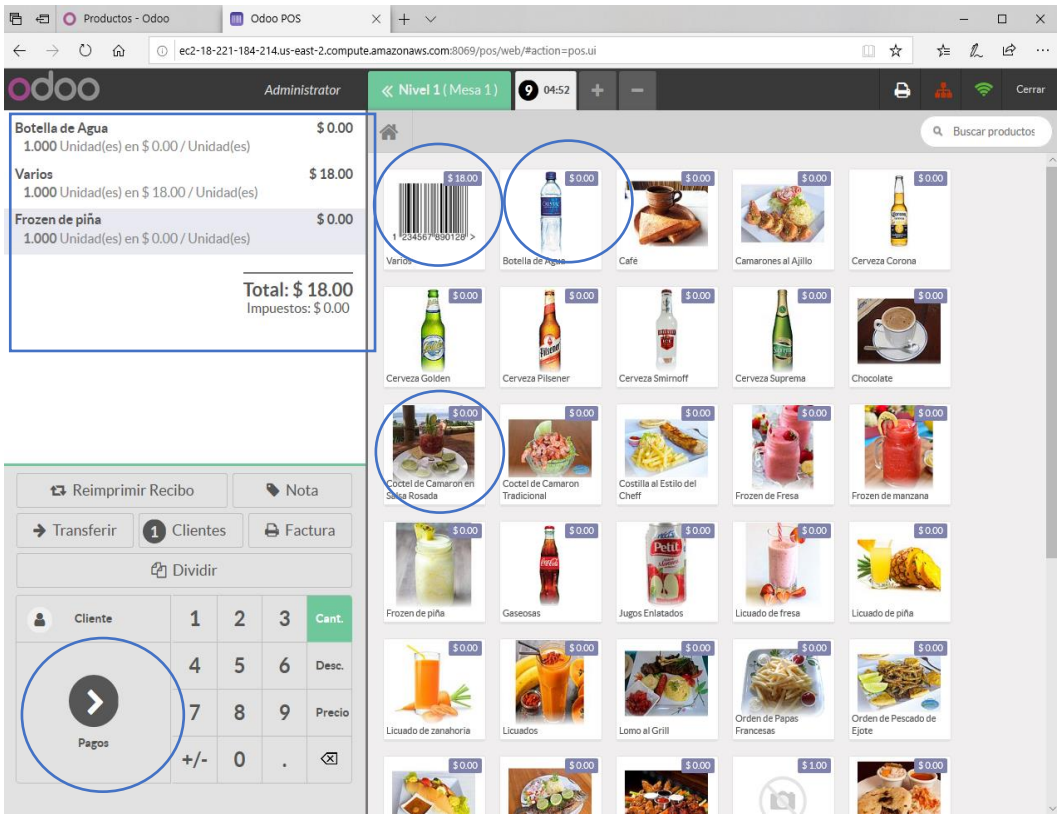


Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Para iniciar la venta de productos daremos clic sobre la Ilustración de los productos que ha consumido el cliente seleccionándolos, estos se verán

reflejados en la esquina superior izquierda, al tener seleccionados los productos daremos clic en pagos (Ver Ilustración 13).

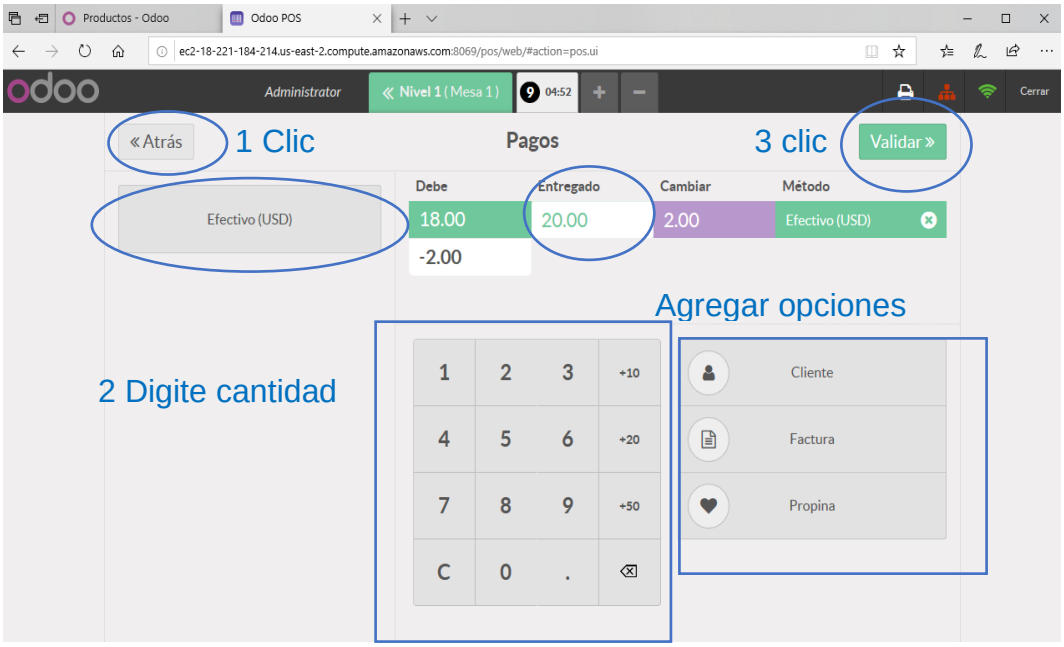
Ilustración 13. Venta de productos



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

A continuación, nos aparecerá la siguiente ventana de pagos, para esto inicialmente daremos clic donde dice Efectivo (USD), se nos activará la pestaña entregado como ejemplo digitamos $20 que es lo que nos dio el cliente ya que le estamos cobrando $18 de los productos que consumió, el sistema realizara el cálculo automáticamente y nos habilitara el botón validar para proceder al pago (si la operación no está bien podemos dar clic en atrás), (Ver Ilustración 14).

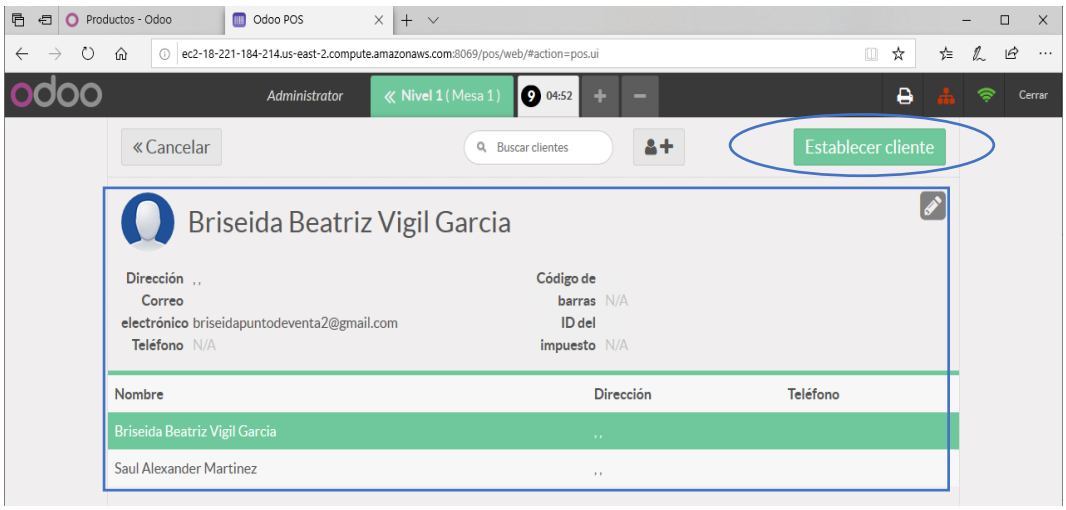
Ilustración 14. Ventana de pagos.



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Además, Si damos clic en cliente nos aparecerán los clientes que tengamos creados en el sistema colocaremos a Briseida y luego damos clic en Establecer cliente (Ver Ilustración 15).

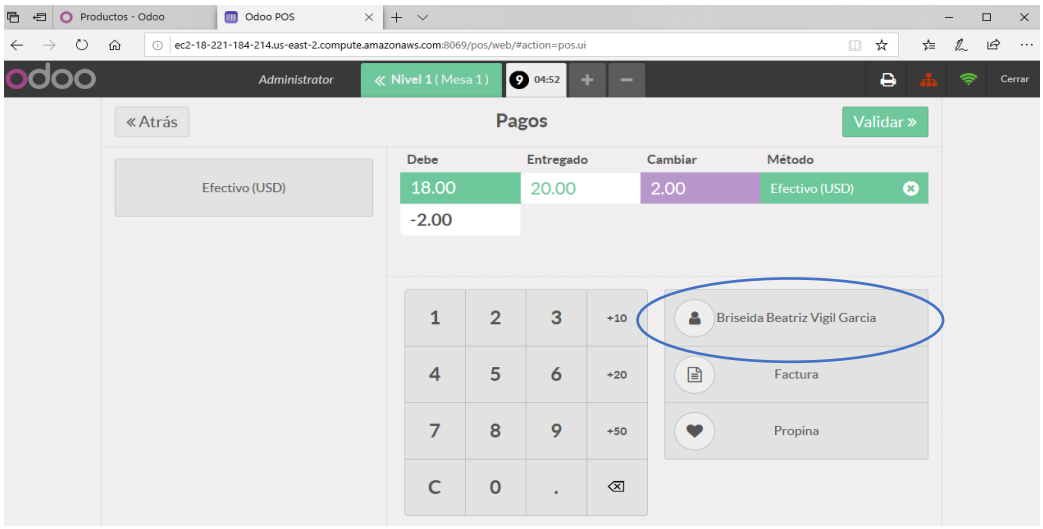
Ilustración 15. Establecer cliente



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

A continuación, ya nos aparecerá el cliente asignado para el cobro. (Ver Ilustración 16).

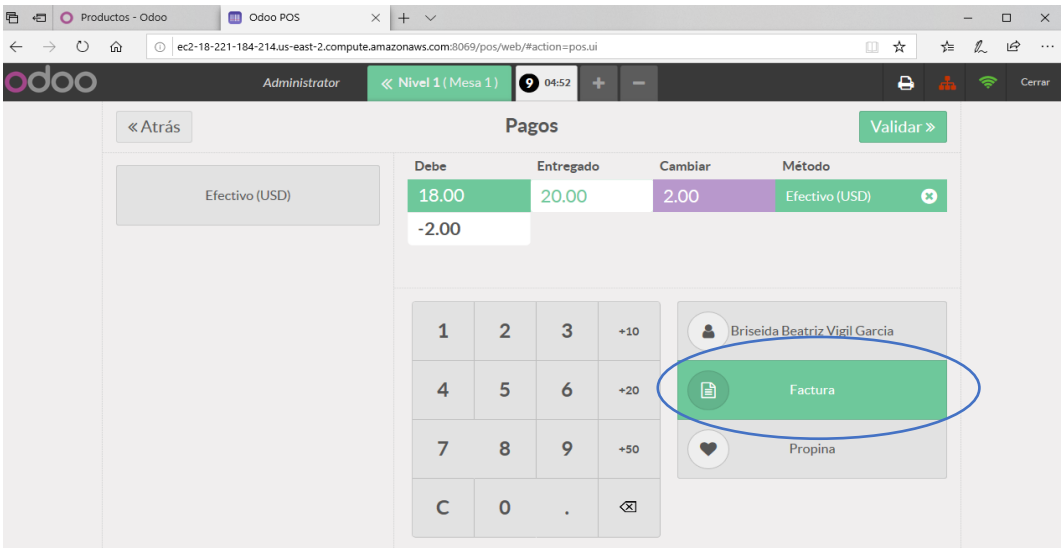
Ilustración 16. Cliente asignado



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Si seleccionamos factura, esta nos aparecerá cuando demos clic en validar, aparecerá en pdf. Para poder imprimirla al cliente (Ver Ilustración 17).

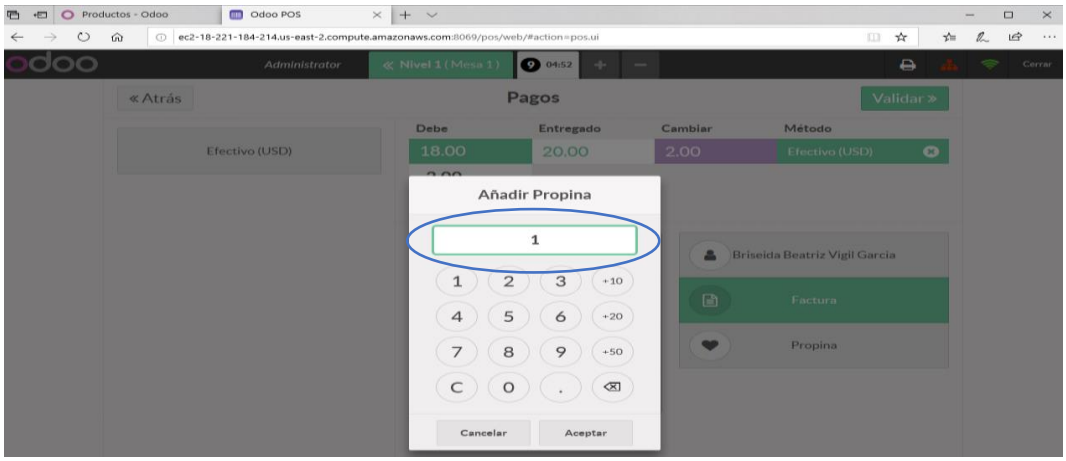
Ilustración 17. Imprimiendo factura a cliente



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Si activamos propina nos aparecerá la siguiente ventana en la cual digitaremos la cantidad de propina que nos da el cliente para nuestro caso dejamos $1 de ejemplo (Ver Ilustración 18).

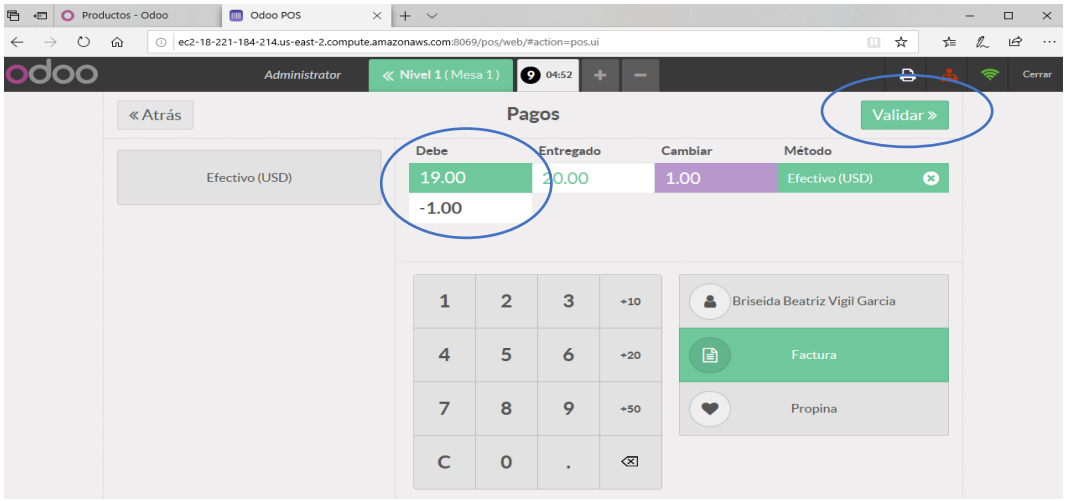
Ilustración 18. Ingresando propina



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

A continuación, observaremos que se ha cargado el $1 automáticamente en el sistema, antes teníamos $18 ya con propina $19 cargados en sistema, daremos clic en validar para facturar (Ver Ilustración 19).

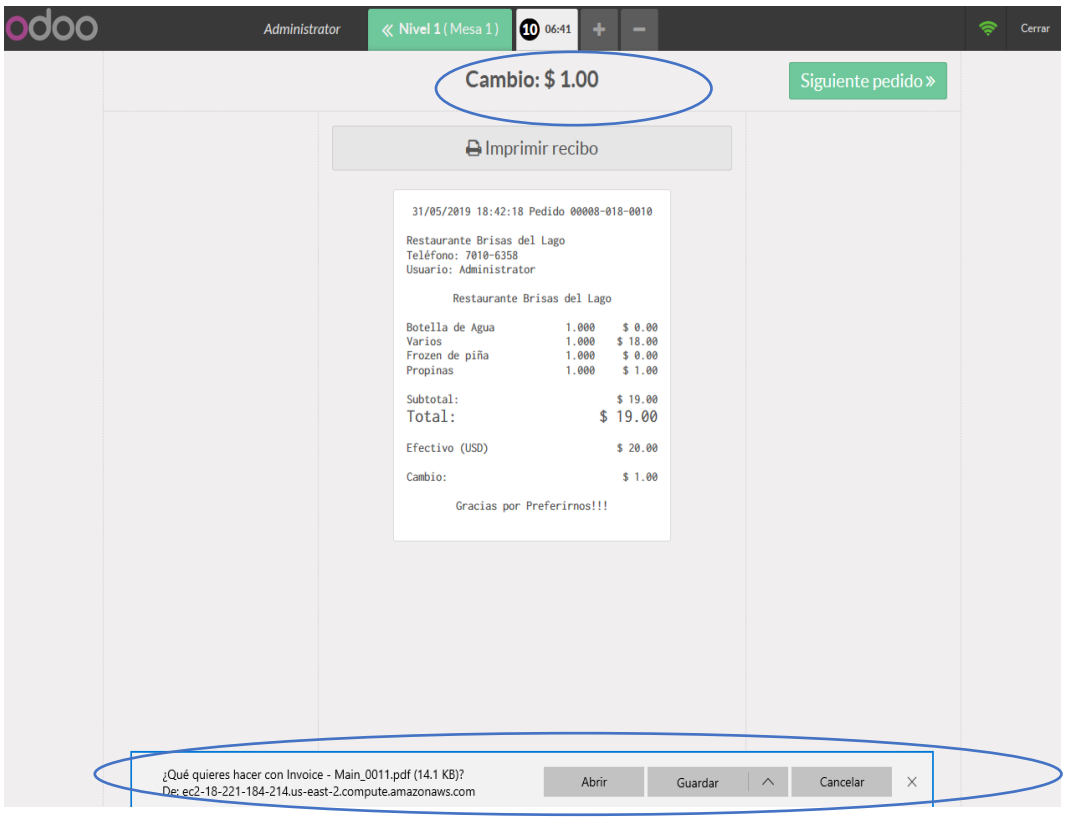
Ilustración 19. Propina ingresada al sistema



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Al haber dado clic en validar nos aparecerá el recibo para imprimírselo al cliente damos clic en imprimir recibo, además observamos que se descarga la factura en formato pdf. (Ver Ilustración 20).

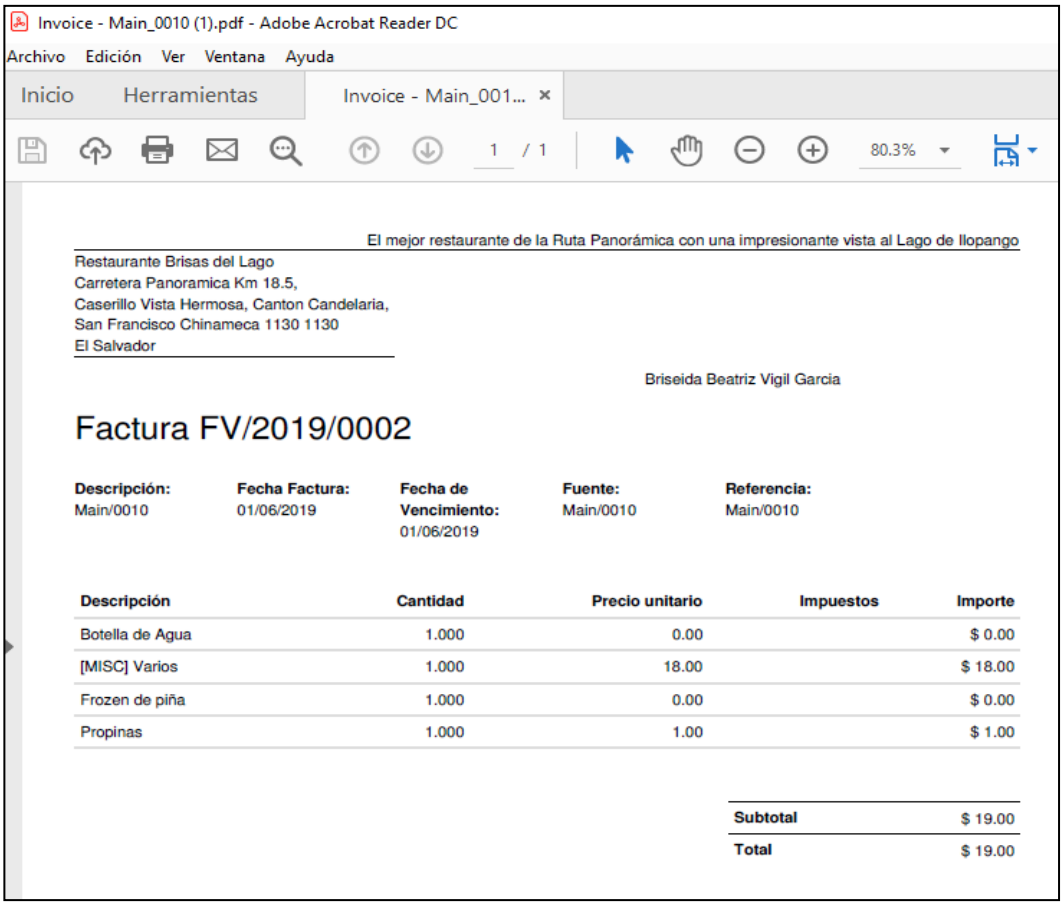
Ilustración 20. Impresión de ticket



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Al dar clic en abrir en la Ilustración anterior veremos la factura creada al cliente en pdf. Con esto ya se estaría realizando todas las facturaciones en el punto de venta (Ver Ilustración 21).

Ilustración 21. Factura de cliente



Invoice - Main_0010 (1).pdf - Adobe Acrobat Reader DC

Archivo Edición Ver Ventana Ayuda

Inicio Herramientas Invoice - Main_001... ×

1 / 1 80.3%

El mejor restaurante de la Ruta Panorámica con una impresionante vista al Lago de Ilopango

Restaurante Brisas del Lago
Carretera Panoramica Km 18.5,
Caserillo Vista Hermosa, Canton Candelaria,
San Francisco Chinameca 1130 1130
El Salvador

Briseida Beatriz Vigil Garcia

Factura FV/2019/0002

Descripción:	Fecha Factura:	Fecha de Vencimiento:	Fuente:	Referencia:
Main/0010	01/06/2019	01/06/2019	Main/0010	Main/0010

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Impuestos	Importe
Botella de Agua	1.000	0.00		$ 0.00
[MISC] Varios	1.000	18.00		$ 18.00
Frozen de piña	1.000	0.00		$ 0.00
Propinas	1.000	1.00		$ 1.00

Subtotal	$ 19.00
Total	$ 19.00

Fuente: Elaboración propia equipo consultor

4. Impresor de ticket

El impresor utilizado para la impresión de ticket es: Marca 3nstar, modelo RPT008, se conecta vía interface serial, LAN y USB. Ver (ilustración 22).

Ilustración 22. Impresor de ticket 3NSTAR



Impresor 3NSTAR

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Total	Imagen
MARCA: 3NSTAR MODELO:RPT008 Velocidad de impresión 260 mm/s Interface Serial, LAN y USB Vida útil del cabezal 100 Km	1	$135.00	$135.00	

Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Anexo 4: Manual Herramienta de Excel para Manejo de Inventarios

CREADO POR EQUIPO CONSULTOR PARA EL

RESTAURANTE BRISAS DEL LAGO

Contenido

1. Objetivos 234

2. Alcance 234

3. Herramienta de Excel para manejo de los inventarios 235

3.1 ¿Qué son los Inventarios? 235

3.2 ¿Para qué sirven los inventarios? 235

3.3 ¿Cuáles son sus principales características de los inventarios? 235

3.4 ¿Cuáles son los beneficios del Manejo de Inventarios? 236

3.5 ¿Cómo funcionan los inventarios? 236

3.6 Ingreso de información a la herramienta 237

Contenido de Ilustraciones

Ilustración 1. Menú Herramienta de Excel....237
Ilustración 2. Ingreso de ventas por semana....238
Ilustración 3. Hoja de ventas....239
Ilustración 4. Hoja ingreso de información desde el sistema Odoo....239
Ilustración 5. Hoja inventario en unidades....240
Ilustración 6. Informe de ventas ERP Odoo....241
Ilustración 7. Hoja de compras....242
Ilustración 8. Manejo de inventarios al costo....242
Ilustración 9. Hoja ingreso de productos....243
Ilustración 10. Agregar productos....244
Ilustración 11. Agregar producto al inventario....244
Ilustración 12. Productos en inventario....245
Ilustración 13. Hoja creación de productos....245
Ilustración 14. Hoja de control de inventarios....246
Ilustración 15. Hoja de inventario al costo....247
Ilustración 16. Eliminar producto del inventario....248

1. Objetivos

- Proporcionar una herramienta en Excel que permita el registro de los inventarios del restaurante en sus respectivos Kardex.

- Formular una matriz de conversión de ventas a unidades específicas de ingredientes para registrar en los inventarios.

- Formular toda la información proporcionada en la herramienta para generar el Estado de Resultado y Estado de situación financiera del restáurate mensual.

- Cuantificar de manera oportuna los detalles de ventas, costos y beneficios que obtiene el restaurante.

2. Alcance

Proporcionar una herramienta que le permita mostrar el desempeño del restaurante y su situación financiera.

La herramienta no tiene valor económico alguno y es útil para el manejo de los inventarios, la conversión de los ingredientes utilizados por platillo, control de planillas, ventas, costo de platillos, así también como generar reportes útiles para la toma de decisiones oportunas en cuanto a ventas y manejos de inventario.

3. Herramienta de Excel para manejo de los inventarios

3.1 ¿Qué son los Inventarios?

Inventario

Conjunto de bienes propios disponibles para la venta en el curso regular del comercio.

Según NIIF para Pymes (Sección 13, Pág. 84)

Los inventarios son activos:

a. Poseídos para ser vendidos en el curso normal del negocio:
b. En proceso de producción con vistas a esa venta: o
c. En forma de materiales o suministros, para ser consumidos en el proceso de producción, o en la prestación de servicios.

3.2 ¿Para qué sirven los inventarios?

Los inventarios sirven para tener un mejor conocimiento de los productos que puedan estar disponibles para la venta, de esta forma puede evitar pérdidas por desperdicios, perdida de ventas por falta de ingredientes.

3.3 ¿Cuáles son sus principales características de los inventarios?

- Son detallados porque especifican las características de cada elemento que forma parte del patrimonio del negocio.
- Cada elemento es expresado en unidades monetarias.
- Puede haber diferentes inventarios: Materia prima, producción en proceso, productos disponibles para la venta.

3.4 ¿Cuáles son los beneficios del Manejo de Inventarios?

- ❖ Ayuda a incrementar los clientes recurrentes.
- ❖ Realizar compras más eficientes para no descapitalizar el negocio.
- ❖ Reduce las pérdidas de inventario por que se arruinen o se pierdan
- ❖ Puede mejorar el flujo de caja con la planeación debido a que optimiza las compras de los productos.

3.5 ¿Cómo funcionan los inventarios?

Los inventarios tienen proceso desde su compra puede tener una clasificación:

- ✓ Inventario de materia prima
- ✓ Inventario de productos en proceso
- ✓ Inventario de productos para la venta

En el caso del Inventario del restaurante por su estructura hemos adecuado los archivos de herramienta al control mensual y semanal de estos:

- ✓ Compra
- ✓ Registro de la compra en las unidades de medida especificada
- ✓ Ventas en unidades (Una matriz utiliza la suma de todos los ingredientes utilizados)
- ✓ Salida, la matriz envía este dato para que sea restado del inventario disponible.

Luego se registra en un archivo de costo monetario con los informes que genera el archivo herramienta brisas del lago.

3.6 Ingreso de información a la herramienta

Al ingresar a la herramienta de Excel se mostrará el menú de acceso a todas las hojas creadas para la gestión, ingreso de ventas por semana, manejo de inventarios al costo, ingreso de compras, disponibilidad de inventario en unidades, planillas, gastos de venta y administración, estado de resultados y estado de situación financiera (Ver Ilustración 1).

Ilustración 1. Menú Herramienta de Excel



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

3.6.1 Ingreso de Ventas (Provienen del ERP Odoo)

Utilizaremos la herramienta Brisas del Lago dando clic al archivo de Excel, Al abrir el archivo nos desplegará un menú con diferentes opciones de la cual se utilizará ingreso de ventas por semana (Ver Ilustración 2).

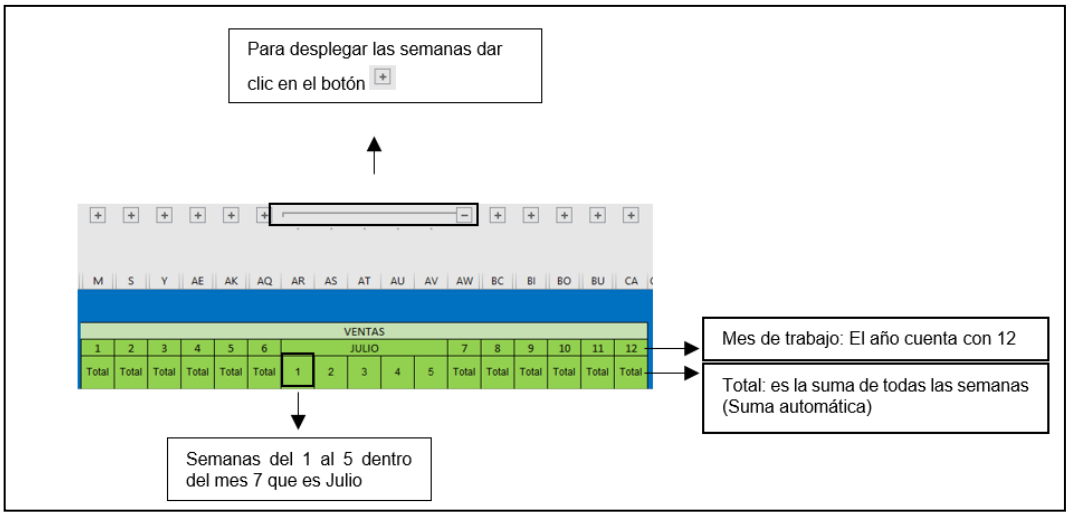
Ilustración 2. Ingreso de ventas por semana



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Inmediatamente nos redijera a la hoja Ventas dentro del mismo archivo de Excel, para ingresar las ventas nos ubicamos en la fecha que deseamos trabajar, tomando en cuenta que el mes tiene normalmente 4 semanas, el archivo consta de 5 semanas por cada mes para algún ajuste que se requiera realizar como se muestra a continuación (Ver Ilustración 3).

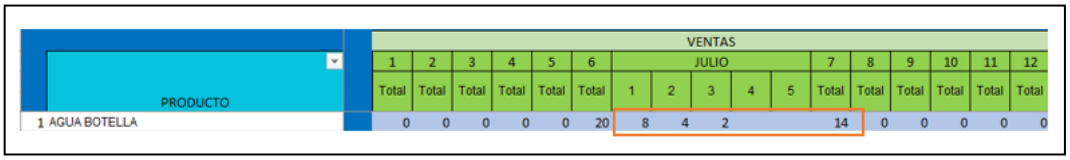
Ilustración 3. Hoja de ventas



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Para ingresar la información que nos ha generado el sistema odoo, lo haremos por semana y unicamente lo haremos digitando en las celdas de cada producto, como se detalla a continuacion (Ver Ilustracion 4).

Ilustración 4. Hoja ingreso de información desde el sistema Odoo



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Como ejemplo el producto botella de agua se desplego el mes de julio y podemos observar que se ha digitado para la semana 1=8 Unidades Vendidas, semana 2=4 Unidades vendidas y semana 3=2 unidades vendidas, en total hemos vendido del mes 7, catorce unidades.

Al ingresar las ventas como hemos visto el archivo automáticamente las enviara a un inventario en unidades que acumula la suma de todas las ventas de la misma forma por semana y por mes, podemos observar a continuación (Ver Ilustración 5).

Ilustración 5. Hoja inventario en unidades

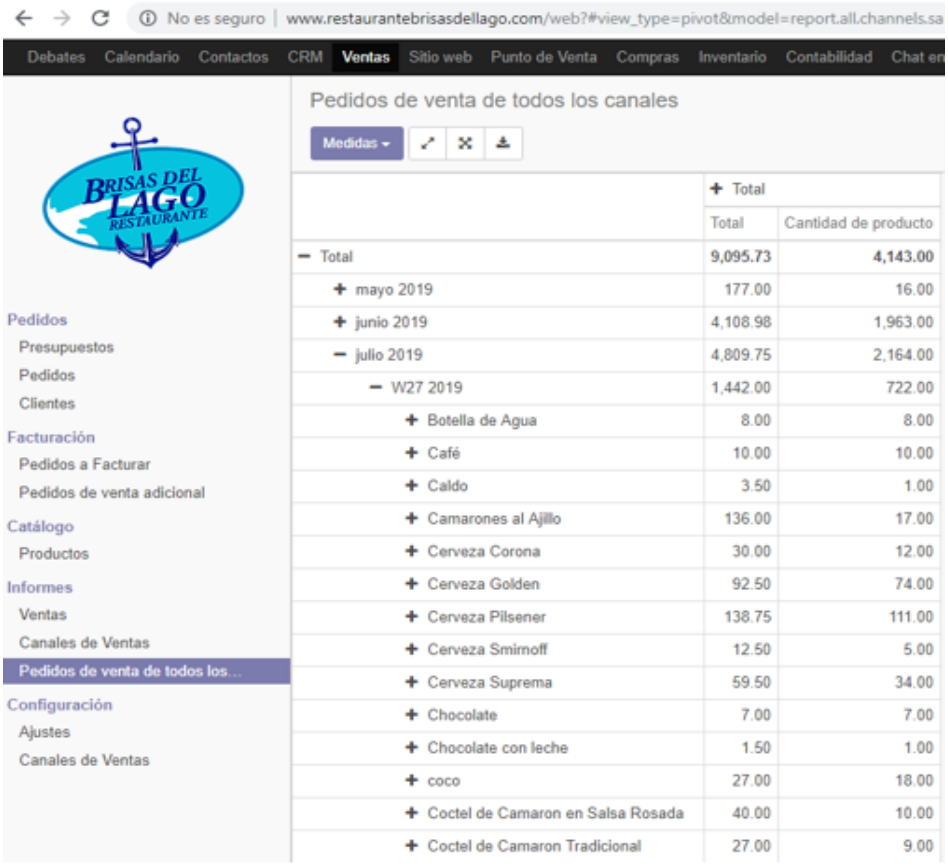
	TIPO	VENTAS																	
	MESES	1	2	3	4	5	6	JULIO					7	8	9	10	11	12	
	PRODUCTO	UNIDAD DE MEDIDA	Total	Total	Total	Total	Total	Total	1	2	3	4	5	Total	Total	Total	Total	Total	Total	
1	Agua Botella	UNIDAD	0	0	0	0	0	20	8	4	2	0	0	14	0	0	0	0	0	

Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Es importante saber que este proceso nos ayuda a sumar todos aquellos ingredientes que contienen cada platillo, y los acumula dándonos el resultado en esta hoja de inventario. La cual nos servirá para ingresar cada consumo de ingredientes en su respectivo Kardex.

La información de las ventas por semana se extrae del ERP Odoo en la nube, él nos proporcionará datos estadísticos que nos permitirá continuar con el flujo de información, en el siguiente ejemplo veremos la filtración en Odoo que genera las Ventas del mes de Julio en la semana 27 correspondiente del 1 al 7 de julio (Ver Ilustración 6).

Ilustración 6. Informe de ventas ERP Odoo



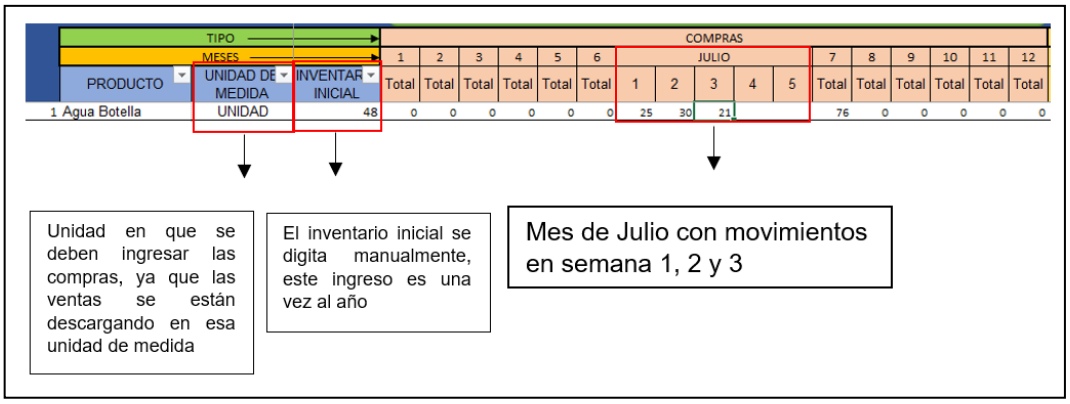
Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Podemos observar en el reporte de Odoo, la columna total contiene ya información de las ventas realizadas por producto, y en la columna Cantidad de producto contiene la suma de los productos vendidos.

3.6.2 Ingreso del inventario inicial y compras

Las compras las ingresaremos en la hoja de Inventario, en la siguiente Ilustración mostraremos que la estructura es la misma lo único que hace la diferencia es el título de COMPRAS, debemos considerar la unidad de medida y en el mes/semana que estamos trabajando (Ver Ilustración 7).

Ilustración 7. Hoja de compras



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Como ejemplo podemos observar que del producto Agua Botella se mide en unidades, su inventario inicial es de 48, en las compras del mes de julio semana 1=25, semana 2=30, semana 3=21, sumando un total de 76 unidades compradas en el mes de julio.

3.6.3 Manejo de inventario en herramienta de Excel

Cuando ya hemos ingreso en estas dos hojas de Ventas e Inventario la información anterior ya podemos proceder a registrar el inventario en el archivo de Inventario al Costo (Ver Ilustración 8).

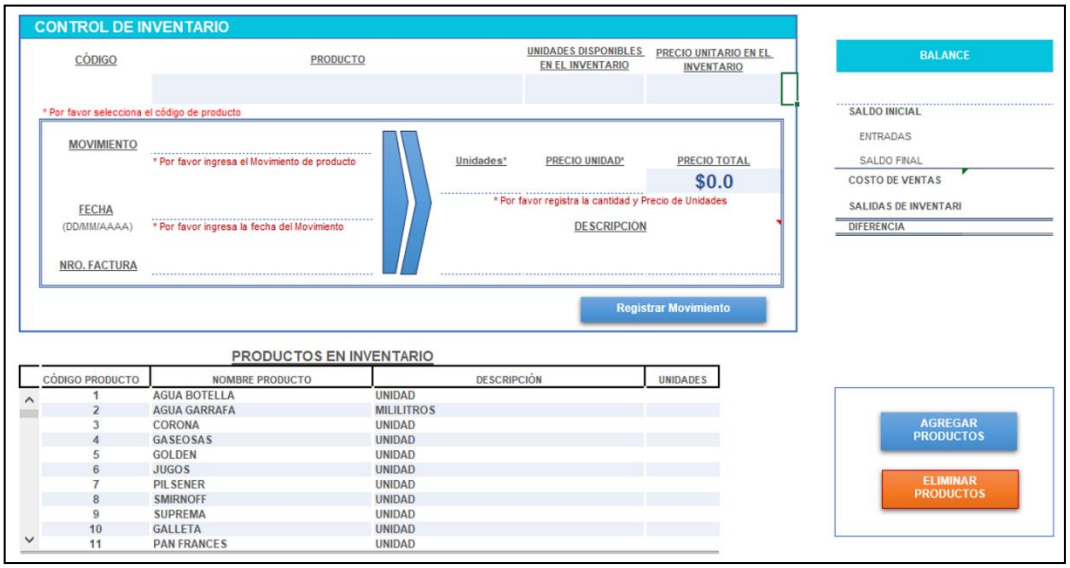
Ilustración 8. Manejo de inventarios al costo



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Inmediatamente nos desplegara el archivo con la hoja de ingreso de productos (Ver Ilustración 9).

Ilustración 9. Hoja ingreso de productos



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Es importante aclarar que todos los productos nuevos, ingresos de movimiento por inventario inicial, Compras, ventas, devoluciones a proveedores, se realizara desde esta hoja, esta hoja esta formulada y al generar cambios en ella pueda que no funcione correctamente, por lo que sugerimos no realizar cambios.

3.6.4 Ingreso y eliminación de productos

Como podemos observar en la Ilustración siguiente, en la parte inferior derecha podemos observar un icono con el nombre AGREGAR PRODUCTOS, damos clic en él y a continuación llenaremos los datos que nos solicita confirmar (Ver Ilustración 10).

Ilustración 10. Agregar productos



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Para el ingreso se abrirá una ventana donde nos solicitará el nombre del producto y una breve descripción, para este caso lo utilizaremos como la unidad de medida de los productos de restaurante Brisas del Lago. Ver (Ilustración 11).

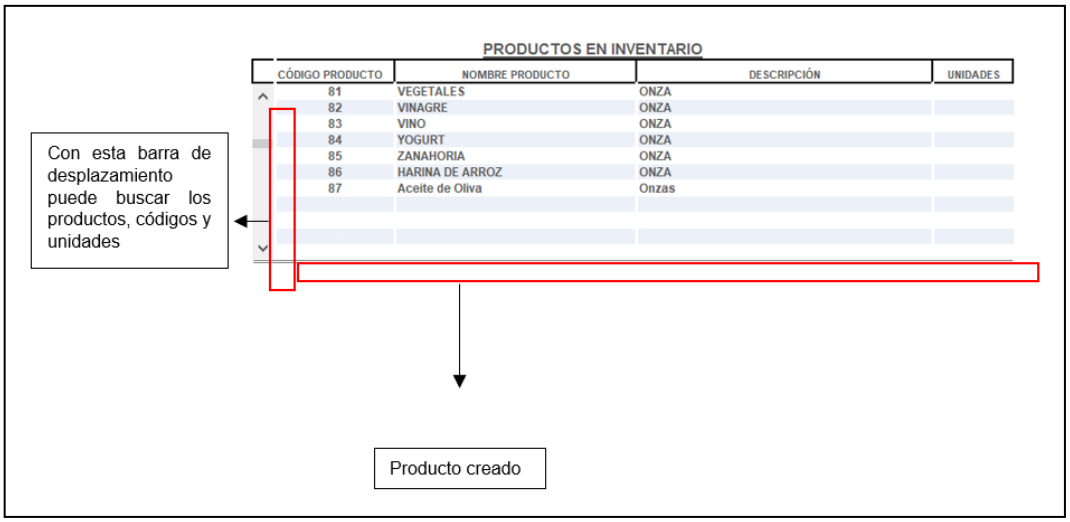
Ilustración 11. Agregar producto al inventario



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Al dar clic en agregar automáticamente se agregará el producto al listado y creara una hoja de Kardex con nombre 87 que es el código del producto, para que pueda ser identificado fácilmente por el usuario del archivo (Ver Ilustración 12).

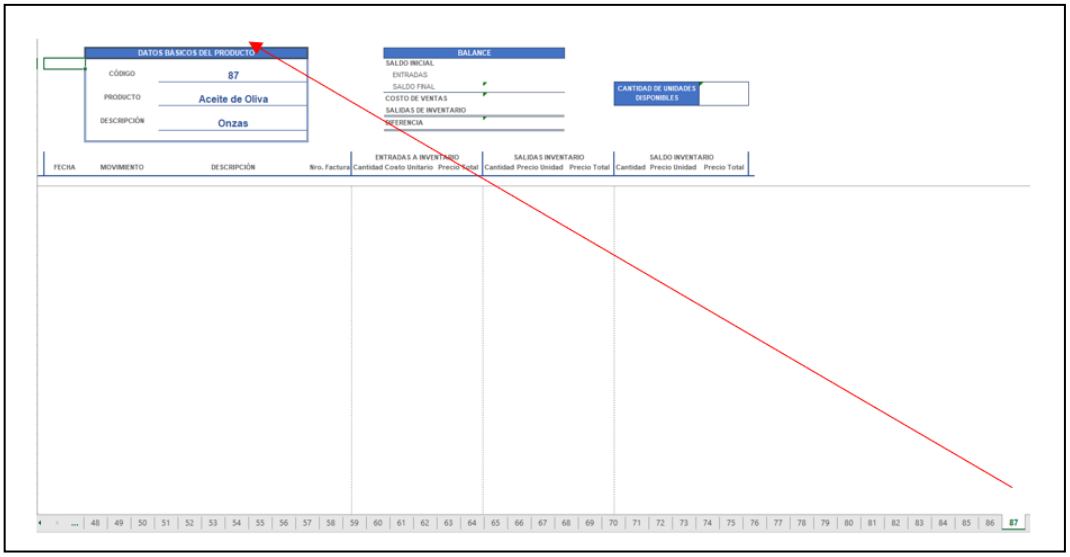
Ilustración 12. Productos en inventario



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

El número de la hoja creada es equivalente al código del producto como se muestra a continuación (Ver Ilustración 13).

Ilustración 13. Hoja creación de productos

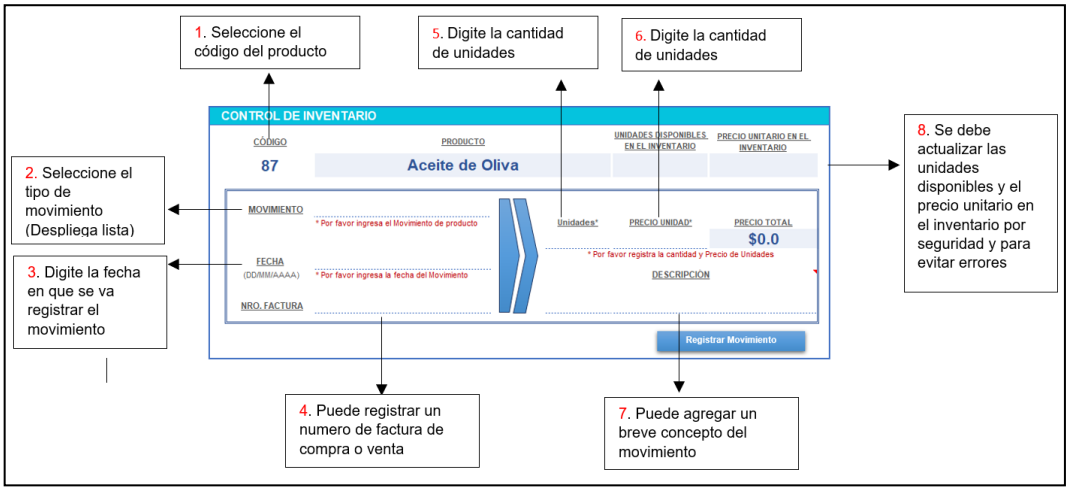


Fuente: Elaboración propia equipo consultor

3.6.5 Registro de movimientos al inventario

Para ingreso de productos utilizaremos la hoja de control de inventario, Seleccionaremos el código del producto y verificaremos los pasos como se muestra a continuación (Ver Ilustración 14).

Ilustración 14. Hoja de control de inventarios



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

El numero en rojo indica el orden que se debe sugerir antes de dar clic en registrar movimiento.

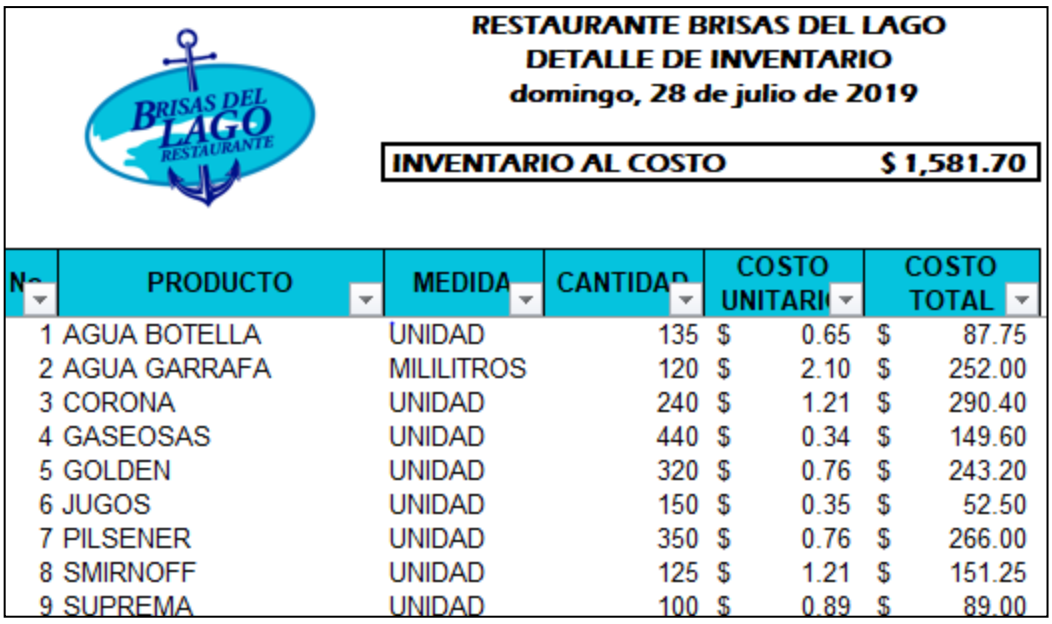
Los tipos de movimiento son:

- Inventario inicial (Obligatorio)
- Compras
- Ventas
- Devolución a proveedor
- Devolución de clientes
- Retiro otro concepto (Perdidas, desperdicios u otros movimientos no contemplados en los ítems anteriores).

3.6.6 Inventario al costo

En la hoja de Inventario al Costo encontraremos los productos que hemos registrado con el costo promedio, unidades disponibles y un inventario valuado para que se puedan tomar decisiones, esta hoja se actualizara automáticamente, ya que extrae los valores de las hojas ya registradas de Kardex y sus valores son finales a la hora de actualizar la información del Kardex (Ver Ilustración 15).

Ilustración 15. Hoja de inventario al costo



RESTAURANTE BRISAS DEL LAGO
DETALLE DE INVENTARIO
domingo, 28 de julio de 2019

INVENTARIO AL COSTO	$ 1,581.70

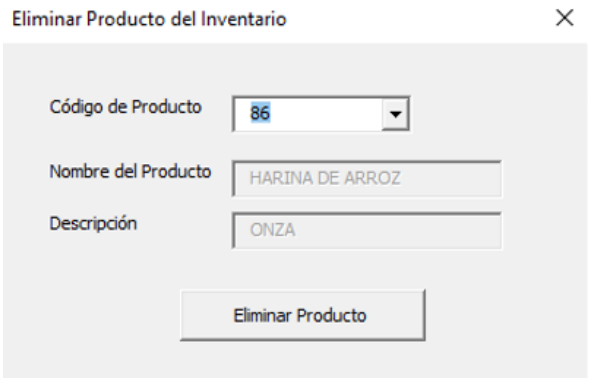
No.	PRODUCTO	MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	AGUA BOTELLA	UNIDAD	135	$ 0.65	$ 87.75
2	AGUA GARRAFA	MILILITROS	120	$ 2.10	$ 252.00
3	CORONA	UNIDAD	240	$ 1.21	$ 290.40
4	GASEOSAS	UNIDAD	440	$ 0.34	$ 149.60
5	GOLDEN	UNIDAD	320	$ 0.76	$ 243.20
6	JUGOS	UNIDAD	150	$ 0.35	$ 52.50
7	PILSENER	UNIDAD	350	$ 0.76	$ 266.00
8	SMIRNOFF	UNIDAD	125	$ 1.21	$ 151.25
9	SUPREMA	UNIDAD	100	$ 0.89	$ 89.00

Fuente: Elaboración propia equipo consultor

3.6.7 Eliminar su producto y su Kardex

Para eliminar únicamente nos solicitara el código del producto y la confirmación de que quiere eliminar el producto, se debe tomar en cuenta que este proceso elimina por completo también la hoja de Kardex de ese producto con todos los movimientos, se recomienda realizarnos cuando tiene movimientos (Ver Ilustracion 16).

Ilustración 16. Eliminar producto del inventario



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Anexo 5: Manual Herramienta Excel para Información Financiera



CREADO POR EQUIPO CONSULTOR PARA EL

RESTAURANTE BRISAS DEL LAGO

Contenido

1. Objetivos 251

2. Alcance 251

3. Herramienta de Excel para información financiera 252

3.1 ¿Qué el Estado de Resultado y Estado de situación financiera? 252

3.2 ¿Para qué sirve el Estado de Resultado y Estado de Situación Financiera? 252

3.3 ¿Cuáles son sus principales características de la información financiera? 253

3.4 ¿Cuáles son los beneficios de la información financiera? 253

3.5 ¿Cómo funciona la información financiera? 253

3.6 Ingreso de gastos de venta y administración 254

3.7 Ingreso de datos en el estado de situación financiera 255

3.8 Pago de préstamo mensual 256

3.9 Ingreso de monto: Bienes muebles, inmuebles y monto de préstamo. 256

Contenido de Ilustraciones

Ilustración 1. Hoja de gastos planilla de salarios 254
Ilustración 2. Hoja de gastos 255
Ilustración 3. Inventario al costo mensual 255
Ilustración 4. Hoja cuentas de activo y pasivo 256
Ilustración 5. Monto de préstamo, costo de los bienes, y bienes inmuebles 257

1. Objetivos

- Proporcionar una herramienta en Excel que permita el registro de los gastos y costos del negocio.

- Formular las ventas, costos y gastos para emitir un Estado de Resultado del negocio.

- Formular los principales movimientos de activos y pasivos que posee el restaurante con el objetivo de tener un Estado de Situación Financiera del negocio.

2. Alcance

Proporcionar una herramienta que le permita mostrar el desempeño del restaurante y su situación financiera.

La herramienta no tiene valor económico alguno y es útil para conocer el desempeño del negocio y su situación financiera a un mes determinado.

3. Herramienta de Excel para información financiera

3.1 ¿Qué el Estado de Resultado y Estado de situación financiera?

Según NIIF para Pyme

Estado de Resultado (Sección 5 NIIF para Pyme Párrafo 5.1)

El rendimiento es la relación entre los ingresos y los gastos de una entidad durante el periodo sobre el que se informa

El estado de resultado integral presenta su rendimiento financiero para el periodo.

Estado de Situación Financiera (Sección 4 NIIF para Pyme párrafo 4.1)

Es la relación entre los activos, los pasivos y el patrimonio en una fecha concreta.

Presenta los activos, pasivos y patrimonio de una entidad en una fecha específica al final del periodo sobre el que se informa.

3.2 ¿Para qué sirve el Estado de Resultado y Estado de Situación Financiera?

El estado de situación financiera sirve para ver los activos, pasivos y patrimonio con los que cuenta una entidad a una fecha específica, normalmente los usuarios de la información pueden ser internos y externos del negocio.

El estado de resultado contribuye para el análisis ya que ahí podemos determinar el rendimiento que está teniendo el negocio a un periodo especifico y conocer el desempeño de los administradores.

3.3 ¿Cuáles son sus principales características de la información financiera?

- Podemos conocer la situación patrimonial del negocio, su flujo de efectivo, los resultados etc.
- Contexto: Proveen información financiera acerca del contexto en que opera el negocio, las condiciones del mercado y tendencias, podemos pronosticar a partir de esta información.
- Oportunidad: La elaboración y preparación, se debe tener en cuenta su periodicidad para tener una mejor estrategia y comunicativa en la toma de decisiones.

3.4 ¿Cuáles son los beneficios de la información financiera?

- Ayuda a la toma de decisiones estrategia por parte de los administradores.
- Puede solicitar financiamiento conociendo su posición financiera y sus rendimientos periódicamente.
- Reduce las pérdidas económicas por falta de información para cambios de estrategias.
- Mejora el negocio si se utiliza para realizar proyecciones a partir de estos.

3.5 ¿Cómo funciona la información financiera?

Los estados financieros son informes que condensan la información económica de la empresa y su función es mantener al informado(a) a quien tiene que tomar la decisión financiera dentro de la estructura empresarial y sirven como punto de referencia a la hora de encausar los rumbos de ella.

En ese sentido, es de suma importancia para quienes dirigen las pymes y quienes tengan la intención de emprender interpretarlos de manera adecuada. Ya que se puede tornar en una herramienta de mucha utilidad para la gestión efectiva del negocio.

3.6 Ingreso de gastos de venta y administración

Registro de planilla de salarios y gastos mensuales

En la hoja gastos encontraremos la planilla de salarios de forma mensual, con el objetivo de distribuir en el gasto que corresponde, digitaremos el monto de lo pagado en el mes que corresponde, estos datos se vinculan a otros reportes útiles por eso es importante completar o colocar a valor $ 0.00. (Ver Ilustración 1).

Ilustración 1. Hoja de gastos planilla de salarios



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

En la misma hoja de gastos daremos ingresos a todos los gastos que tiene el negocio restaurante Brisas del lago (Ver Ilustración 2).

Ilustración 2. Hoja de gastos



RESTAURANTE BRISAS DEL LAGO

DETALLE DE GASTOS EFECTUADOS MENSUALMENTE

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Gastos de Venta	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ 1,298.00	$ 2,596.00	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
Gastos de Administración	$ 280.00	$ 12.00	$ -	$ -	$ -	$ 280.00	$ 710.00	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -

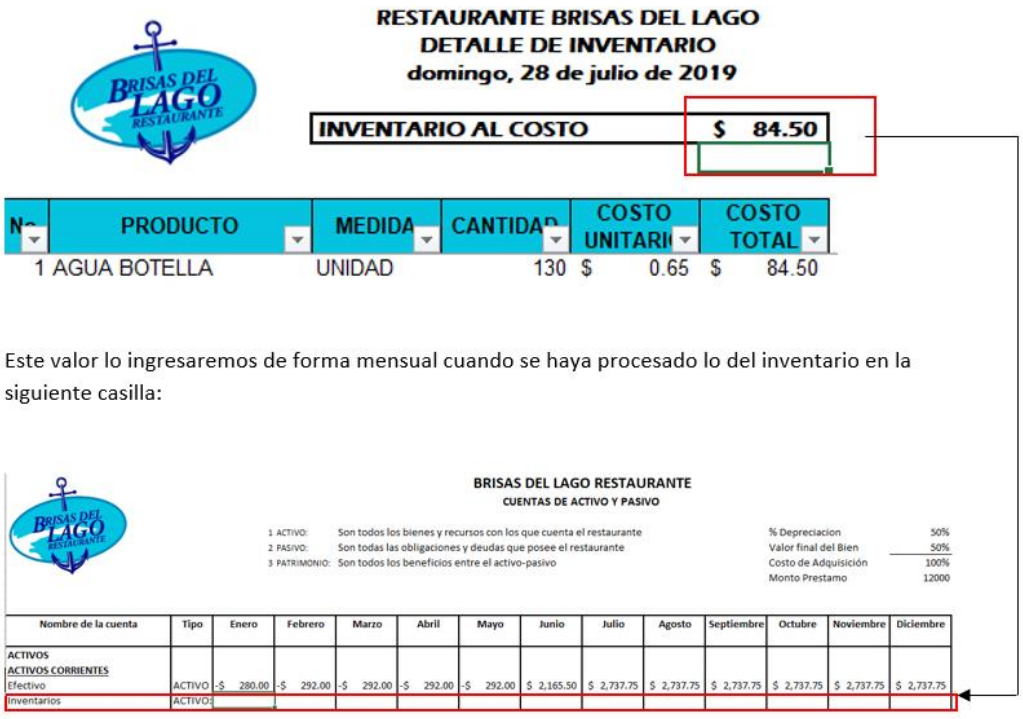
Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Para desplegar el detalle de los gastos de venta y administración damos clic en él ⊞ y podemos ver el detalle de gastos y agregar nuevos gastos mensualmente.

3.7 Ingreso de datos en el estado de situación financiera

Inventario: Ingreso del inventario proveniente del archivo de Control de Inventario de la hoja Inventario al Costo al final de cada mes (Ver Ilustración 3).

Ilustración 3. Inventario al costo mensual



RESTAURANTE BRISAS DEL LAGO
DETALLE DE INVENTARIO
domingo, 28 de julio de 2019

INVENTARIO AL COSTO	$ 84.50

N°	PRODUCTO	MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	AGUA BOTELLA	UNIDAD	130	$ 0.65	$ 84.50

Este valor lo ingresaremos de forma mensual cuando se haya procesado lo del inventario en la siguiente casilla:

BRISAS DEL LAGO RESTAURANTE
CUENTAS DE ACTIVO Y PASIVO

1 ACTIVO: Son todos los bienes y recursos con los que cuenta el restaurante
2 PASIVO: Son todas las obligaciones y deudas que posee el restaurante
3 PATRIMONIO: Son todos los beneficios entre el activo-pasivo

% Depreciacion	50%
Valor final del Bien	50%
Costo de Adquisición	100%
Monto Prestamo	12000

Nombre de la cuenta	Tipo	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
ACTIVOS													
ACTIVOS CORRIENTES													
Efectivo	ACTIVO	-$ 280.00	-$ 292.00	-$ 292.00	-$ 292.00	-$ 292.00	$ 2,165.50	$ 2,737.75	$ 2,737.75	$ 2,737.75	$ 2,737.75	$ 2,737.75	$ 2,737.75
Inventarios	ACTIVO												

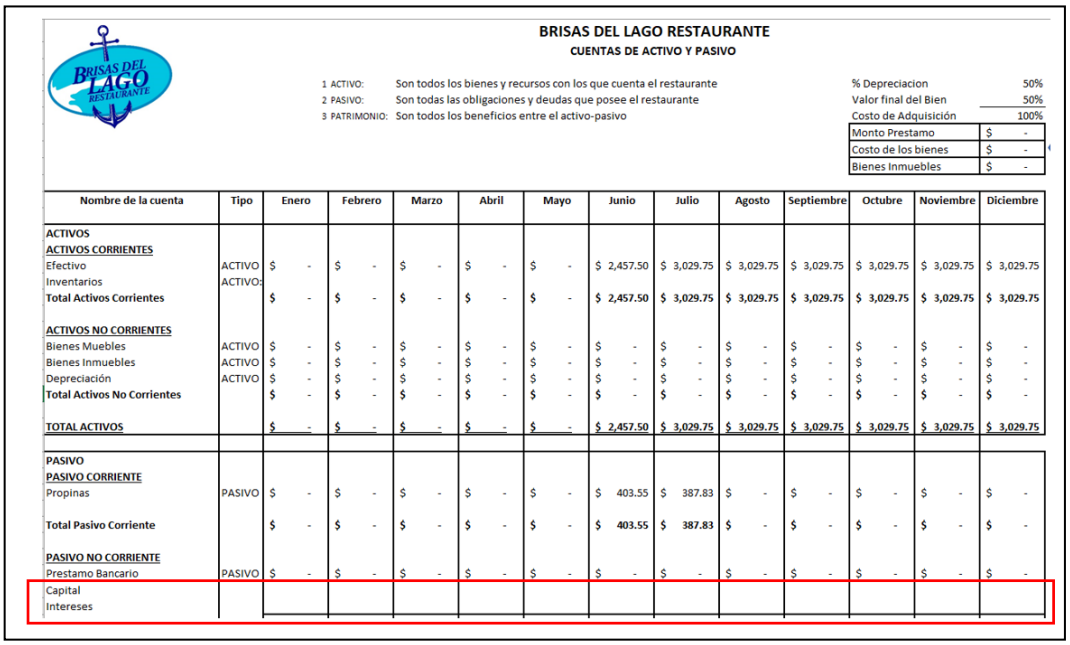
Fuente: Elaboración propia equipo consultor

3.8 Pago de préstamo mensual

En la casilla Capital por favor ingrese el monto del recibo de pago del banco donde realiza el desglose y que disminuye el monto de capital del préstamo.

En la casilla intereses ingrese el monto de todos los intereses y comisiones que cobra el banco por el préstamo (Ver Ilustración 4).

Ilustración 4. Hoja cuentas de activo y pasivo



BRISAS DEL LAGO RESTAURANTE

CUENTAS DE ACTIVO Y PASIVO

1 ACTIVO: Son todos los bienes y recursos con los que cuenta el restaurante
2 PASIVO: Son todas las obligaciones y deudas que posee el restaurante
3 PATRIMONIO: Son todos los beneficios entre el activo-pasivo

% Depreciacion	50%
Valor final del Bien	50%
Costo de Adquisición	100%
Monto Prestamo	$ -
Costo de los bienes	$ -
Bienes Inmuebles	$ -

Nombre de la cuenta	Tipo	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
ACTIVOS													
ACTIVOS CORRIENTES													
Efectivo	ACTIVO	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ 2,457.50	$ 3,029.75	$ 3,029.75	$ 3,029.75	$ 3,029.75	$ 3,029.75	$ 3,029.75
Inventarios	ACTIVO:												
Total Activos Corrientes		$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ 2,457.50	$ 3,029.75	$ 3,029.75	$ 3,029.75	$ 3,029.75	$ 3,029.75	$ 3,029.75
ACTIVOS NO CORRIENTES													
Bienes Muebles	ACTIVO	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
Bienes Inmuebles	ACTIVO	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
Depreciación	ACTIVO	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
Total Activos No Corrientes		$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
TOTAL ACTIVOS		$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ 2,457.50	$ 3,029.75	$ 3,029.75	$ 3,029.75	$ 3,029.75	$ 3,029.75	$ 3,029.75
PASIVO													
PASIVO CORRIENTE													
Propinas	PASIVO	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ 403.55	$ 387.83	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
Total Pasivo Corriente		$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ 403.55	$ 387.83	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
PASIVO NO CORRIENTE													
Prestamo Bancario	PASIVO	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
Capital													
Intereses													

Fuente: Elaboración propia equipo consultor

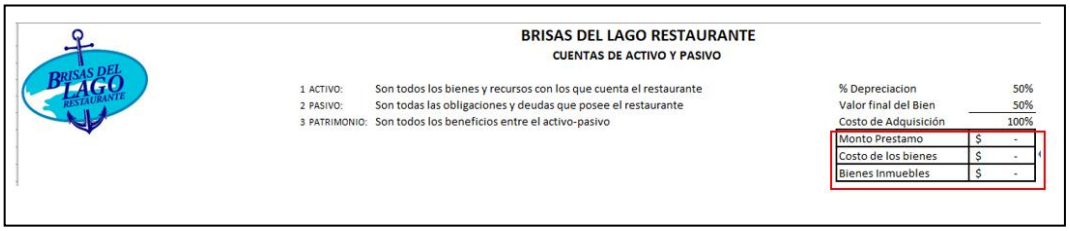
3.9 Ingreso de monto: Bienes muebles, inmuebles y monto de préstamo.

Al ingresar el monto del préstamo, automáticamente se registra en el Estado de situación financiera y se amortizara con el registro de capital e intereses.

Con el ingreso del costo de los bienes muebles se le ha calculado una depreciación lineal automática, con el objetivo de representar un Estado financiero de acuerdo a Normas Internacionales.

El monto de bienes inmuebles se registra automáticamente en el Estado Financiero (Ver Ilustración 5).

Ilustración 5. Monto de préstamo, costo de los bienes, y bienes inmuebles



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Anexo 6: Creación de Sitio Web



CREADO POR EQUIPO CONSULTOR PARA EL

RESTAURANTE BRISAS DEL LAGO

Contenido

1. Objetivos 260

2. Alcance 260

3. Creación de nuevo Sitio web 261

3.1 Diseño y Elaboración 261

Contenido de Ilustraciones

Ilustración 1. Página Inicio - Logo 262
Ilustración 2. Página Inicio - Menú, Eventos e Instalaciones 262
Ilustración 3. Página Inicio - Galería de imágenes y Artesanías 263
Ilustración 4. Página Inicio – Vínculos a los distintos ítems y horarios 263
Ilustración 5. Página Menú - Variedad de Platos 264
Ilustración 6. Página Quienes Somos - Misión y Visión 265
Ilustración 7. Página Nuestra Historia - Historia y Nuestro Restaurante 265
Ilustración 8. Página Eventos - Cotiza con nosotros tu evento 266
Ilustración 9. Contáctenos - Ficha contáctenos y dirección del restaurante 267
Ilustración 10. Página iniciar Sesión - Ingreso a ERP Odoo 267

1. Objetivos

- ❖ Reforzar la imagen del Restaurante.
- ❖ Fortalecer la relación Restaurante – Cliente.
- ❖ Aumentar las ventas.
- ❖ Posicionar la marca y diferenciarse.
- ❖ Conectar emocionalmente con clientes potenciales.

2. Alcance

Desarrollar y publicar un sitio web al Restaurante Brisas del Lago que cumpla con las expectativas de diseño, calidad y desempeño esperada por el empresario, teniendo en cuenta los siguientes aspectos:

- El control de gestión de contenidos configurado con el ERP Odoo como plataforma seleccionada para la administración y gestión del sitio Web.
- Diseño y desarrollo de sitio Web con la metodología de Odoo, que da la visibilidad a la página Web desde cualquier dispositivo.
- Proveer el hosting y dominio con Godaddy para el alojamiento del sitio web con la dirección: www.restaurantebrisasdellago.com
- Obtener presencia digital a través del sitio, mostrar productos e información del restaurante para la captación de clientes por medio del CRM de Odoo.

3. Creación de nuevo Sitio web

Para la creación del sitio Web de restaurante brisas del lago se utilizó el ERP de Odoo que esta enlazado al servidor Amazon Web Services para realizar el diseño y configuración, además se solicitó la compra de un dominio en Godaddy con la siguiente dirección para uso comercial de la siguiente manera: www.restaurantebrisasdellago.com.

Para poder enlazar el ERP Odoo con el dominio en Godaddy se realizó programación en ambas plataformas para poder levantar el sitio web comercialmente y no como lo proporciona Odoo con una dirección larga http://ec2-18-221-184-214.us-east-2.compute.amazonaws.com:8069.

3.1 Diseño y Elaboración

En el diseño y elaboración del sitio Web se realizaron 7 páginas las cuales se detallan a continuación:

3.1.1 Inicio

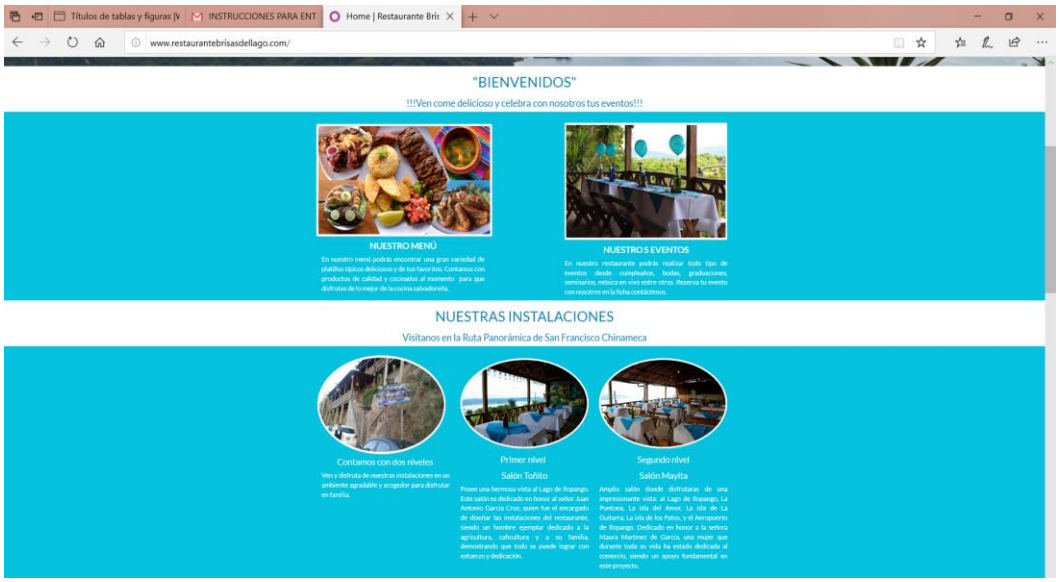
- **Página Inicio:** Cuenta con el lema del restaurante, Diseño de nuevo Logo, Redes sociales, imágenes de menú y eventos con sus respectivos links, imágenes de sus instalaciones, imágenes visuales de vista al Lago de Ilopango, Ubicación Google Maps y horarios de atención como se muestra en las siguientes imágenes:

Ilustración 1. Página Inicio - Logo



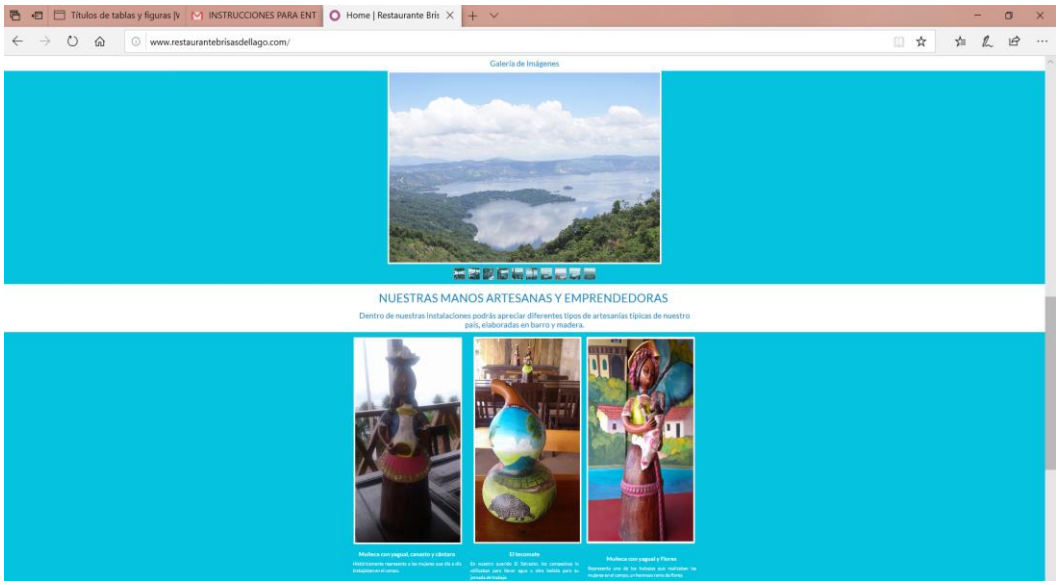
Fuente: Elaboración propia equipo Consultor

Ilustración 2. Página Inicio - Menú, Eventos e Instalaciones



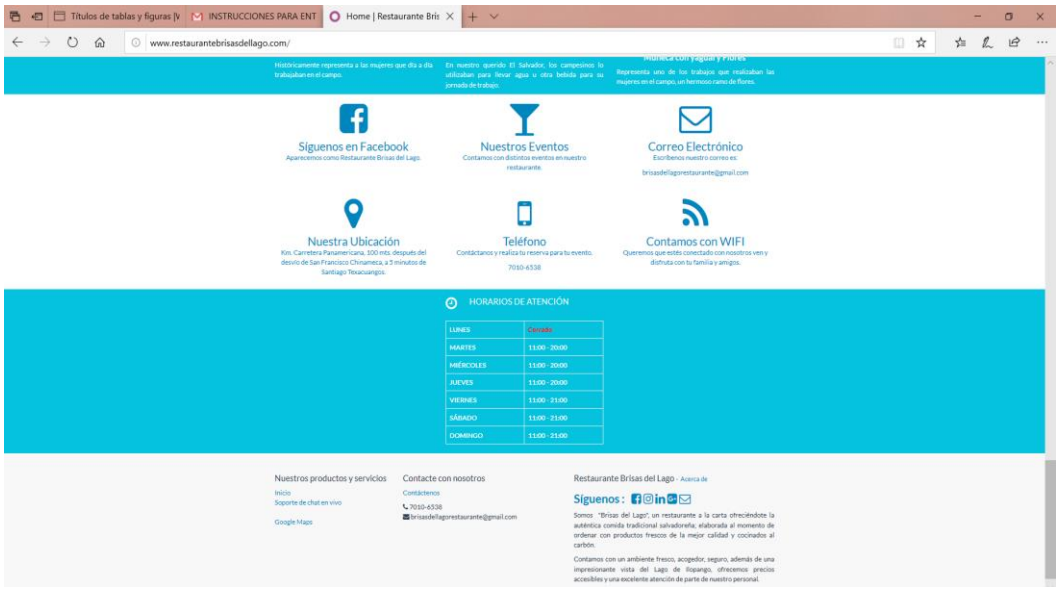
Fuente: Elaboración propia equipo Consultor

Ilustración 3. Página Inicio - Galería de imágenes y Artesanías



Fuente: Elaboración propia equipo Consultor

Ilustración 4. Página Inicio – Vínculos a los distintos ítems y horarios

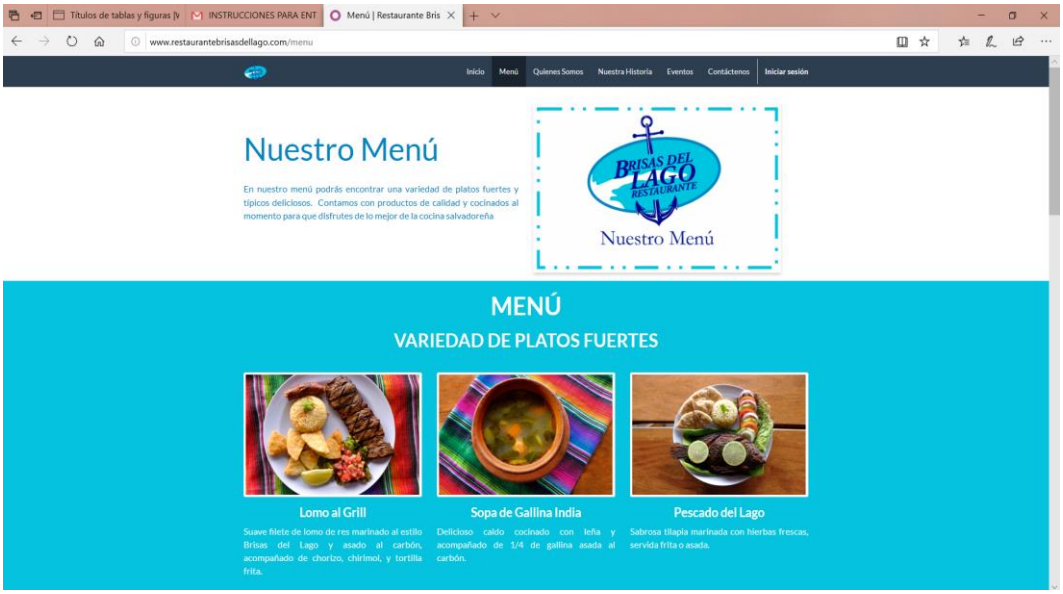


Fuente: Elaboración propia equipo Consultor

3.1.2 Menú

- **Página Menú:** Cuenta con lema del menú, fotografías de platillos con su respectiva descripción.

Ilustración 5. Página Menú - Variedad de Platos

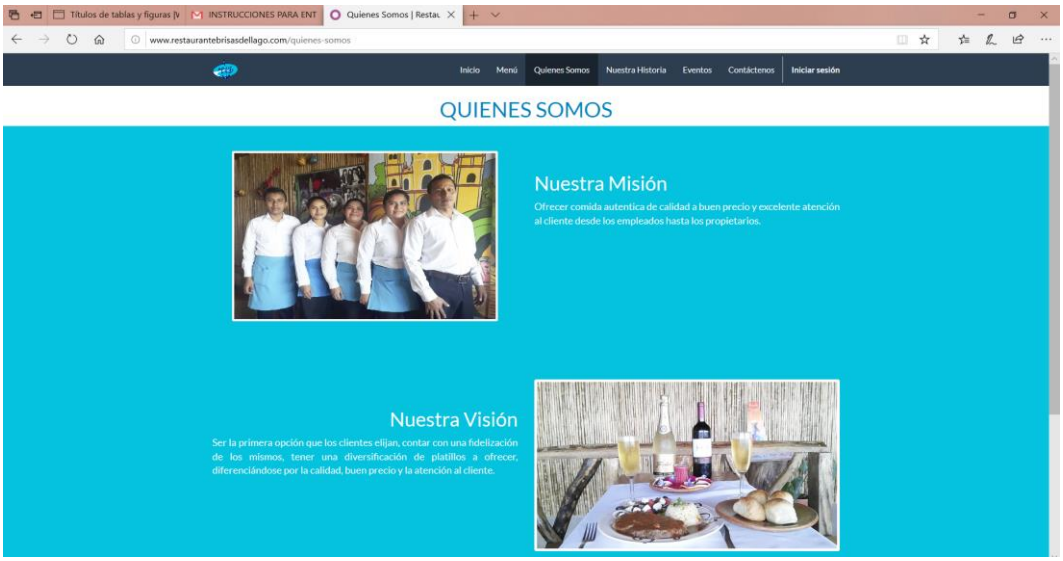


Fuente: Elaboración propia equipo Consultor

3.1.3 Quienes Somos

- **Página Quienes Somos:** Misión y Visión del Restaurante.

Ilustración 6. Página Quienes Somos - Misión y Visión

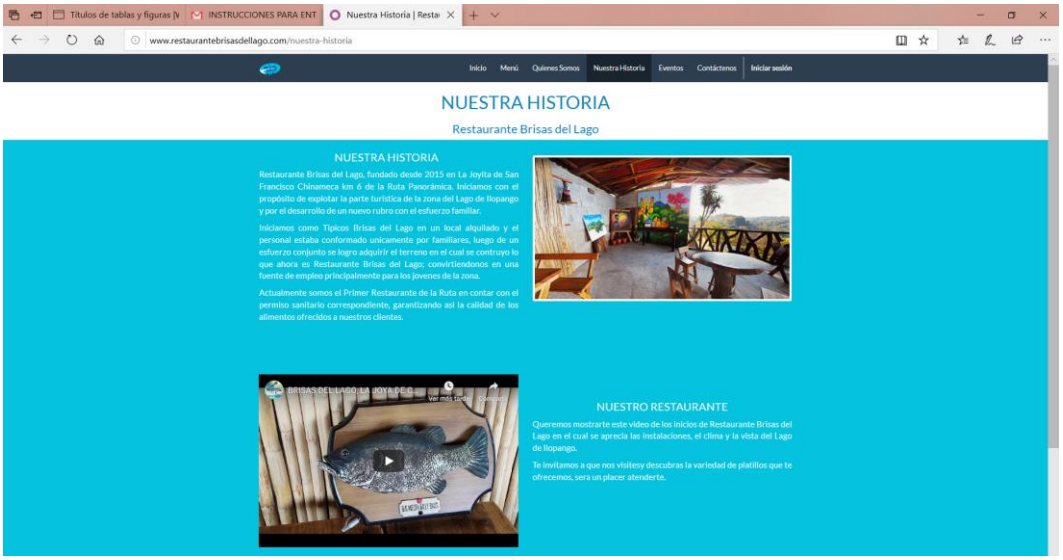


Fuente: Elaboración propia equipo Consultor

3.1.4 Nuestra Historia

- **Página Nuestra Historia:** Historia del restaurante con una Ilustración y un video el cual muestra las instalaciones del restaurante.

Ilustración 7. Página Nuestra Historia - Historia y Nuestro Restaurante



Fuente: Elaboración propia equipo Consultor

3.1.5 Eventos

- **Página Eventos:** Se colocaron los tipos de eventos que ofrece el restaurante con sus respectivas imágenes: celebración de bodas, cumpleaños, graduaciones y Música en vivo.

Ilustración 8. Página Eventos - Cotiza con nosotros tu evento

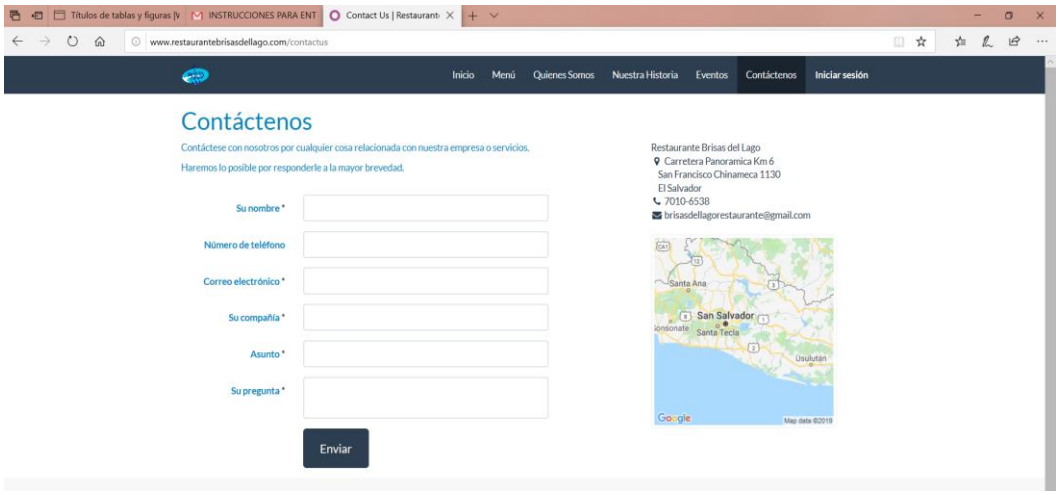


Fuente: Elaboración propia equipo Consultor

3.1.6 Contáctenos

- **Página Contáctenos:** Se creó un formulario que llenara el cliente que necesite información del restaurante para algún evento con un boto de enviar automáticamente enviara la información al CRM del ERP de Odoo para poder interactuar con el cliente y responderle por medio de una cotización presupuestada desde el ERP Odoo.

Ilustración 9. Contáctenos - Ficha contáctenos y dirección del restaurante

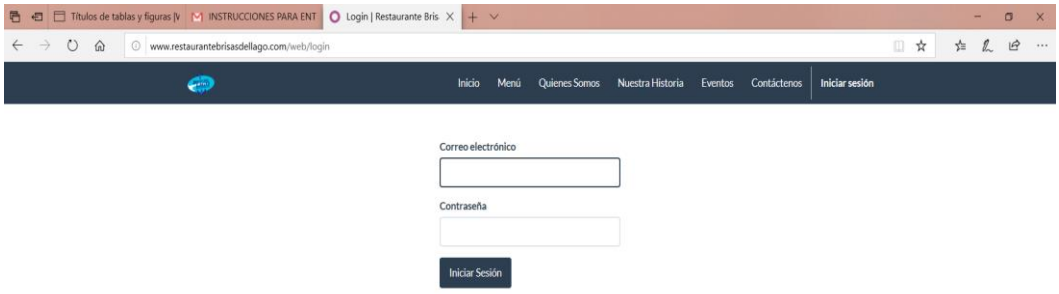


Fuente: Elaboración propia equipo Consultor

3.1.7 Iniciar sesión

- **Página Iniciar Sesión:** Creada para que los usuarios puedan ingresar al ERP Odoo desde la nube.

Ilustración 10. Página iniciar Sesión - Ingreso a ERP Odoo



Fuente: Elaboración propia equipo Consultor

Anexo 7: Manual Plan de Marketing



CREADO POR EQUIPO CONSULTOR PARA EL

RESTAURANTE BRISAS DEL LAGO

Contenido

1. Objetivos 273

2. Alcance 273

3. Plan Marketing 274

3.1 Creación de nuevo Logo 275

3.2 Creación de nuevo Sitio Web y compra de dominio en Godaddy. 277

3.3 Diseño e implementación de CRM 284

3.4 Marketing Mix. 299

4. Campaña Publicitaria 305

4.1 Modelo Diseño de la campaña. 305

4.2 Análisis de la Situación. 306

4.3 Objetivos. 307

4.4 Estrategias y tácticas. 308

4.5 Plan de acción 308

4.6 Monitorización y Analítica 309

4.7 Análisis de resultados 312

Contenido de Ilustraciones

Ilustración 1. Elementos del Logo 276
Ilustración 2. Logo Restaurante Brisas del Lago 277
Ilustración 3. Página Inicio - Logo 279
Ilustración 4. Página Inicio - Menú, Eventos e Instalaciones 279
Ilustración 5. Página Inicio - Galería de imágenes y Artesanías 280
Ilustración 6. Página Inicio – Vínculos a los distintos ítems y horarios 280
Ilustración 7. Página Menú - Variedad de Platos 281
Ilustración 8. Página Quienes Somos - Misión y Visión 281
Ilustración 9. Página Nuestra Historia - Historia y Nuestro Restaurante 282
Ilustración 10. Página Eventos - Cotiza con nosotros tu evento 282
Ilustración 11. Contáctenos - Ficha contáctenos 283
Ilustración 12. Página iniciar Sesión - Ingreso a ERP Odoo 283
Ilustración 13. Pantalla de inicio sesión al sistema Odoo 285
Ilustración 14. Módulo de clientes CRM 285
Ilustración 15. Módulo flujo de oportunidades - gráficos 286
Ilustración 16. Pantalla de inicios de sesión al sistema Odoo 288
Ilustración 17. Creación de oportunidades en el flujo de Odoo 288
Ilustración 18. Módulo flujo de oportunidades 289
Ilustración 19. Formulario contáctenos y chat en vivo 290
Ilustración 20. Flujo módulo de oportunidades - gráficos 290
Ilustración 21. Módulo de administración de clientes CRM 292
Ilustración 22. Nuevo cliente prospectado 292
Ilustración 23. Creación de clientes 293
Ilustración 24. Realizando flujo de oportunidades 294
Ilustración 25. Módulo flujo de oportunidades - gráficos 295
Ilustración 26. Tablero creación de oportunidades 296
Ilustración 27. Creando oportunidades 296
Ilustración 28. Módulo actividades 297
Ilustración 29. Módulo de presupuestos 298
Ilustración 30. Creación de nuevo presupuesto 298
Ilustración 31. Productos 301
Ilustración 32. Servicios 302
Ilustración 33. Esquema modelo diseño de campaña 305
Ilustración 34. Diseño de campaña 307
Ilustración 35. Reconocimiento de Marca Ilustración de campaña productos 310
Ilustración 36. Reconocimiento de marca Ilustración de campaña Logo 311
Ilustración 37. Trafico en WhatsApp Ilustración de campaña restaurante 311
Ilustración 38. Trafico Web Ilustración de campaña eventos 312
Ilustración 39. Gráfico resultados campaña de trafico 313
Ilustración 40. Gráfico resultados campaña reconocimiento de marca 313
Ilustración 41. Gráfico resultados por variables de sexo 314

Ilustración 42. Resultados obtenidos por variables de sexo 314
Ilustración 43. Gráfico resultados por variables de edad 315
Ilustración 44. Resultados obtenidos por variables de edad 315
Ilustración 45. Gráfico dato demográfico, variable sexo y edad 316
Ilustración 46. Resultados obtenidos por variables de edad y sexo 316
Ilustración 47. Gráfico ubicación geográfica 317
Ilustración 48. Resultados obtenidos por región 317
Ilustración 49. Dato demográfico 318

Índice de tablas

Tabla 1. Plan marketing digital a desarrollar 274
Tabla 2. Análisis FODA 306
Tabla 3. Resultados obtenidos por variables de sexo 314
Tabla 4. Resultados obtenidos por variable de edad 315
Tabla 5. Resultados obtenidos por ubicación geográfica (región) 318

INTRODUCCION

La marca Restaurante Brisas del Lago, con el fin de adaptar y desarrollar su identidad y carácter a los nuevos tiempos, así como captar nuevos clientes, decide realizar una campaña de posicionamiento de marca que permita ampliar su cartera de clientes y como consecuencia de esto obtener mayores ingresos.

Los desafíos de posicionamiento de marca son altos, pero, a través de herramientas digitales como Facebook ADS con su propia plataforma permite definir un público ideal, Restaurante Brisas del Lago construirá su Ilustración mediante la comunicación activa por medio de anuncios (Sanchez, 2016).

1. Objetivos

- Elaborar un plan de Marketing para potenciar el posicionamiento de la marca.
- Diseñar un nuevo Logo.
- Diseñar un nuevo sitio Web.
- Desarrollar una campaña de Marketing a través de la plataforma de Facebook Business.
- Captar clientes por medio del CRM de Odoo enlazado al sitio Web.

2. Alcance

La estrategia tecnológica como plan de marketing se implementará, la creación de un nuevo Logo, diseño y elaboración de un nuevo sitio Web y una campaña de Marketing a través de la herramienta *Facebook Business*, con el objetivo de lograr un reconocimiento de la marca Restaurante Brisas del Lago, para la captación de clientes potenciales.

3. Plan Marketing

Una de las áreas que seleccionamos para el empresario en conjunto con el equipo consultor para desarrollar la acción clave de éxito fue: El área de Innovación Tecnológica, específicamente la subárea de Estrategia Tecnológica, Publicidad, Sitio Web, posicionamiento y marca (Ver. Tabla 1).

Tabla 1. Plan marketing digital a desarrollar

PLAN MARKENTING A DESARROLLAR			
Nivel de Planificación	**Objetivo**	**¿Qué se realizará?**	**Resultados esperados**
Estrategia de Marca	Posicionamiento	Creación de un nuevo Logo	Ser reconocidos por su propia marca, como uno de los mejores restaurantes de la ruta Panorámica de Chinameca.
Estrategia Sitio Web	Clientes	Diseño y lanzamiento de nuevo sitio web	Buscar presencia digital a través del sitio, mostrar productos, generar ventas y captar clientes por medio de la aplicación CRM de Odoo para obtener mayor rentabilidad en el negocio.
Estrategia de Posicionamiento	Publicidad	Promoción de productos y eventos	Promocionar productos y eventos que se realizan en el Restaurante por medio de Sitio Web y *Facebook Business*
Estrategia de Publicidad	Marketing	Diseño y lanzamiento de campaña a través de *Facebook Business*	Lograr potenciar el reconocimiento de la marca, a través de una segmentación correcta de clientes que tenga como consecuencia nuevos clientes.

Fuente: Elaboración propia equipo Consultor

A continuación, se desarrolla la acción clave de éxito Innovación Tecnología de la subárea Estrategia Tecnológica a través del Plan de Marketing que permita mejorar el reconocimiento de la marca en el mercado, el contenido es el siguiente:

3.1 Creación de nuevo Logo

1.1.1 Objetivos

- Proporcionar una guía para el uso del manual de marca para el Restaurante Brisas del Lago.
- Este Manual constituye una herramienta de trabajo que sirve como referencia para todos los responsables de generar, difundir y fortalecer la Identidad Comercial de la marca: Restaurante Brisas del Lago.
- Establecer los lineamientos generales para su correcta aplicación.
- Proyectar ante sus diversos públicos la identidad del Restaurante Brisas del Lago mediante el seguimiento adecuado de los lineamientos establecidos en este manual.

1.1.2 Alcance

Este manual se aplicará en todos los medios en los que Restaurante Brisas del Lago exhiba su Ilustración visual.

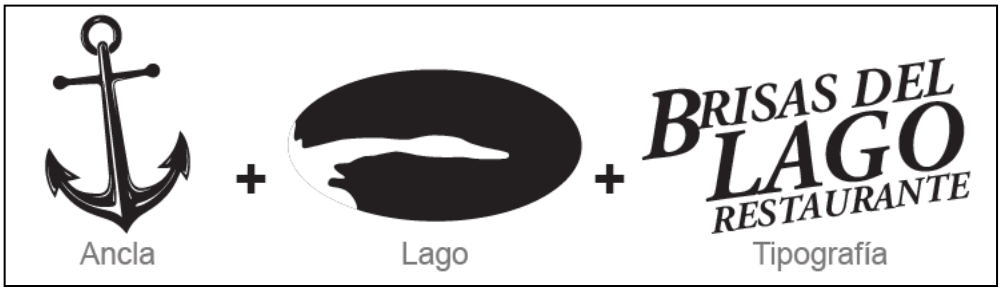
La identidad de la marca permitirá al Restaurante Brisas del Lago ser reconocido por los clientes y posicionarse dentro del sector de Restaurantes.

1.1.3 Creación de la marca

El logo del restaurante Brisas del Lago es un refresh del logo ya existente, se maneja casi el mismo concepto cuidando el ser reconocidos de una manera más fácil, no como un restaurante nuevo, sino más bien de una renovación.

Entre los elementos utilizados se encuentran el ancla por ser uno de los elementos que evoca el agua marina junto a un abstract de la vista del lago mostrando el punto de referencia que tiene el restaurante contra el lago y sobre todo el paisaje del que se disfruta (Ver Ilustración 1).

Ilustración 1. Elementos del Logo



Fuente: Elaboración propia equipo Consultor

El diseño final elaborado para el restaurante, se muestra en la siguiente Ilustración, además se elaboró manual de marca (Ver Ilustración 2).

Ilustración 2. Logo Restaurante Brisas del Lago



Fuente: Elaboración propia equipo Consultor

3.2 Creación de nuevo Sitio Web y compra de dominio en Godaddy.

3.2.1 Objetivos

- Conectar emocionalmente con clientes potenciales.
- Diferenciar la marca de otros miles de propuestas en el mercado.
- Captar a las personas por medio del CRM
- Atraer clientes
- Hacer negocios

3.2.2 Alcance

Desarrollar y publicar un sitio web al Restaurante Brisas del Lago que cumpla con las expectativas de diseño, calidad y desempeño esperada por el empresario, teniendo en cuenta los siguientes aspectos:

- El control de gestión de contenidos configurado con el ERP Odoo como plataforma seleccionada para la administración y gestión del sitio Web.
- Diseño y desarrollo de sitio Web con la metodología de Odoo, que da la visibilidad a la página Web desde cualquier dispositivo.
- Proveer el hosting y dominio con Godaddy para el alojamiento del sitio web con la dirección: www.restaurantebrisasdellago.com
- Obtener presencia digital a través del sitio, mostrar productos e información del restaurante para la captación de clientes por medio del CRM de Odoo.

3.3.3 Sitio web

Para la creación del sitio Web de restaurante brisas del lago se utilizó el ERP de Odoo que esta enlazado al servidor Amazon Web Services para realizar el diseño y configuración, además se solicitó la compra de un dominio en Godaddy con la siguiente dirección para uso comercial de la siguiente manera: www.restaurantebrisasdellago.com.

Para poder enlazar el ERP Odoo con el dominio en Godaddy se realizó programación en ambas plataformas para poder levantar el sitio web comercialmente y no como lo proporciona Odoo con una dirección larga http://ec2-18-221-184-214.us-east-2.compute.amazonaws.com:8069.

En el diseño y elaboración del sitio Web se realizaron 7 páginas las cuales se detallan a continuación:

- **Página Inicio:** Cuenta con el lema del restaurante, diseño de nuevo Logo, redes sociales, imágenes de menú y eventos con sus respectivos links, imágenes de sus instalaciones, imágenes visuales de vista al lago de

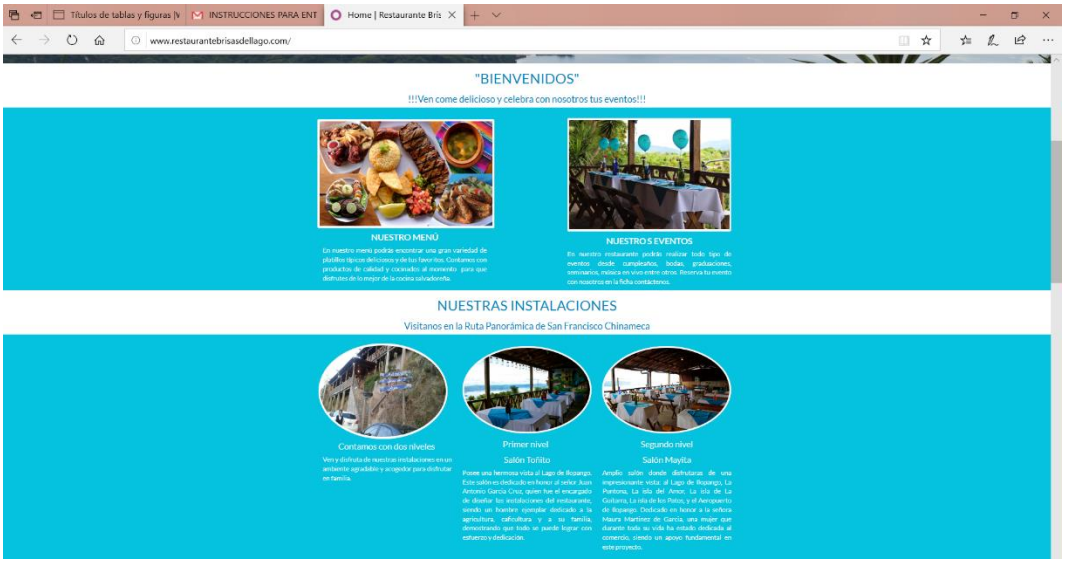
Ilopango, ubicación Google Maps y horarios de atención como se muestra a continuación (Ver Ilustraciones 3 a la 6).

Ilustración 3. Página Inicio - Logo



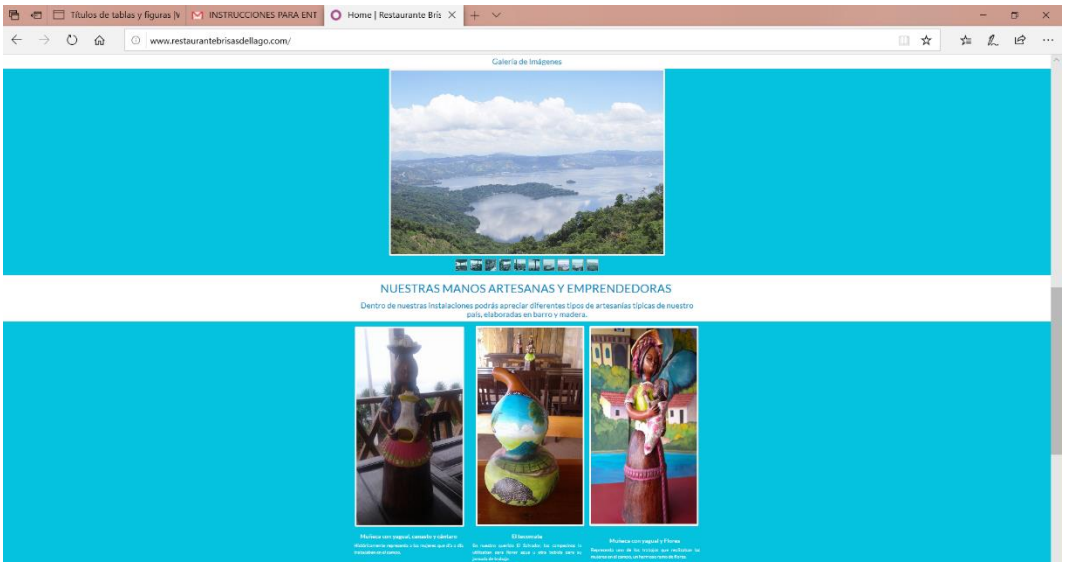
Fuente: Elaboración propia equipo Consultor

Ilustración 4. Página Inicio - Menú, Eventos e Instalaciones



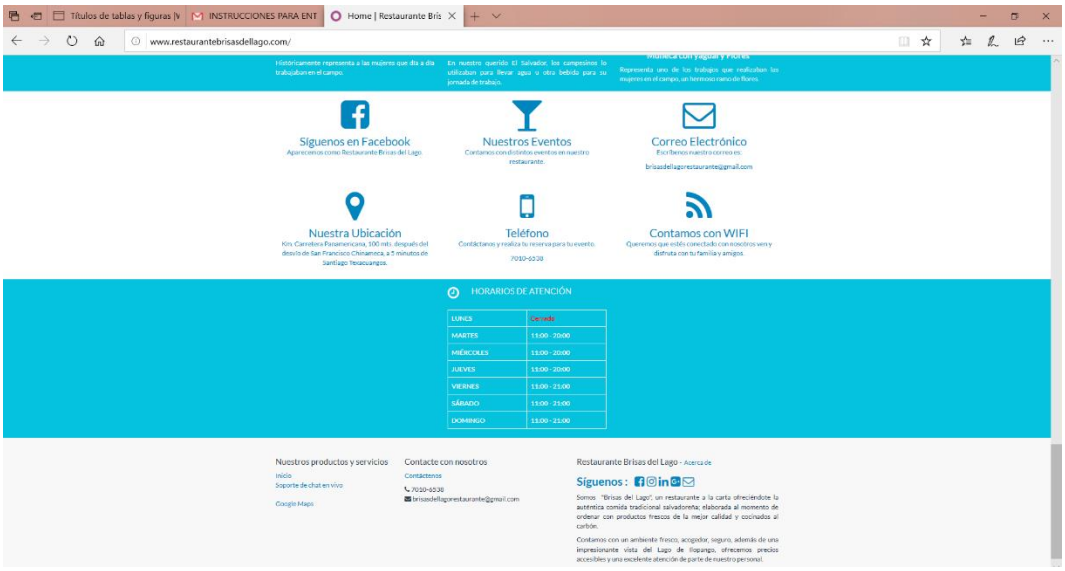
Fuente: Elaboración propia equipo Consultor

Ilustración 5. Página Inicio - Galería de imágenes y Artesanías



Fuente: Elaboración propia equipo Consultor

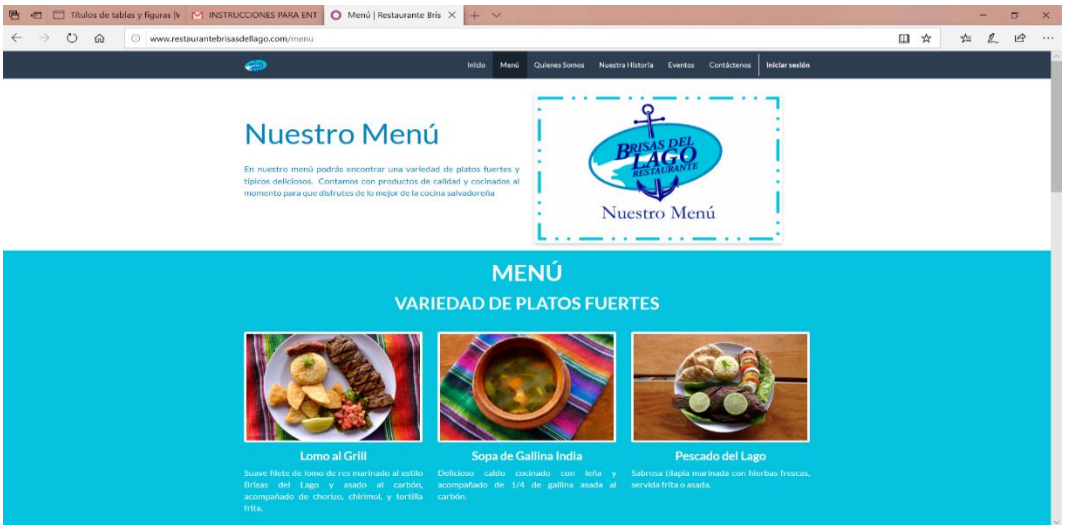
Ilustración 6. Página Inicio – Vínculos a los distintos ítems y horarios



Fuente: Elaboración propia equipo Consultor

- **Página Menú:** Cuenta con Lema del menú, fotografías de platillos con su respectiva descripción (Ver Ilustración 7).

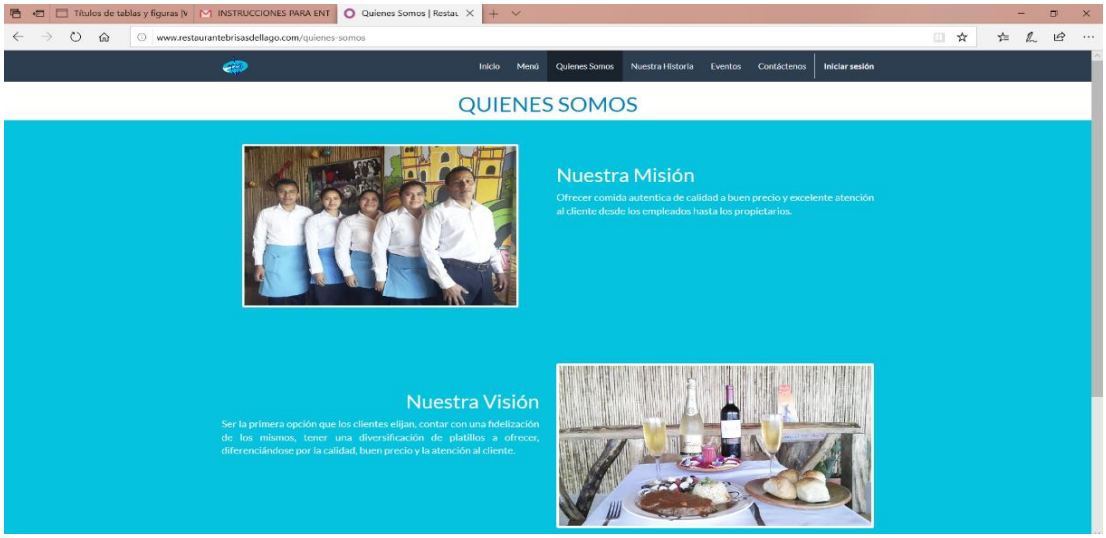
Ilustración 7. Página Menú - Variedad de Platos



Fuente: Elaboración propia equipo Consultor

- **Página Quienes Somos:** Misión y Visión del Restaurante. Ver (Ilustración 8).

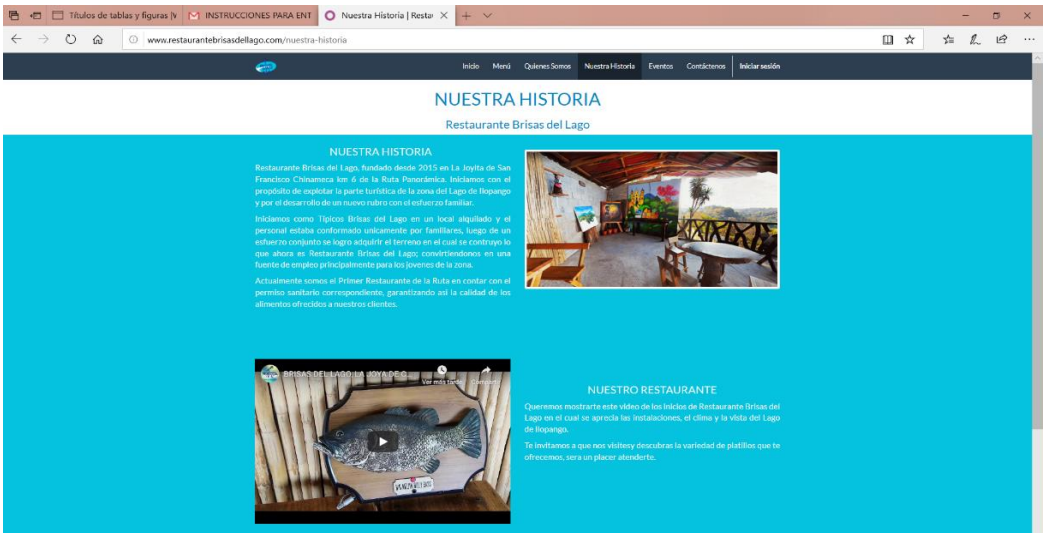
Ilustración 8. Página Quienes Somos - Misión y Visión



Fuente: Elaboración propia equipo Consultor

- **Página Nuestra Historia:** Historia del restaurante con una Ilustración y un video el cual muestra las instalaciones del restaurante (Ver Ilustración 9).

Ilustración 9. Página Nuestra Historia - Historia y Nuestro Restaurante



Fuente: Elaboración propia equipo Consultor

- **Página Eventos:** Se colocaron los tipos de eventos que ofrece el restaurante con sus respectivas imágenes: celebración de bodas, cumpleaños, graduaciones y música en vivo (Ver Ilustración 10).

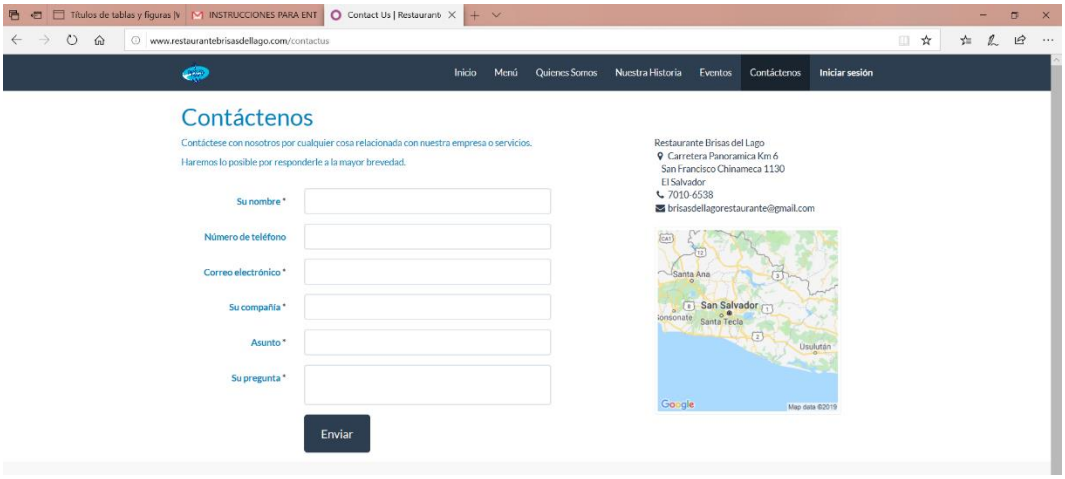
Ilustración 10. Página Eventos - Cotiza con nosotros tu evento



Fuente: Elaboración propia equipo Consultor

- **Página Contáctenos:** Se creó un formulario que llenara el cliente que necesite información del restaurante para algún evento con un boto de enviar automáticamente enviara la información al CRM del ERP de Odoo para poder interactuar con el cliente y responderle por medio de una cotización presupuestada desde el ERP Odoo (Ver Ilustración 11).

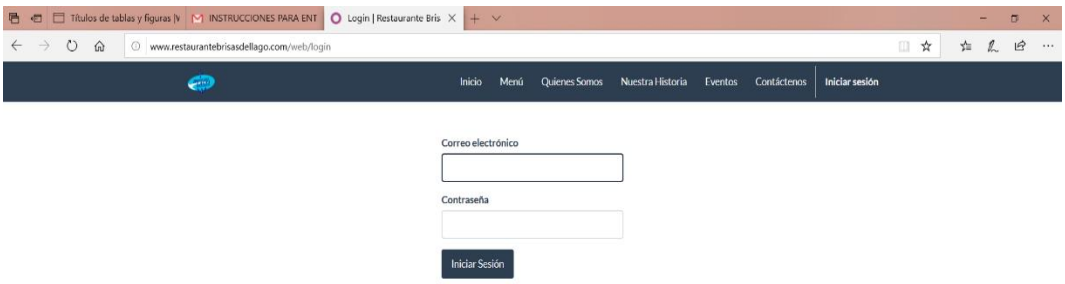
Ilustración 11. Contáctenos - Ficha contáctenos



Fuente: Elaboración propia equipo Consultor

- **Página Iniciar Sesión:** Creada para que los usuarios puedan ingresar al ERP Odoo desde la nube (Ver Ilustración 12).

Ilustración 12. Página iniciar Sesión - Ingreso a ERP Odoo



Fuente: Elaboración propia equipo Consultor

3.3 Diseño e implementación de CRM

3.3.1 Elaboración y Diseño

Elaboración y diseño de un CRM de sus siglas en Ingles Customer Relationship Managament, el cual tiene por objetivo gerenciar las relaciones con el cliente.

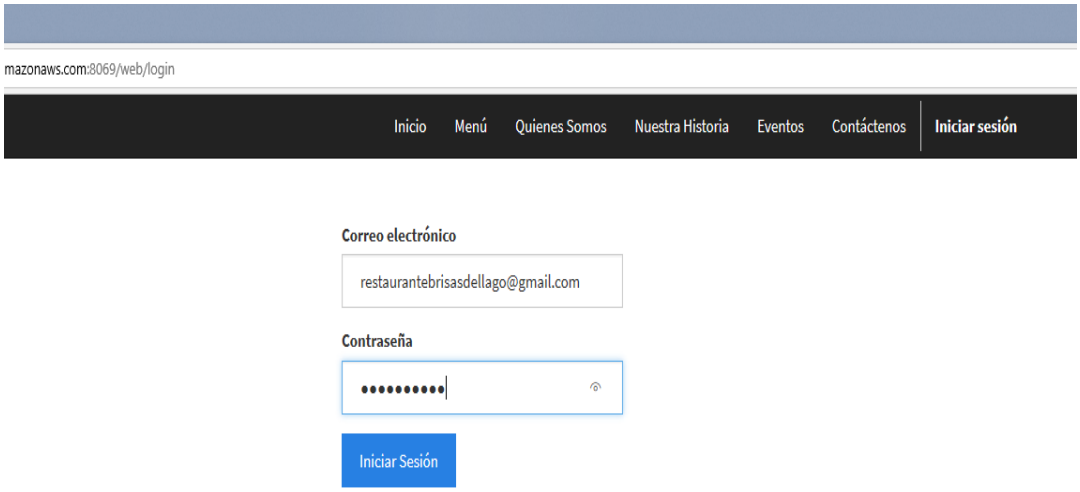
El CRM Restaurante Brisas del Lago cuenta con siete módulos que reflejan la gestión de clientes y las oportunidades de negocio que se pueden brindar las cuales son:

- Módulo de clientes
- Módulo de flujo de ventas
- Módulo de actividades
- Módulo de presupuestos
- Módulo de pedidos de ventas
- Módulo de productos servicios
- Módulo de informes

A continuación, se presentan algunas imágenes del CRM creado a Restaurante Brisas, detalle y funciones.

Se muestra la pantalla de acceso al sistema Odoo de Restaurante Brisas del Lago, dirigirse a Iniciar sesión y luego a llenar el formulario con las credenciales de usuario y clave (Ver Ilustración 13).

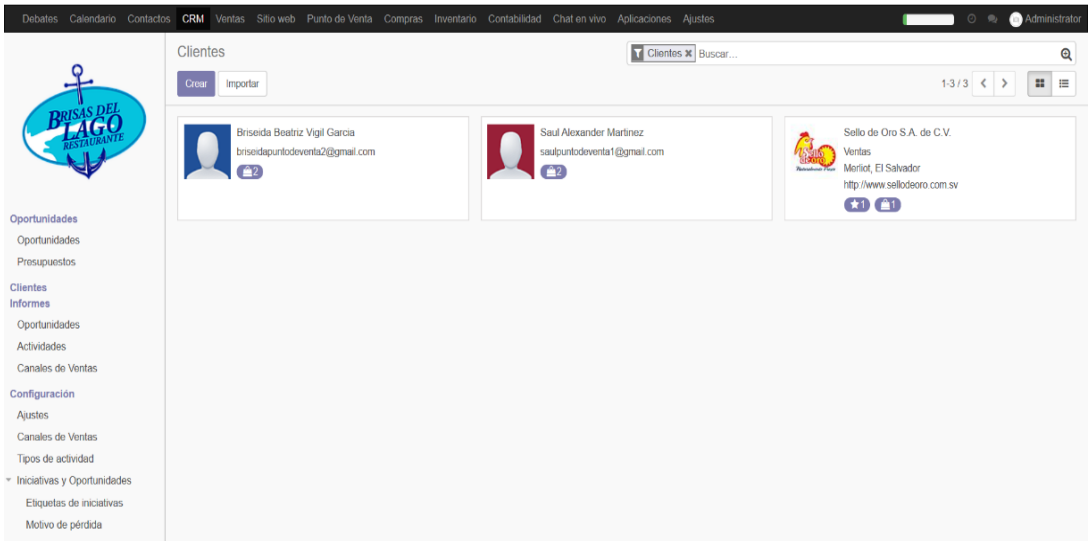
Ilustración 13. Pantalla de inicio sesión al sistema Odoo



Fuente: Elaboración propia equipo consultor.

Módulo de clientes CRM en Odoo (Ver Ilustración 14).

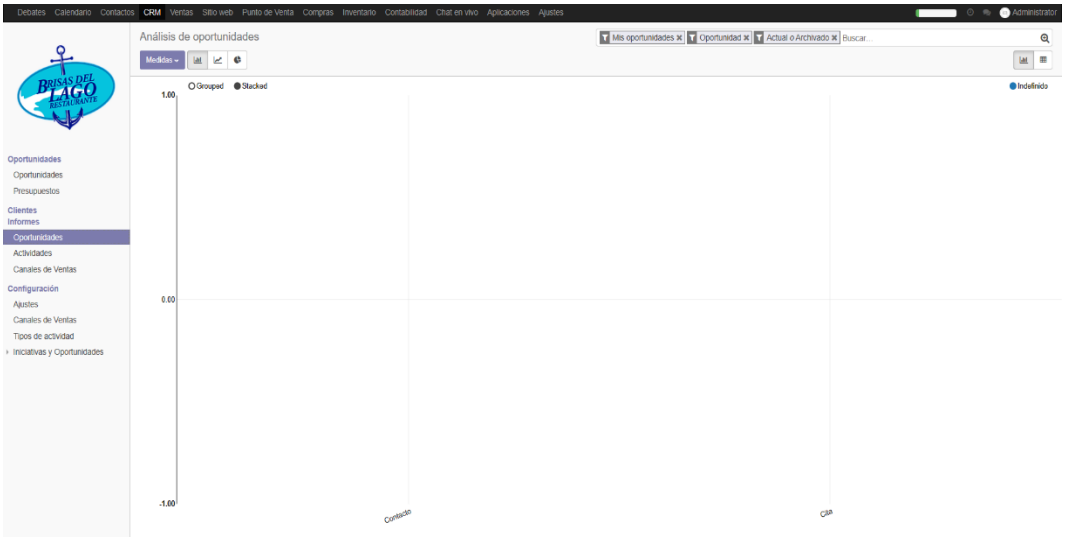
Ilustración 14. Módulo de clientes CRM



Fuente: Elaboración propia equipo consultor.

Módulo de informes Oportunidades con gráficos (Ver Ilustración 15).

Ilustración 15. Módulo flujo de oportunidades - gráficos



Fuente: Elaboración propia equipo consultor.

Los pasos que se siguieron para la elaboración del sistema son los siguientes:

- Primero, se realizaron visitas de campo con el objetivo de conocer los procedimientos del negocio.
- Segundo, con la información obtenida se identifica la necesidad de aplicar un sistema que permita gestionar la relación de clientes y ventas, debido a que en el proceso actual no se lleva un registro.
- Tercero, se diseña el sistema y se realizan pruebas. Para las pruebas Restaurante Brisas del Lago proporciono algunos clientes.
- Cuarto, se capacita a la empresaria y se entrega manual de usuario

  El manual de usuario realizado es un instructivo que permitirá a los empresarios y al personal complementar de manera correcta la información de los clientes, a continuación, se muestra un extracto del mismo.

3.3.2 Objetivos.

- Proporcionar una guía de consulta para el uso del módulo CRM del sistema Odoo, para el Restaurante Brisas del Lago.
- Identificar las oportunidades de negocio que pueda generar Restaurante Brisas del Lago.
- Excelente interacción con el usuario del sistema.

3.3.3 Alcance

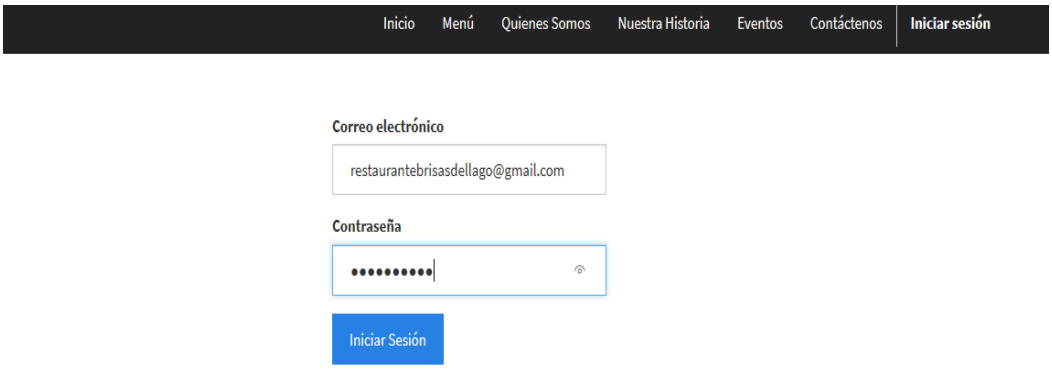
El módulo CRM del sistema Odoo de Restaurante Brisas del Lago determina los principales elementos que se requiere para una buena gestión de negocios, teniendo en cuenta a los clientes como base fundamental del Restaurante Brisas del Lago y poder brindar una relación entre empresa y cliente.

El módulo CRM del sistema Odoo permite generar oportunidades de negocio, ver el estado de cada oportunidad de negocio y crear presupuestos para poder cerrar una venta de los servicios brindados por la empresa. Además, crea informes para analizar los flujos y las actividades, herramienta importante para posteriores oportunidades de negocio.

3.3.4 Ingreso al CRM

Se muestra la pantalla de acceso al sistema Odoo de Restaurante Brisas del Lago, dirigirse a Iniciar sesión y luego a llenar el formulario con las credenciales de usuario y clave (Ver Ilustración 16).

Ilustración 16. Pantalla de inicios de sesión al sistema Odoo

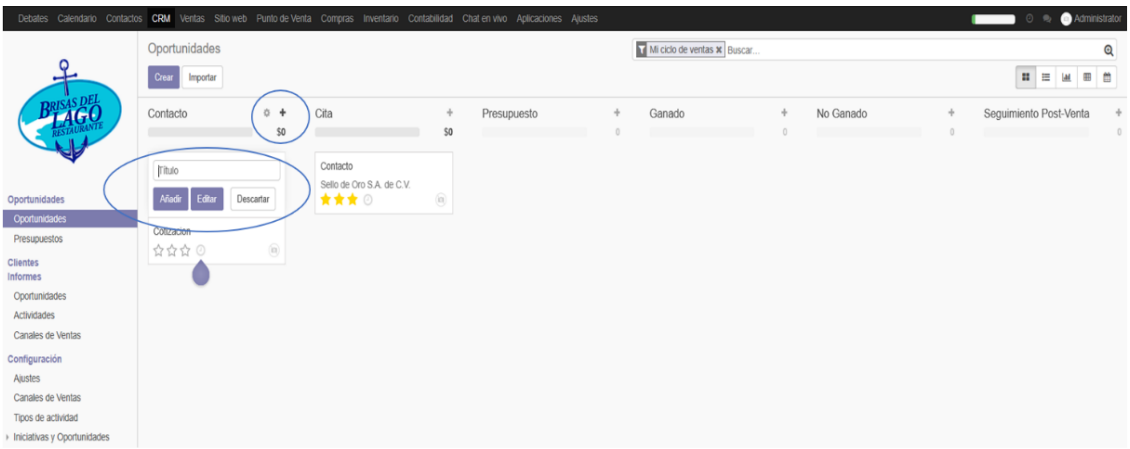


Fuente: Elaboración propia equipo consultor.

3.3.5 Interacción del sistema CRM Odoo

Iniciamos creando oportunidades dando clic en el símbolo + digitaremos como ejemplo Contacto y luego daremos clic en añadir y se nos creara en el flujo, los mismo haríamos para crear: cita, presupuesto, ganado, no ganado y seguimiento postventa (Ver Ilustración 17).

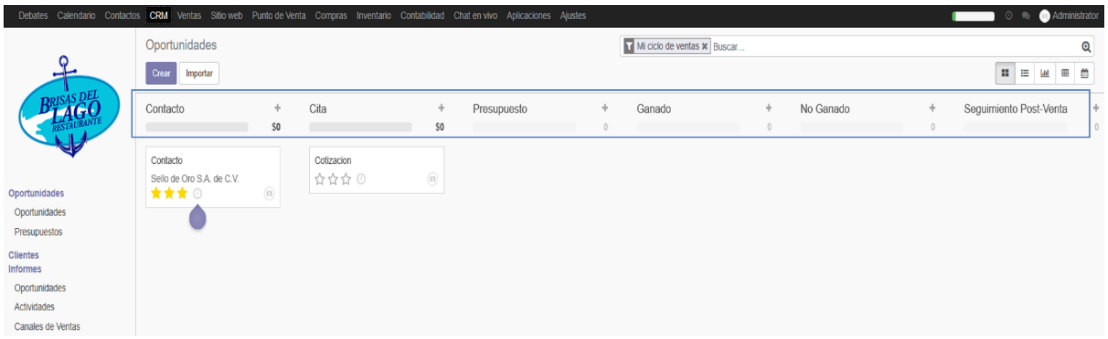
Ilustración 17. Creación de oportunidades en el flujo de Odoo



Fuente: Elaboración propia equipo consultor.

Al haber dado clic en CRM observaremos ya creado el módulo flujo de oportunidades de negocio a través del tiempo, desde su creación hasta haber ganado esa oportunidad de negocio. Cuenta con seis estados los cuales son el ciclo de ventas: contacto, cita, presupuesto, ganado, no ganado y seguimiento postventa. Cada uno de estos estados tiene la metodología de interacción de presionar y soltar el ítem (arrastrándolo al siguiente estado), con este flujo ganaremos oportunidades de fidelización de clientes, ventas y rentabilidad a nuestro negocio (Ver Ilustración 18).

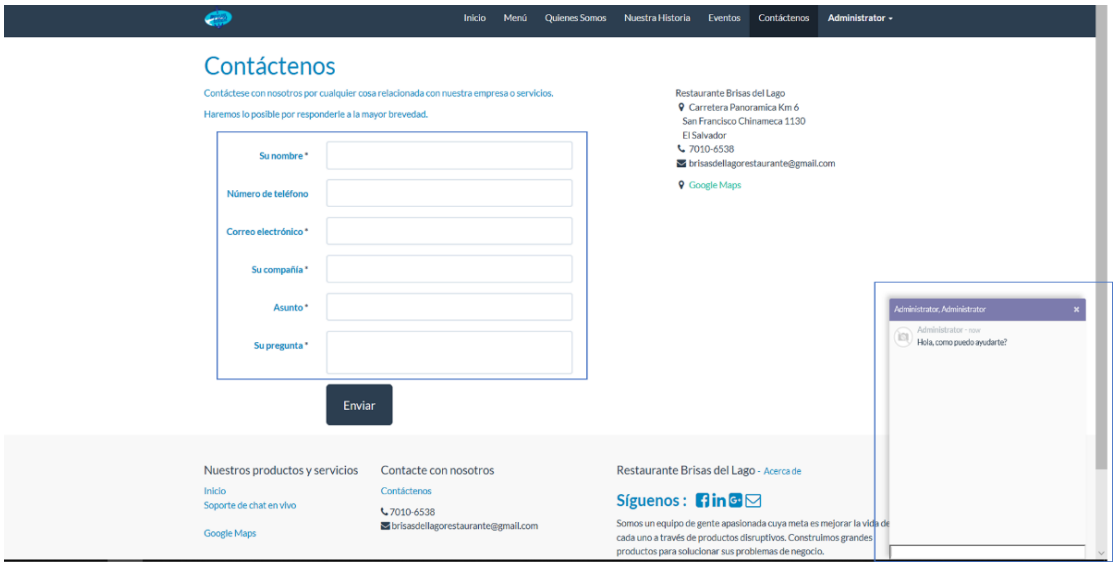
Ilustración 18. Módulo flujo de oportunidades



Fuente: Elaboración propia equipo consultor.

El CRM está enlazado al sitio web del Restaurante Brisas del Lago por medio de la página contáctenos, un potencial cliente puede enviarnos su información a través del llenado del formulario y dando clic en enviar, la información de este llegara al flujo de CRM para iniciar la interacción con el cliente, además tenemos en la misma página chat en vivo para gestionar de manera inmediata ventas con nuestros clientes y generar más oportunidades de negocios como: eventos, seminarios, fiestas, citas, ventas reservas etc. (Ver Ilustración 19).

Ilustración 19. Formulario contáctenos y chat en vivo

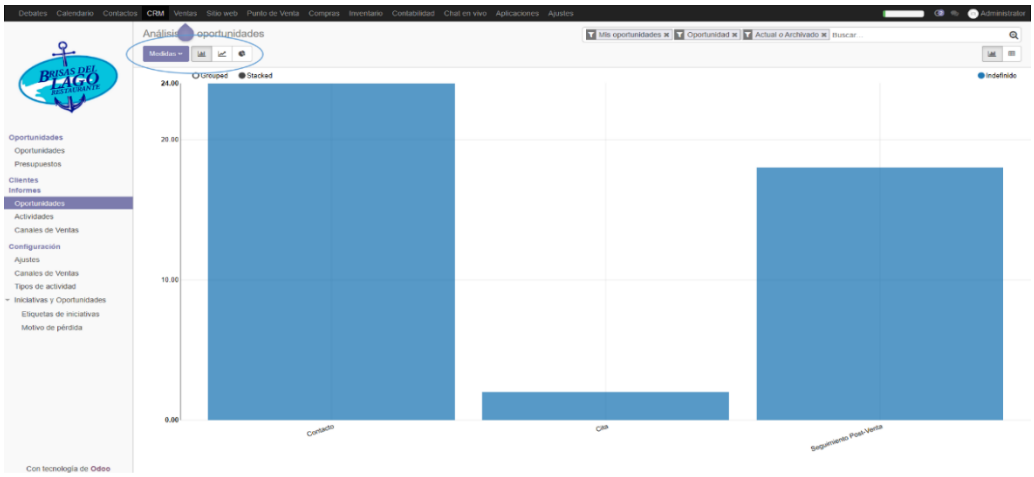


Fuente: Elaboración propia equipo consultor.

3.3.6 Tablero de oportunidades.

El módulo presenta el tablero donde muestra las actividades que están por realizar, como el rendimiento que ha obtenido en el transcurso del tiempo con el Restaurante Brisas del Lago (Ver Ilustración 20).

Ilustración 20. Flujo módulo de oportunidades - gráficos



Fuente: Elaboración propia equipo consultor.

3.3.7 Actividades por realizar.

La primera opción son las reuniones que se tienen programadas en el transcurso de los próximos siete días.

La segunda opción son las actividades que se van a realizar, también se muestran los posibles cierres esperados de las oportunidades de negocio.

El flujo de ventas permite acceder de manera inmediata al flujo de las ventas que se tiene en el Restaurante Brisas del Lago, desde una nueva oportunidad de negocio hasta la última etapa que es cuando ya está ganado la oportunidad de negocio.

3.3.8 Rendimiento del Restaurante Brisas del Lago.

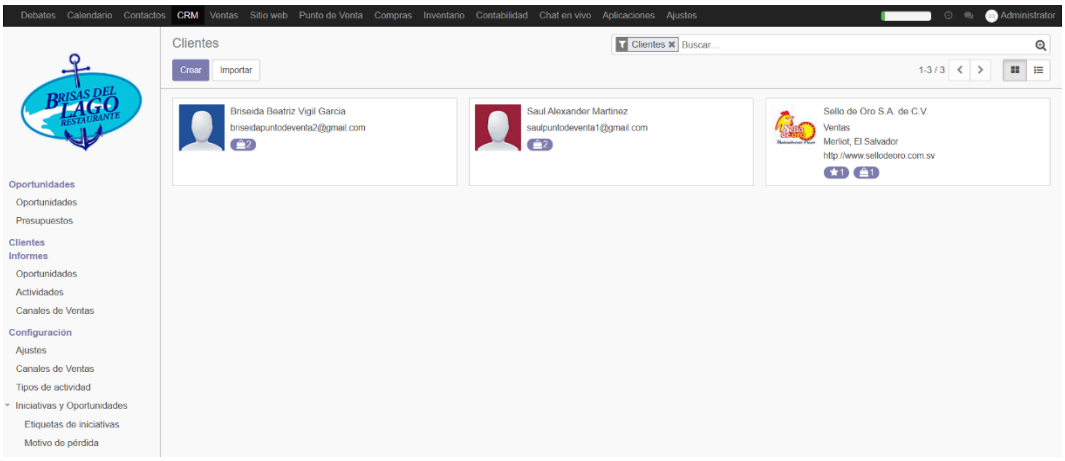
La primera opción visualiza las actividades realizadas, generando el reporte de acciones, da la posibilidad de ajustar un objetivo que se quiera cumplir en el presente mes.

La segunda opción visualiza el monto total ganado en las oportunidades generadas en el mes, generando un reporte de las oportunidades creadas.

3.3.9 Administración de clientes.

Parte fundamental de todo negocio (clientes) y base por la que ha sido creada la herramienta de CRM Restaurante Brisas del Lago, permite la gestión de cada uno de los clientes que tiene el Restaurante Brisas del Lago, clientes que son potenciales para poder generar oportunidades de negocio (Ver Ilustración 21).

Ilustración 21. Módulo de administración de clientes CRM

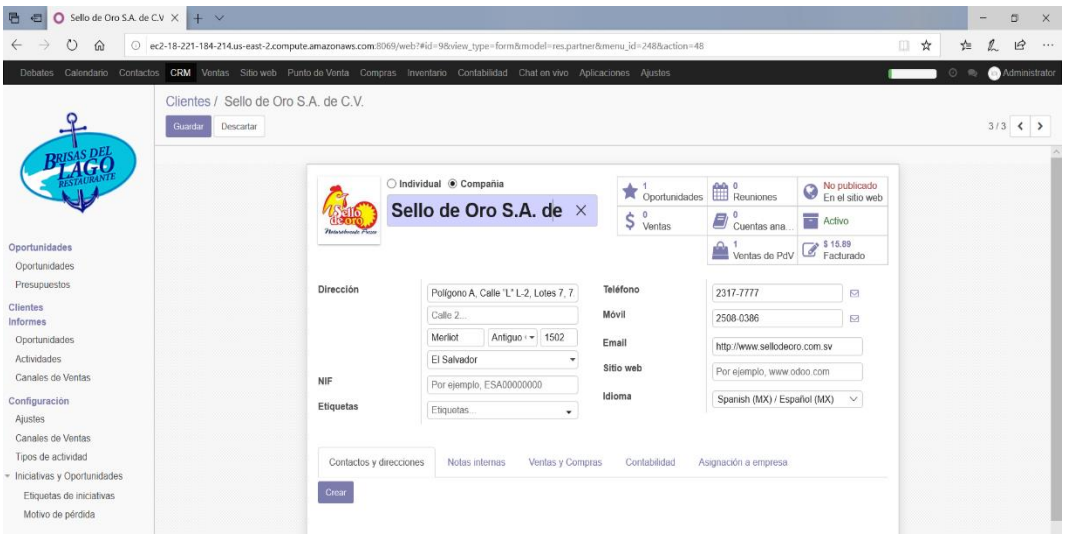


Fuente: Elaboración propia equipo consultor.

3.3.10 Descripción de clientes.

Al seleccionar un cliente de la base de datos, muestra la descripción detallada de cada uno de los clientes que se le han designado. Da la posibilidad de editar cada uno de los clientes, para modificar o eliminar detalles de cada cliente (Ver Ilustración 22).

Ilustración 22. Nuevo cliente prospectado



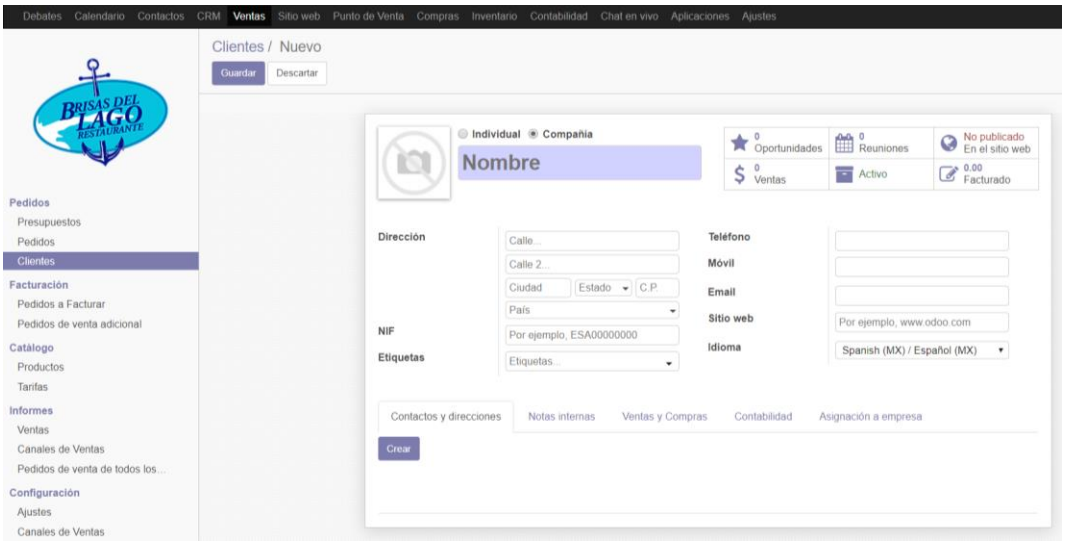
Fuente: Elaboración propia equipo consultor.

3.3.11 Creación de clientes.

Para crear un nuevo cliente en la base de datos, hacer clic en el botón de crear, ubicada en la parte superior izquierda de la pantalla.

A continuación, se muestra un formulario con las características de un cliente, donde se llenará de una forma muy detallada cada atributo del cliente nuevo (Ver Ilustración 23).

Ilustración 23. Creación de clientes



Fuente: Elaboración propia equipo consultor.

Donde:

- **Nombre**: Digitar el nombre del cliente
- **Dirección**: Digitar la dirección del cliente.
- **Ciudad:** Digitar la ciudad donde vive el cliente.
- **Estado:** Seleccionar el departamento donde vive el cliente.
- **País:** Seleccionar el país donde reside el cliente.
- **Sitio web**: Digitar la página web del cliente (si la tiene)
- **Puesto de trabajo**: Digitar el puesto de trabajo del cliente.

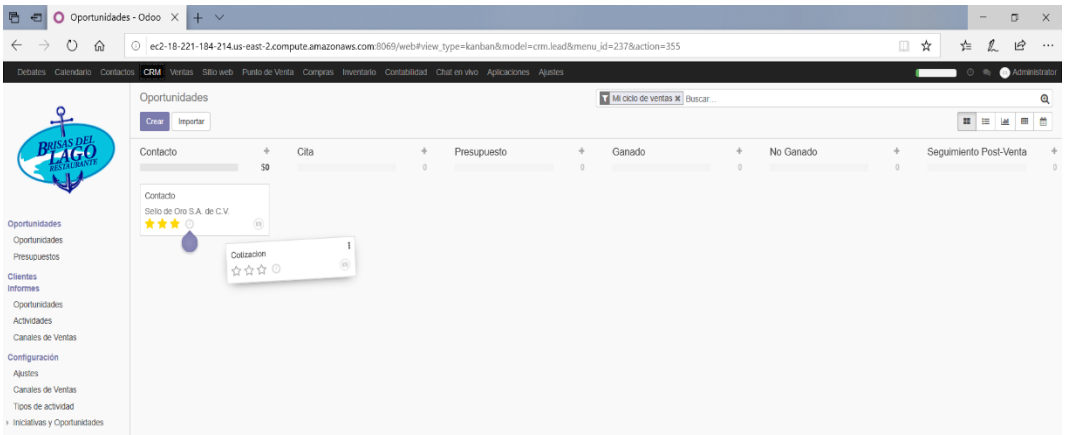
- **Teléfono**: Digitar el teléfono fijo del cliente.
- **Móvil**: Digitar el teléfono móvil del cliente.
- **Correo electrónico**: Digitar el correo electrónico del cliente.
- **Título**: Seleccionar el título que más se adecue al cliente.
- **Idioma**: Seleccionar el idioma del cliente.

Después de llenar el formulario, hacer clic en el botón “Guardar” y verificar en el módulo de clientes el nuevo cliente generado.

3.3.12 Flujo de Ventas.

Módulo que permite ver el comportamiento de las oportunidades de negocio a través del tiempo, desde su creación hasta haber ganado esa oportunidad de negocio. Cuenta con cuatro estados, que son: nuevo, calificado, propuesta y ganado. Cada uno de esos estados tiene la metodología de interacción de presionar y soltar (Ver Ilustración 24).

Ilustración 24. Realizando flujo de oportunidades



Fuente: Elaboración propia equipo consultor.

Contacto: Oportunidad de negocio en su primer estado, donde se evalúa la posible reserva de un evento o venta.

Cita: Estado donde se ponen de acuerdo en una fecha y hora en el calendario para realizar visita al cliente y poder generar una propuesta.

Propuesta: Estado donde se determina al cliente la disposición del local, los platillos disponibles y precios.

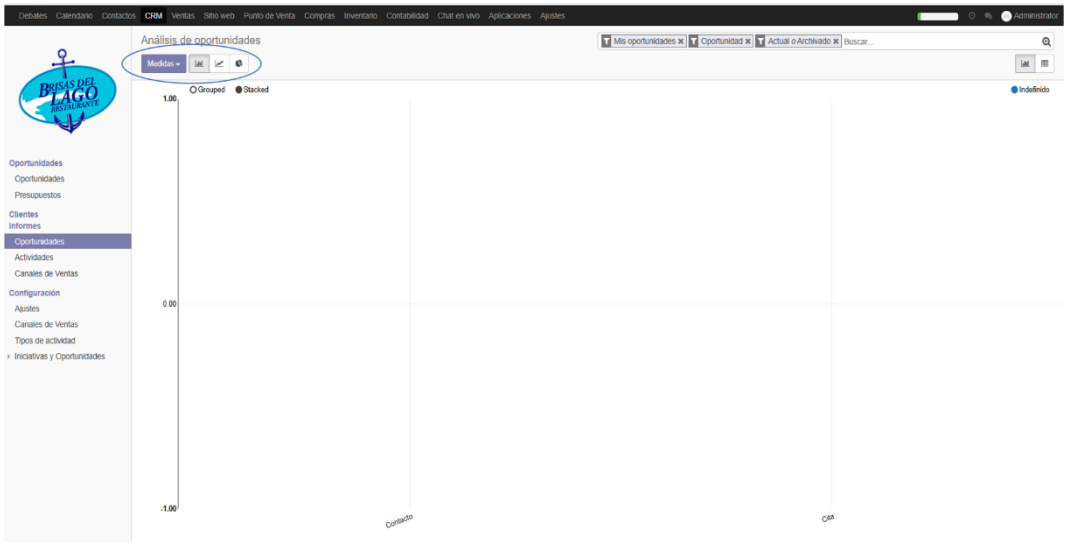
Ganado: Estado donde la propuesta fue satisfactoria para el cliente y ha aceptado el servicio.

No Ganado: Estado donde la propuesta no fue satisfactoria para el cliente y no acepto el servicio por alguna razón.

Seguimiento Post-Venta: Ultimo estado en el cual se mantendrá un seguimiento continuo con la atención al cliente.

Cuenta con la opción de visualizar el flujo de ventas con gráficos, para ello, hacer clic al botón de “gráfica” y visualizar el flujo de ventas en gráfico de barras, gráfico lineal o gráfico de pastel (Ver Ilustración 25).

Ilustración 25. Módulo flujo de oportunidades - gráficos

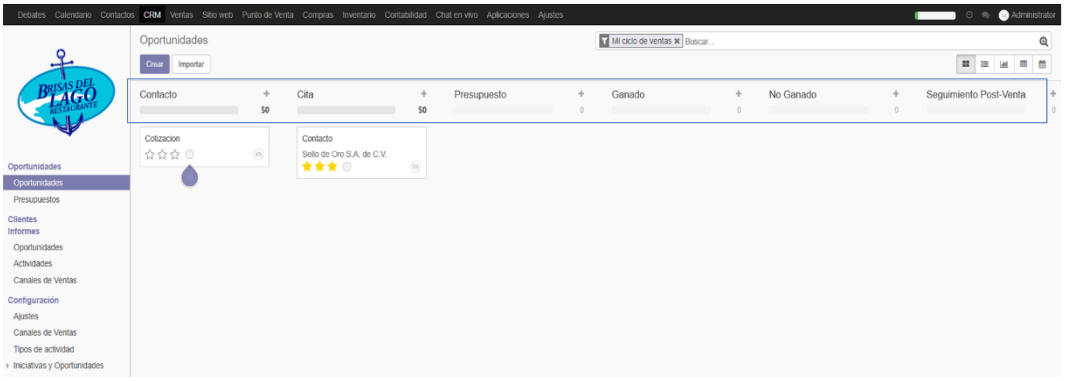


Fuente: Elaboración propia equipo consultor.

3.3.13 Creación de una oportunidad de negocio.

Haremos clic en el botón “crear” del módulo de flujo de oportunidades para crear una nueva oportunidad de negocio, luego llenaremos el formulario de creación (Ver Ilustraciones 26 y 27).

Ilustración 26. Tablero creación de oportunidades



Fuente: Elaboración propia equipo consultor.

Ilustración 27. Creando oportunidades



Fuente: Elaboración propia equipo consultor.

Donde:

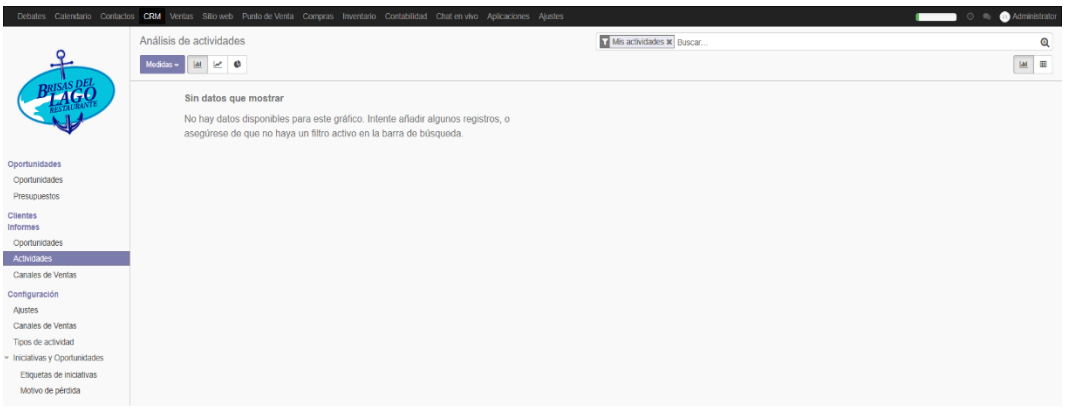
- **Título de oportunidad**: Nombre asignado a la nueva oportunidad de negocio que se va a ver reflejado en el flujo de ventas.
- **Cliente**: Se puede determinar desde un inicio el cliente a ofrecer el servicio o asignarlo en la fase de “Propuesta”.
- **Ingreso estimado**: Es el monto esperado de la nueva oportunidad de negocio.

Luego de llenar el formulario, hacer clic en el botón “Crear” para ver reflejado la oportunidad de negocio en el flujo de ventas.

3.3.13 Seguimiento de actividades.

Módulo que permite visualizar las actividades a desarrollarse a través del tiempo, con el que se puede gestionar por medio de acciones y al ser generada, están enlazadas con las oportunidades de negocio y se reflejan en el flujo de ventas (Ver Ilustración 28).

Ilustración 28. Módulo actividades



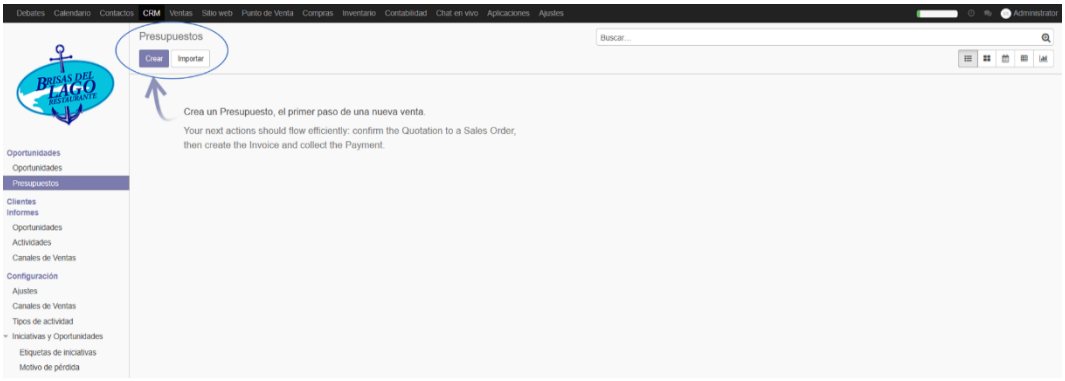
Fuente: Elaboración propia equipo consultor.

3.3.14 Módulo de presupuestos.

El primer paso de una nueva venta es creando un presupuesto. Este módulo está encargado de generar los presupuestos, se denotan los presupuestos mediante una lista ordenada, la fecha del pedido, el cliente asignado el presupuesto, el total del monto esperado y el estado del presupuesto (generado el presupuesto y presupuesto enviado).

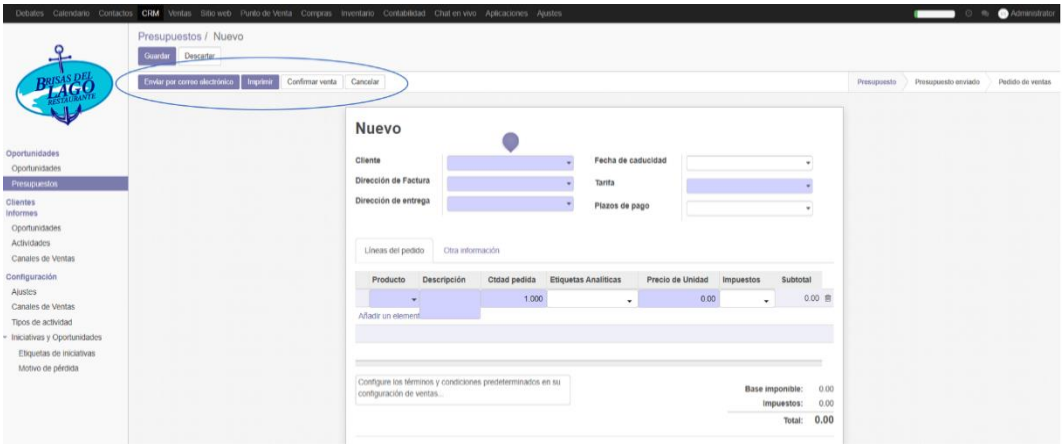
Para crear un nuevo presupuesto, hacer clic en el botón “crear” del módulo de Presupuestos, siguiendo el formulario a llenar (Ver Ilustraciones 29 y 30).

Ilustración 29. Módulo de presupuestos



Fuente: Elaboración propia equipo consultor.

Ilustración 30. Creación de nuevo presupuesto



Fuente: Elaboración propia equipo consultor.

Donde:

Cliente: Se despliega la lista de clientes que están en la base de datos para asignar el nuevo presupuesto.

Dirección de factura: Asignaremos dirección de la factura.

Dirección de entrega: Asignaremos la dirección donde se realizará la entrega.

Fecha de caducidad: Fecha límite del presupuesto.

Tarifa: Colocaremos si tenemos la tarifa asignada al cliente.

Plazos de pago: Seleccionar el tipo de pago, si será al crédito o al contado.

Añadir elementos: donde asignaremos el producto, descripción, cantidad, etiquetas analíticas, precio de unidad e impuestos.

Hacer clic en el botón “Guardar” para que se muestre en la lista de presupuestos creados en el módulo.

3.4 Marketing Mix.

El contenido del Plan de Marketing que permitirá mejorar el reconocimiento de la marca en el mercado, es el siguiente:

- Definición del Producto
- Características del servicio
- Segmentación de mercado
- Política del producto
- Precios
- Promoción

3.4.1 Productos

“Alimentos simples preparados al momento y servicios para todo tipo de eventos”

Brisas del Lago es un restaurante salvadoreño donde se consume alimentos simples y de rápida preparación como:

- Platos fuertes: Sopa de gallina india, lomo al grill, costilla al estilo del cheff, camarones al ajillo, pescado del lago y tilapia rellena.
- Platillo especial para eventos: Filete de pechuga en salsa de hongos.
- Típicos: Pupusas y panes con gallina.
- Boquitas: Plato de boca mixta, orden de pescado de ejote, orden de papas fritas, coctel de camarón tradicional y en salsa rosada.
- Bebidas frías y calientes.

Los alimentos son de gran calidad y se sirven en la mesa. El pedido se elige de un menú, por lo que los alimentos se cocinan al momento (Ver Ilustración 31).

Ilustración 31. Productos

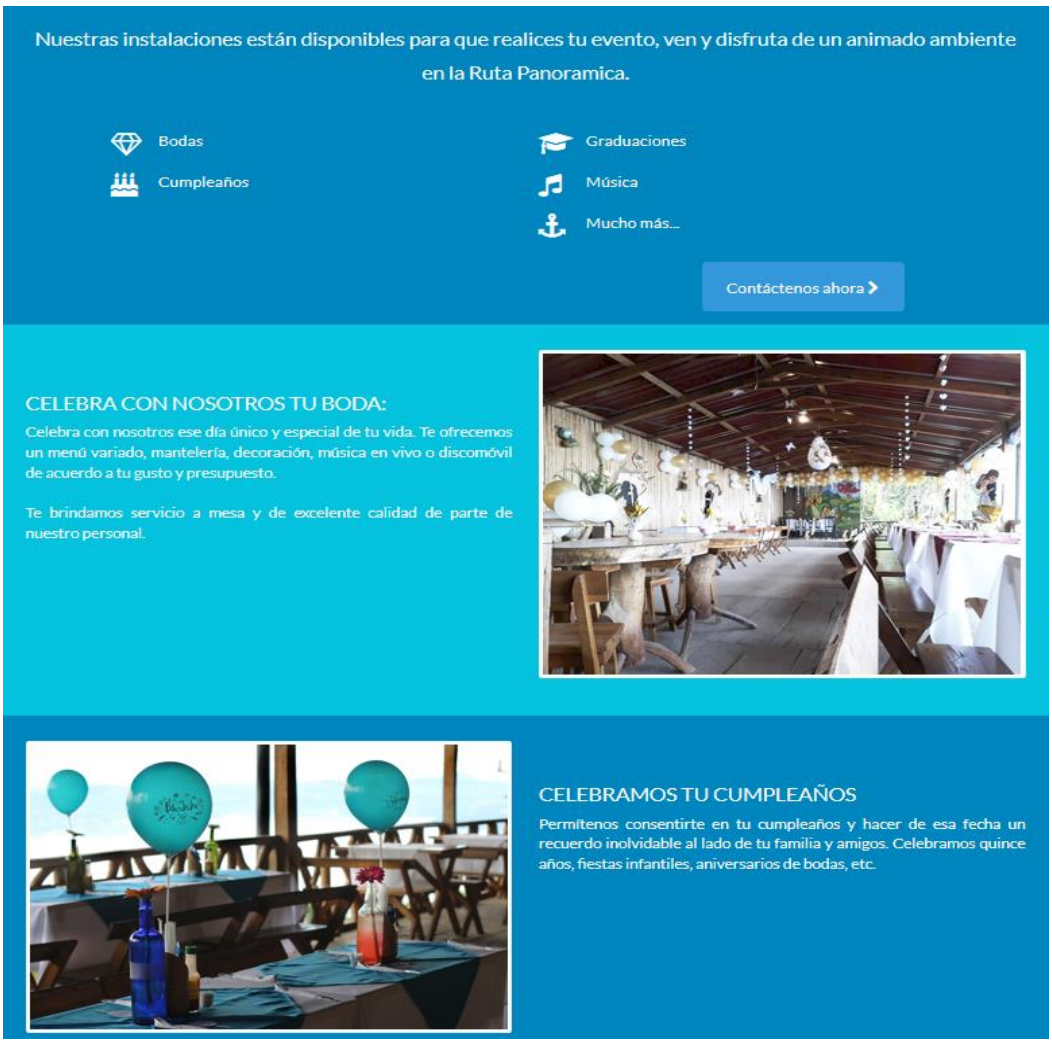


Fuente: Elaboración propia equipo Consultor

3.4.2 Servicios.

El restaurante ofrece servicio a la carta a través de un menú y eventos. Para realización de eventos tendrás acceso a las instalaciones del local por medio de un consumo mínimo establecido, además se te decora de acuerdo al evento que tu realices y si necesitas música en vivo o disco la subcontratamos, entre los eventos que puedes realizar están: Bodas, cumpleaños, seminarios, capacitaciones, música en vivo, graduaciones entre otros (Ver Ilustración 32).

Ilustración 32. Servicios



Fuente: Elaboración propia equipo Consultor

La preferencia de los clientes por el servicio se debe a la calidad de los platillos, atención del personal y los beneficios como: No cover por el local cuando realizas tu evento ya que lo incluye el consumo mínimo establecido por el Restaurante, la espectacular vista al Lago de Ilopango, el ambiente fresco y la decoración del lugar.

3.4.3 Segmentación del Mercado

Para el diseño de este plan de marketing, desde el punto de vista geográfico el servicio estará segmentado para la zona de los Departamentos de: San Salvador, La libertad, La Paz, Cuscatlán, Chalatenango, Cabañas, Ahuachapán, Santa Ana, San Vicente Sonsonate y Usulután.

Municipios de interés: Olocuilta, Santiago Texacuangos, San Francisco Chinameca, San Marcos, Santo Tomas, Cojutepeque, Los planes de Renderos, San Salvador.

La segmentación demográfica está dirigida a clase media, con estilo de vida trabajador con un rango de 60km a la redonda a partir del centro de San Salvador.

3.4.4 Política de Servicio

Prestar servicios de reservación por medio del sitio Web en la ficha contáctenos o chat en vivo interactivo con el usuario.

3.4.5 Precios

Con respecto al pago de servicios contratados por reservación de eventos, la modalidad será el 50% de anticipo (no reembolsable), establecido por el restaurante, el local estará disponible dependiendo del mínimo de consumo que solicite el cliente al restaurante, para prestar este servicio gratuito.

- Para solicitar reservaciones:
  - ✓ En temporada alta con 22 días de anticipación
  - ✓ En temporada baja con 30 días de anticipación

- ✓ El 50% de anticipo incluye: Mantelería, decoración, música en vivo o disco, 10% servicio (meseros).
- ✓ Para el evento se ofrece el platillo especial.
- ✓ Horas del evento son fijas (si hay horas extras se aplica recargo).

- Aspectos importantes a considerar:
  a. El cliente al momento de realizar su reservación, debe cancelar el anticipo de 50% y firmar el acuerdo en el documento entregado por el Restaurante.
  b. El cliente podrá realizar el pago de la siguiente manera: 1) Deposito a cuenta, 2) En efectivo, 3) Cheque.
  c. El cliente al momento de haber reservado su evento se agendará la fecha y el local estará a su disposición la fecha pactada.
  d. El cliente al finalizar el evento cancelara el 50% restante quedando así en su totalidad el pago del evento.

3.4.6 Promoción

El medio que la empresa utilizaría para publicar su información seria la red social Facebook a través de su plataforma *Facebook Business*, el cual es un sistema publicitario en donde se puede promocionar las páginas de Facebook para Empresas y pagar solamente por los clics recibidos (Facchin J. , 2018).

Con dicha plataforma se busca obtener los siguientes beneficios:

- **Segmentación:** Crear anuncios segmentados según la edad, el sexo, los datos demográficos, los intereses e incluso los comportamientos de sus usuarios.
- **Elementos Visuales:** Los anuncios en Facebook pueden llevar imágenes y videos, haciéndolos más atractivos al ojo del público.
- **Popularidad:** Facebook es la red social con más usuarios activos. 1,000 millones de personas abren Facebook a diario.

- **Bajos Costos:** No se necesita invertir grandes sumas para lograr una campaña exitosa con resultados significativos para el negocio. Además, se puede monitorear y modificar la inversión permanentemente, gastando sólo lo que se decida. Se paga a través de tarjeta de crédito, cada 1000 impresiones por $0.17-$0.18 centavos de dólar.

4. Campaña Publicitaria

4.1 Modelo Diseño de la campaña.

Ilustración 33. Esquema modelo diseño de campaña



Fuente: Elaboración propia equipo Consultor

4.2 Análisis de la Situación.

Determinación de las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades (Ver Tabla 2).

Tabla 2. Análisis FODA

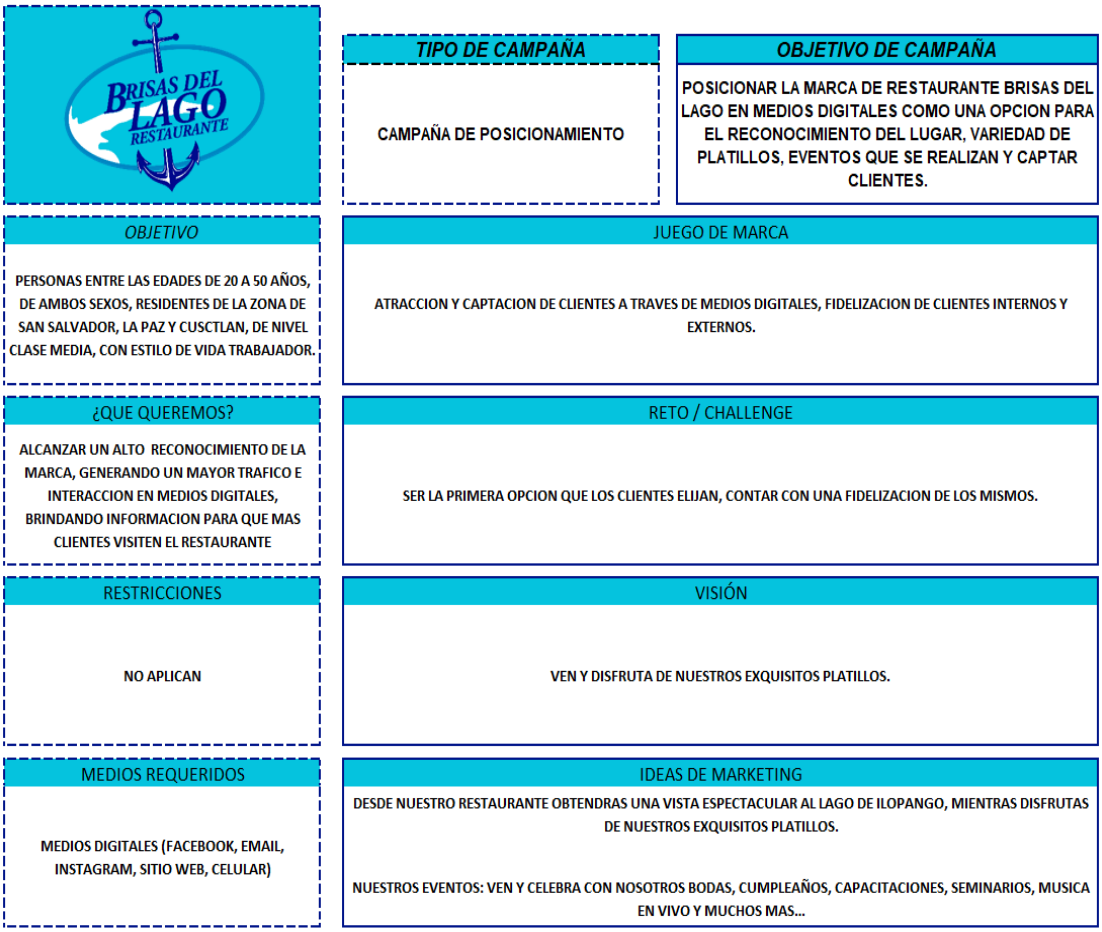
FORTALEZAS	DEBILIDADES
Interés en brindar el mejor servicio, calidad y atención a sus clientes, además realizan todo tipo de eventos en el restaurante como: Bodas, cumpleaños, seminarios, capacitaciones, música en vivo entre otros.	No poseen objetivos estratégicos en cuanto a marketing, el seguimiento de clientes es nada más dentro del restaurante, no está clara la segmentación definida por el restaurante.
AMENAZAS	**OPORTUNIDADES**
La vulnerabilidad del clima puede afectar algún evento, robos, incendios.	Atracción y captación de clientes a través de medios digitales, Fidelización de clientes internos y externos.

Fuente: Elaboración propia equipo Consultor

4.3 Objetivos.

Diseño de la campaña para definir el segmento de mercado y la visión del cliente (Ver Ilustración 34).

Ilustración 34. Diseño de campaña



Fuente: Elaboración propia equipo Consultor

Objetivos de la campaña:

- Promocionar la página Web Restaurante Brisas del Lago
- Atraer a más personas para que visiten el sitio web del restaurante

- Incrementar la interacción entre potenciales clientes y Restaurante Brisas del Lago.
- Atraer más personas que soliciten información del restaurante y los eventos que se realizan.

4.4 Estrategias y tácticas.

La campaña publicitaria a través de *Facebook Business* implemento: atributos de la marca, mensaje clave para los clientes, segmento específico de clientes, elementos visuales, usando un medio tecnológico con bajo costo y gran alcance debido a la cantidad de usuarios en la red social.

4.5 Plan de acción

Racional de campaña

- **Promesa:**

  Atracción y captación de clientes, fidelización de los mismos.

- **En que nos ayuda / beneficia:**

  Al atraer clientes conocen nuestra variedad de platillos y los eventos que se realizan, esto genera fidelización de clientes y rentabilidad al negocio.

- **Beneficio Funcional:**

  Los clientes pueden realizar reservación de su evento o una mesa, a través del sitio web solamente con enviar un mail.

- **Atributos Características:**

  Platillos exquisitos y espectacular vista al Lago de Ilopango.

- **Visión:**

  Ven y disfruta de nuestros exquisitos platillos.

- **A quien le hablamos:**

  A todas las personas trabajadoras, familias que les gusta viajar y salir a disfrutar juntos, a las personas que les gusta visitar nuevos lugares con amigos y tomarse fotos, a todos aquellos que quieren salir de lo común y celebrar sus eventos en un ambiente fresco y agradable, además que les guste la comida típica con buena vista y música en vivo.

- **¿Qué le decimos?:**

  Desde nuestro restaurante obtendrás una vista espectacular al Lago de Ilopango, mientras disfrutas de nuestros exquisitos platillos.

  Nuestros eventos: Ven y celebra con nosotros bodas, cumpleaños, capacitaciones, seminarios, música en vivo y mucho más…

- **¿Por qué?:**

  Porque ofrecemos comida autentica de calidad a buen precio y excelente atención desde los empleados hasta los propietarios.

- **Contáctanos:**

  Queremos que conozcas más acerca de nosotros y brindarte el mejor servicio, para más detalle comunícate con nosotros o visita nuestra página Web http://www.restaurantebrisasdellago.com

4.6 Monitorización y Analítica

Imágenes a colocar para publicidad: foto del restaurante, platillos de comida, eventos y el logo con el lago de Ilopango (Ver Ilustraciones 35 a la 38).

Ilustración 35. Reconocimiento de Marca Ilustración de campaña productos



Fuente: Elaboración propia equipo Consultor

Ilustración 36. Reconocimiento de marca Ilustración de campaña Logo



Fuente: Elaboración propia equipo Consultor

Ilustración 37. Trafico en WhatsApp Ilustración de campaña restaurante



Fuente: Elaboración propia equipo Consultor

Ilustración 38. Trafico Web Ilustración de campaña eventos



Fuente: Elaboración propia equipo Consultor

4.7 Análisis de resultados

Vigencia de la campaña:

- **Tiempo:** Campaña por 6 días
- **Costo:** $40.00

La campaña tráfico se ejecutó desde el día 12 de Julio hasta el 18 de Julio del 2019 con un costo total de $20.00, la campaña reconocimiento de marca se ejecutó desde el día 13 de julio al 19 de julio con un costo total de $20.00, el alcance obtenido en dichas campañas fue de 114,717 personas de las cuales 2,430 fueron efectivas con clic en el enlace y la mejora estimada del recuerdo del anuncio fue de 2,660, haciendo un total de 5,090, según se muestra en los siguientes gráficos (Ver Ilustraciones 39 y 40).

Ilustración 39. Gráfico resultados campaña de trafico



Fuente: Herramienta *Facebook Business*

Ilustración 40. Gráfico resultados campaña reconocimiento de marca

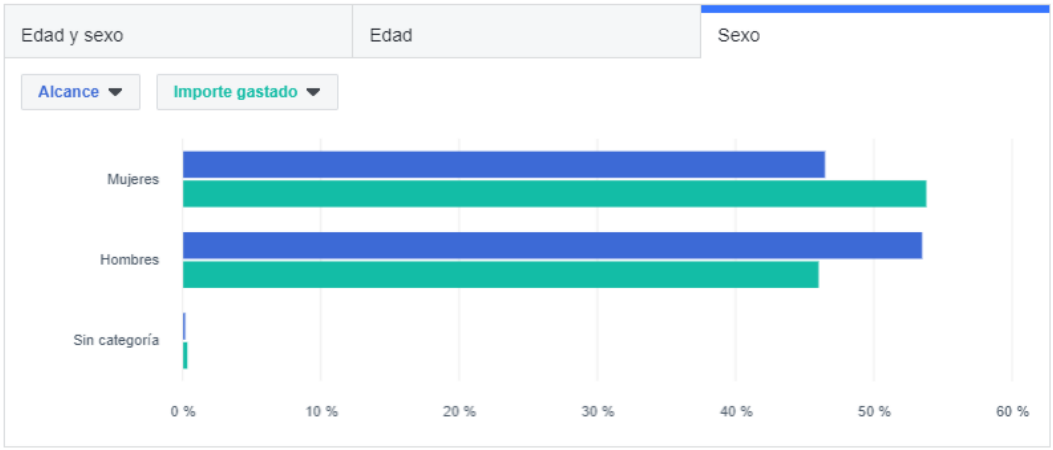


Fuente: Herramienta *Facebook Business*

Un dato importante sobre los resultados de la campaña, es que se pueden obtener información relevante sobre la segmentación del mercado, por ejemplo: sexo, edad, ubicación. En la siguiente tabla se detalla la variable sexo, el cual es un indicador para determinar el mercado potencial (Ver Ilustraciones 41 y 42), (Ver Tabla 3).

Nombre de la campaña: ¡Ven y disfruta de nuestros exquisitos platillos!

Ilustración 41. Gráfico resultados por variables de sexo



Fuente: Herramienta *Facebook Business*

Ilustración 42. Resultados obtenidos por variables de sexo

Nombre de la cuenta	Resi	Alcance	Frecuencia	Cost po resultad	Importe gastado	Impresiones	CPM (coste por 1000 impresiones)	Clics en el enlace	CPC (Coste por clic en el enlace)	C (porcenta de clics	Clics (todos)	CTR (todos)	CPC (todos)	Índice de mejora estimada	Clics únicos en el enlace
Restaurante Brisas del Lago	—	114 717	1,62	—	40,00 $	186 018	0,22 $	2641	0,02 $	1,42%	4043	2,17%	0,01 $	—	2431
Mujer	—	53 249	1,62	—	21,50 $	86 204	0,25 $	1477	0,01 $	1,71%	2291	2,66%	0,01 $	—	1350
Hombre	—	61 308	1,62	—	18,38 $	99 494	0,18 $	1163	0,02 $	1,17%	1747	1,76%	0,01 $	—	1080
Sin categoría	—	160	2,00	—	0,12 $	320	0,37 $	1	0,12 $	0,31%	5	1,56%	0,02 $	—	1

Fuente: Herramienta *Facebook Business*

Tabla 3. Resultados obtenidos por variables de sexo

Inicio	Fin	Sexo	Resultados	Alcance	CPC (Coste por clic en el enlace)	Importe gastado (USD)
2019-07-12	2019-07-19	Femenino	1,477	53,249	0.001	$21.50
2019-07-12	2019-07-19	Masculino	1,163	61,308	0.002	$18.38
2019-07-12	2019-07-19	Desconocido	1	160	0.12	$0.12
2019-07-12			2,641	114,717		$40.00

Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Otra información relevante sobre los resultados de la campaña, es la edad de las personas que puedan adquirir el servicio, la edad influye en la satisfacción y en la Ilustración percibida de la marca, en la siguiente tabla se reflejan los rangos de las edades (Ver Ilustraciones 43, 44, y Tabla 4).

Ilustración 43. Gráfico resultados por variables de edad



Fuente: Herramienta *Facebook Business*

Ilustración 44. Resultados obtenidos por variables de edad

Nombre de la cuenta	Resi	Alcance	Frecuencia	Costo po resultado	Importe gastado	Impresiones	CPM (coste por 1000 impresiones)	Clics en el enlace	CPC (Coste por clic en el enlace)	C (porcenta de clics	Clics (todos)	CTR (todos)	CPC (todos)	Índice de mejora estimada	Clics únicos en el enlace
Restaurante Brisas del Lago	—	114 717	1,62	—	40,00 $	186 018	0,22 $	2641	0,02 $	1,42%	4043	2,17%	0,01 $	—	2431
18–24	—	32 685	1,50	—	6,91 $	49 099	0,14 $	364	0,02 $	0,74%	522	1,06%	0,01 $	—	343
25–34	—	38 474	1,67	—	12,80 $	64 092	0,20 $	867	0,01 $	1,35%	1336	2,08%	0,01 $	—	796
35–44	—	29 583	1,66	—	13,12 $	49 113	0,27 $	951	0,01 $	1,94%	1472	3,00%	0,01 $	—	867
45–54	—	13 976	1,70	—	7,17 $	23 714	0,30 $	459	0,02 $	1,94%	713	3,01%	0,01 $	—	425

Fuente: Herramienta *Facebook Business*

Tabla 4. Resultados obtenidos por variable de edad

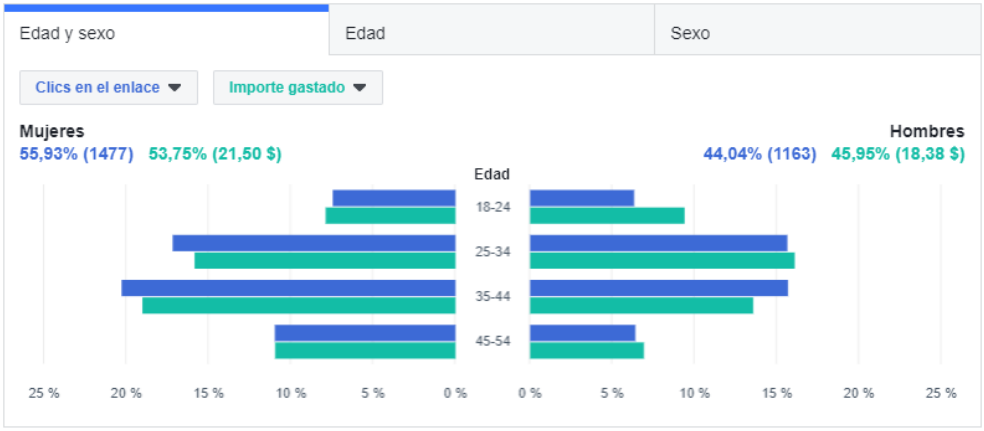
Inicio	Fin	Edad	Resultados	Alcance	CPC (Coste por clic en el enlace)	Importe gastado (USD)
2019-07-12	2019-07-19	18-24	364	32,685	0.002	$6.91
2019-07-12	2019-07-19	25-34	867	38,474	0.001	$12.80
2019-07-12	2019-07-19	35-44	951	29,583	0.001	$13.12
2019-07-12	2019-07-19	45-54	459	13,976	0.002	$7.17
2019-07-12			2,641	114,718		$40.00

Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Según los resultados las personas que más verificaron la publicidad fueron mujeres con un 56% mientras que un 44% fueron hombres, las edades más interesadas en el servicio son de las personas que oscilan entre los 25 y 54 años lo cual represento el 86% y el 14% restante son aquellos clientes potenciales entre 18 y 24 años de edad.

En el siguiente gráfico se visualizan ambas variables (edad y sexo), con lo cual se podrá tomar decisiones para futuras campañas con un enfoque más específico del mercado, lo anterior implica potenciar la Ilustración de la marca según la demanda (Ver Ilustraciones 45 y 46).

Ilustración 45. Gráfico dato demográfico, variable sexo y edad



Fuente: Herramienta *Facebook Business*

Ilustración 46. Resultados obtenidos por variables de edad y sexo

Nombre de la cuenta	Resu	Alcance	Frecuencia	Coste por resultado	Importe gastado	Impresiones	CPM (coste por 1000 impresiones)	Clics en el enlace	CPC (Coste por clic en el enlace)	CTF (porcentaje de clics en	Clics (todos)	CTR (todos)	CPC (todos)	Índice de mejora estimada	Clics únicos en el enlace
Restaurante Brisas del Lago	—	114 717	1,62	—	40,00 $	186 018	0,22 $	2641	0,02 $	1,42%	4043	2,17%	0,01 $	—	2431
18–24 Mujer	—	15 095	1,44	—	3,16 $	21 763	0,15 $	197	0,02 $	0,91%	279	1,28%	0,01 $	—	181
18–24 Hombre	—	17 590	1,55	—	3,76 $	27 312	0,14 $	167	0,02 $	0,61%	243	0,89%	0,02 $	—	162
18–24 Sin categoría	—	—	—	—	0,00 $	24	—	—	—	—	—	—	—	—	—
25–34 Mujer	—	16 726	1,63	—	6,34 $	27 282	0,23 $	454	0,01 $	1,66%	718	2,63%	0,01 $	—	416
25–34 Hombre	—	21 683	1,69	—	6,43 $	36 699	0,18 $	413	0,02 $	1,13%	616	1,68%	0,01 $	—	380
25–34 Sin categoría	—	64	1,70	—	0,02 $	109	0,18 $	—	—	—	2	1,83%	0,01 $	—	—
35–44 Mujer	—	13 944	1,74	—	7,61 $	24 258	0,31 $	536	0,01 $	2,21%	844	3,48%	0,01 $	—	487
35–44 Hombre	—	15 607	1,58	—	5,42 $	24 728	0,22 $	414	0,01 $	1,67%	624	2,52%	0,01 $	—	379
35–44 Sin categoría	—	32	4,00	—	0,08 $	128	0,62 $	1	0,08 $	0,78%	3	2,34%	0,03 $	—	1
45–54 Mujer	—	7484	1,72	—	4,39 $	12 901	0,34 $	290	0,02 $	2,25%	449	3,48%	0,01 $	—	266
45–54 Hombre	—	6428	1,67	—	2,77 $	10 755	0,26 $	169	0,02 $	1,57%	265	2,46%	0,01 $	—	159
45–54 Sin categoría	—	59	1,00	—	0,02 $	59	0,34 $	—	—	—	—	—	—	—	—

Fuente: Herramienta *Facebook Business*

Otra variable muy importante en la segmentación de mercado es la ubicación geográfica debido a que es importante la distribución del servicio según la demanda. En la siguiente tabla se puede determinar la ubicación de clientes interesados en el servicio (Ver Ilustraciones 47 a la 49), (Ver Tabla 5).

Ilustración 47. Gráfico ubicación geográfica



Fuente: Herramienta *Facebook Business*

Ilustración 48. Resultados obtenidos por región

Nombre de la cuenta	Resi	Alcance	Frecuencia	Coste po resultado	Importe gastado	Impresiones	CPM (coste por 1000 impresiones)	Clics en el enlace	CPC (Coste por clic en el enlace)	C (porcenta de clics	Clics (todos)	CTR (todos)	CPC (todos)	Índice de mejora estimada	Clics únicos en el enlace
Restaurante Brisas del Lago	—	114 717	1,62	—	40,00 $	186 018	0,22 $	2641	0,02 $	1,42%	4043	2,17%	0,01 $	—	2431
Jutiapa Department	—	4	1,00	—	0,00 $	4	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Lempira Department	—	17	1,00	—	0,00 $	17	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Ahuachapán Department	—	1919	2,19	—	0,93 $	4196	0,22 $	59	0,02 $	1,41%	85	2,03%	0,01 $	—	54
Cabañas Department	—	6172	1,71	—	1,86 $	10 564	0,18 $	122	0,02 $	1,15%	180	1,70%	0,01 $	—	113
Chalatenango Department	—	6780	1,91	—	2,44 $	12 943	0,19 $	162	0,02 $	1,25%	248	1,92%	0,01 $	—	147
Cuscatlán Department	—	3294	1,66	—	1,19 $	5452	0,22 $	102	0,01 $	1,87%	157	2,88%	0,01 $	—	96
La Libertad Department	—	13 720	1,71	—	5,35 $	23 496	0,23 $	320	0,02 $	1,36%	472	2,01%	0,01 $	—	293
La Paz Department	—	6876	1,79	—	2,70 $	12 274	0,22 $	174	0,02 $	1,42%	273	2,22%	0,01 $	—	154
San Salvador Department	—	44 454	1,49	—	15,67 $	66 273	0,24 $	1051	0,01 $	1,59%	1667	2,52%	0,01 $	—	965
Santa Ana Department	—	14 839	1,52	—	4,50 $	22 601	0,20 $	318	0,01 $	1,41%	472	2,09%	0,01 $	—	302
San Vicente Department	—	4381	2,07	—	1,85 $	9047	0,20 $	89	0,02 $	0,98%	124	1,37%	0,01 $	—	79
Sonsonate Department	—	11 705	1,61	—	3,49 $	18 852	0,18 $	241	0,01 $	1,28%	362	1,92%	0,01 $	—	225
Usulután Department	—	299	1,00	—	0,03 $	299	0,10 $	3	0,01 $	1,00%	3	1,00%	0,01 $	—	3

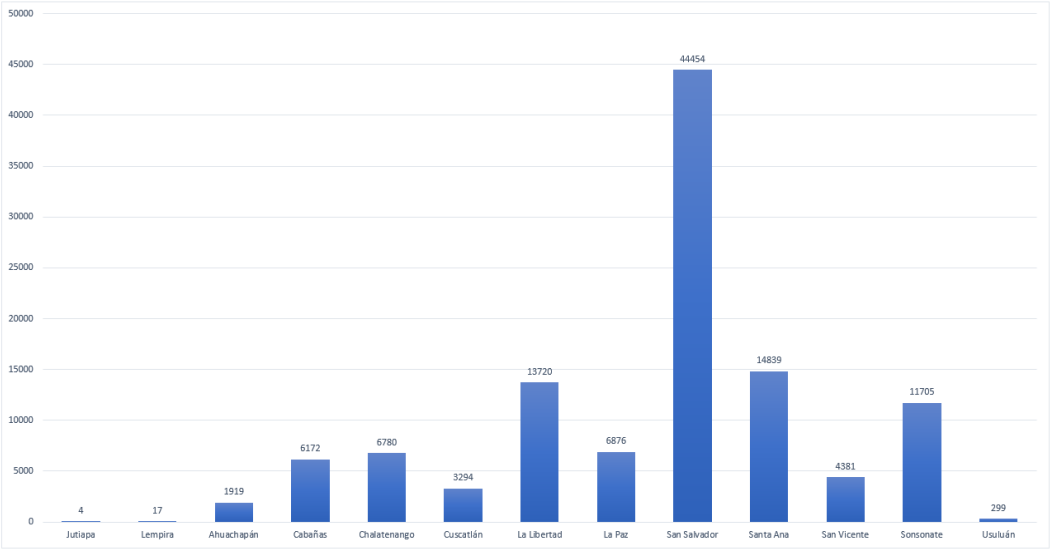
Fuente: Herramienta *Facebook Business*

Tabla 5. Resultados obtenidos por ubicación geográfica (región)

Inicio	Fin	Región	Resultados	Alcance	CPC (Coste por clic en el enlace)	Importe gastado (USD)
2019-07-12	2019-07-19	Jutiapa	0	4	$0.00	$0.00
2019-07-12	2019-07-19	Lempira	0	17	$0.00	$0.00
2019-07-12	2019-07-19	Ahuachapán	59	1919	$0.02	$0.93
2019-07-12	2019-07-19	Cabañas	122	6172	$0.02	$1.86
2019-07-12	2019-07-19	Chalatenango	162	6780	$0.02	$2.44
2019-07-12	2019-07-19	Cuscatlán	162	3294	$0.01	$1.19
2019-07-12	2019-07-19	La Libertad	320	13720	$0.02	$5.35
2019-07-12	2019-07-19	La Paz	174	6876	$0.02	$2.70
2019-07-12	2019-07-19	San Salvador	1051	44454	$0.01	$15.67
2019-07-12	2019-07-19	Santa Ana	318	14839	$0.01	$4.50
2019-07-12	2019-07-19	San Vicente	89	4381	$0.02	$1.85
2019-07-12	2019-07-19	Sonsonate	241	11705	$0.01	$3.19
2019-07-12	2019-07-19	Usuluán	3	299	$0.01	$0.03
2019-07-12	2019-07-19			114,717		$40.00

Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Ilustración 49. Dato demográfico



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Se puede verificar a través del grafico que el departamento de San Salvador, es el más interesado en la adquisición del servicio. Con los parámetros anteriores de sexo, edad y ubicación geográfica Restaurante Brisas del Lago podrá realizar una nueva campaña más específica para ofrecer sus servicios y alcanzar los objetivos comerciales del negocio.

La herramienta *Facebook Business* ayuda aumentar la visibilidad de la marca, los seguidores en la página, luego se convierten en clientes, *Facebook Business* facilita la segmentación y alcanza una audiencia difícil de obtener en otras plataformas a través de su alta rentabilidad y mínima inversión.

Anexo 8: Manual Creación de Marca



CREADO POR EQUIPO CONSULTOR PARA EL

RESTAURANTE BRISAS DEL LAGO

Contenido

1. Objetivos 322

2. Alcance 322

3. Manual de Marca 323

3.1 Creación de la Marca 323

3.2 Cuadricula de la Marca 324

3.3 Colores y tipografía institucionales 324

3.4 Uso correcto e incorrecto de la marca 325

3.5 Logo Restaurante Brisas del Lago 327

Contenido de Ilustraciones

Ilustración 1. Manual de Marca 323
Ilustración 2. Elementos del logo 323
Ilustración 3. Cuadricula de marca 324
Ilustración 4. Colores y tipografía institucionales 325
Ilustración 5. Uso de la marca 325
Ilustración 6. Uso incorrecto de la marca 326
Ilustración 7. Logo Restaurante Brisas del Lago 327

1. Objetivos

- Proporcionar una guía para el uso del manual de marca para el Restaurante Brisas del Lago.

- Este Manual constituye una herramienta de trabajo que sirve como referencia para todos los responsables de generar, difundir y fortalecer la Identidad Comercial de la marca: Restaurante Brisas del Lago.

- Establecer los lineamientos generales para su correcta aplicación.

- Proyectar ante sus diversos públicos la identidad del Restaurante Brisas del Lago mediante el seguimiento adecuado de los lineamientos establecidos en este manual

2. Alcance

Este manual se aplicará en todos los medios en los que Restaurante Brisas del Lago exhiba su Ilustración visual.

La identidad de la marca permitirá al Restaurante Brisas del Lago ser reconocido por los clientes y posicionarse dentro del sector de Restaurantes.

3. Manual de Marca

3.1 Creación de la Marca

Ilustración 1. Manual de Marca



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

El logo del restaurante Brisas del Lago es un refresh del logo ya existente, se maneja casi el mismo concepto cuidando el ser reconocidos de una manera más fácil, no como un restaurante nuevo, sino más bien de una renovación.

Entre los elementos utilizados se encuentran el ancla por ser uno de los elementos que evoca el agua marina junto a un abstracto de la vista del lago mostrando el punto de referencia que tiene el restaurante contra el lago y sobre todo el paisaje del que se disfruta (Ver Ilustración 2).

Ilustración 2. Elementos del logo

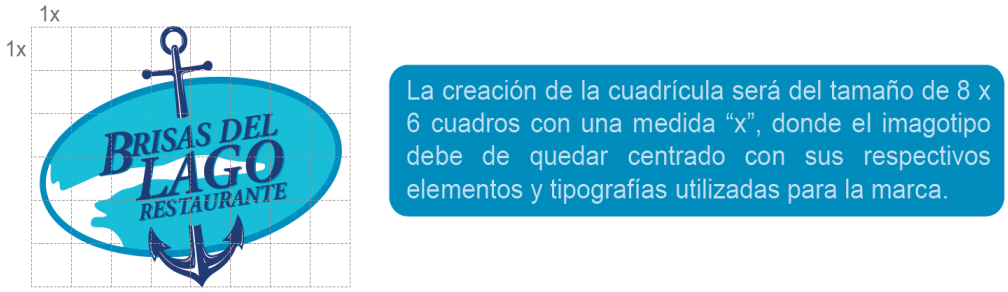


Fuente: Elaboración propia equipo consultor

3.2 Cuadricula de la Marca

La cuadrícula ayuda a crear una manera correcta el logotipo e isotipo de la marca llevando así de una manera más organizada cada uno de sus elementos y la correcta utilización de cada uno (Ver Ilustración 3).

Ilustración 3. Cuadricula de marca



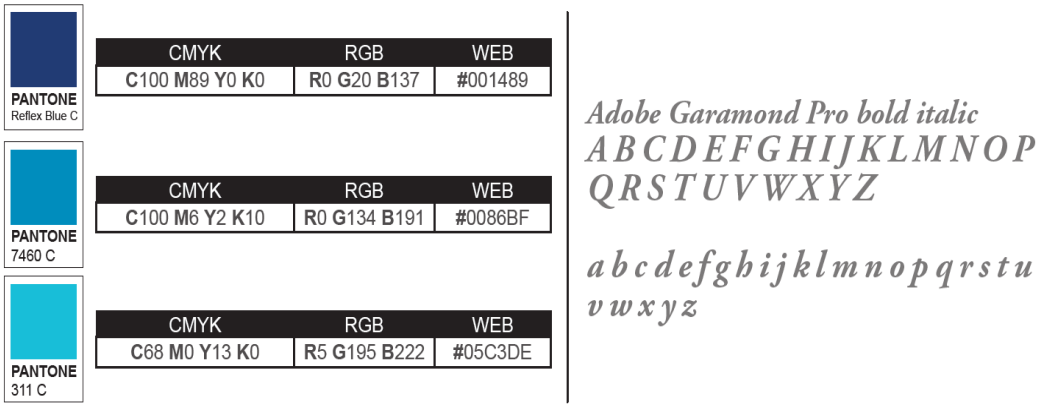
Fuente: Elaboración propia equipo consultor

3.3 Colores y tipografía institucionales

Los colores institucionales tienen la finalidad de mantener uniformidad al momento de crear el logo de la marca y crea fidelidad al reconocimiento del mismo, por lo cual se sugiere mantenerlos en cual tipo de impresión en el que sea utilizado.

La tipografía utilizada es otro de los factores importantes que deben tomarse en cuenta para la creación de la marca por lo tanto se sugiere no cambiarlos por ninguna razón (Ver Ilustración 4).

Ilustración 4. Colores y tipografía institucionales



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

3.4 Uso correcto e incorrecto de la marca

Ilustración 5. Uso de la marca



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Estas son las formas adecuadas de utilizar el logotipo en cuanto a sus colores, no está permitido cambiar o intercambiar los colores que establece este manual de marca, sobre fondo negro será permitido la utilización en negativo o positivo según sea la necesidad.

Uso incorrecto

Se prohíbe modificar el logo de la marca en cualquiera de los tipos de caso indicados y no indicados dentro de este manual de marca (Ver Ilustración 6).

Ilustración 6. Uso incorrecto de la marca



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

3.5 Logo Restaurante Brisas del Lago

Ilustración 7. Logo Restaurante Brisas del Lago



PANTONE
Reflex Blue C

CMYK	RGB	WEB
C100 M89 Y0 K0	R0 G20 B137	#001489

PANTONE
7460 C

CMYK	RGB	WEB
C100 M6 Y2 K10	R0 G134 B191	#0086BF

PANTONE
311 C

CMYK	RGB	WEB
C68 M0 Y13 K0	R5 G195 B222	#05C3DE

Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Anexo 9: Manual Facebook Business

CREADO POR EQUIPO CONSULTOR PARA EL

RESTAURANTE BRISAS DEL LAGO

Contenido

1. Objetivos 331

2. Alcance 331

3. Manual Facebook Business Manager 332

3.1 ¿Por qué anunciar su empresa en Facebook? 332

3.2 ¿Qué es Facebook Business Manager? 332

3.4 ¿Quién debería usar Facebook Business Manager? 333

3.5 ¿Para qué sirve Facebook Business Manager? 334

3.6 ¿Facebook Business Manager es ideal para? 334

3.7 ¿Por qué debo utilizar esta herramienta? 335

3.8 ¿Cuáles son los beneficios de Facebook Business Manager? 335

3.9 ¿Cómo funciona Facebook Business Manager? 336

3.10 ¿Qué necesitas para crear anuncios en Facebook Business Manager? 337

Contenido de Ilustraciones

Ilustración 1. Objetivo de campaña 337
Ilustración 2. Definición de la audiencia a que quieres llegar 340
Ilustración 3. Segmentación detallada 341
Ilustración 4. Presupuesto para campaña 342
Ilustración 5. Importe de puja en Facebook Business 344
Ilustración 6. Ubicación de anuncios en Facebook Business 345
Ilustración 7. Formato Clásico 346
Ilustración 8. Formato reproduce video 346
Ilustración 9. Formato presentación 347
Ilustración 10. Formato anuncios por secuencia 347
Ilustración 11. Business Manager 348
Ilustración 12. Crea tu cuenta del administrador comercial 349
Ilustración 13. Añade la información de empresa 349
Ilustración 14. Añadir Página 350
Ilustración 15. Añadir cuenta publicitaria 350
Ilustración 16. Método de pago 351
Ilustración 17. Menú Administrador de anuncios 351
Ilustración 18. Administrador de anuncios 352
Ilustración 19. Nombre de la campaña trafico 352
Ilustración 20. Cuenta publicitaria 353
Ilustración 21. Audiencia 354
Ilustración 22. Segmentación detallada 354
Ilustración 23. Presupuesto y calendario 355
Ilustración 24. Crear anuncio 355
Ilustración 25. Como estructurar el anuncio 356
Ilustración 26. Escribiendo texto en el anuncio 357
Ilustración 27. Administración de anuncios estadísticas 357

1. Objetivos

- Proporcionar una guía de consulta para el uso de una herramienta como Facebook Business que facilite el reconocimiento del servicio del Restaurante Brisas del Lago.

- Definir los pasos para crear una campaña en Facebook Business.

- Llegar al mayor número posible de personas con la interacción de los anuncios.

- Reconocimiento de marca.

2. Alcance

Proporcionar el conocimiento de cómo anunciarse a través de Facebook Business, estableciendo los objetivos del anuncio para el segmento al cual ira dirigido.

La herramienta es muy económica ya que solo paga por los clics obtenidos, de modo que, si logra hacer una segmentación adecuada y redactar un anuncio atractivo, conseguirá mostrar los anuncios a gente realmente interesada en ellos, obteniendo un beneficio aún mayor.

3. Manual Facebook Business Manager

3.1 ¿Por qué anunciar su empresa en Facebook?

Le da la posibilidad de segmentar muy detalladamente y ajustar sus anuncios a su cliente ideal: como crear un anuncio para Restaurante Brisas del Lago, a jóvenes de entre 20 y 50 años, ubicados en Chinameca y que sean fans de páginas de su competencia (otros restaurantes de la zona).

Viralización absoluta de los anuncios: Facebook permite que sus anuncios se expandan cada vez más entre los amigos de sus fans, lo cual es muy favorable ya que, como debe usted saber, una recomendación tiene mucha más fuerza cuando viene de alguien ajeno a la empresa.

Es muy económico ya que solo paga por los clics obtenidos: de modo que, si logra hacer una segmentación adecuada y redactar un anuncio atractivo, conseguirá mostrar sus anuncios a gente realmente interesada en ellos, sacando un beneficio aún mayor.

Le otorga la posibilidad de interactuar con los usuarios: mediante juegos, sorteos, concursos o simples encuestas con opciones, pudiendo así conocer sus intereses y utilizarlos en favor de su empresa.

3.2 ¿Qué es Facebook Business Manager?

Facebook Business Manager es una herramienta que te ayuda a administrar tus Fan Pages, cuentas publicitarias, campañas y demás aplicaciones de Facebook, de manera eficiente y en un solo lugar, con el cual podrás anunciar el Restaurante Brisas del Lago y pagar solamente por los clics recibidos.

Con el Business Manager tienes la comodidad de poder trabajar con todos los productos de Facebook desde un sólo lugar, por lo que podrás crear contenido, programar campañas de publicidad tanto en esta red como en Instagram, analizar audiencias y ver todas tus métricas.

3.4 ¿Quién debería usar Facebook Business Manager?

- Empresas: Si tienes una empresa y necesitas asignar a tus empleados o consultores a una o muchas páginas, esta herramienta es la indicada. Business Manager te permite manejar las configuraciones de la página, publicaciones, creación de anuncios publicitarios y métricas.

- Agencias de marketing: Muchas veces una agencia debe manejar varios clientes al mismo tiempo, trabajo que puede resultar abrumador si no se tiene los procesos y herramientas adecuadas. Aquí es cuando Facebook Business Manager cobra relevancia, ya que sólo debes solicitar el acceso a tus clientes sobre la página o cuentas publicitarias, con el rol que se necesita como administrador, editor o analista, sin tener que ser el propietario de las páginas de los clientes.

- Esta herramienta de publicidad en redes sociales, entre otras tantas características, nos permite crear diferentes tipos de publicaciones y segmentarlas de acuerdo a las particularidades del target al que irán dirigidas.

3.5 ¿Para qué sirve Facebook Business Manager?

- Ayuda a administrar el acceso a tu página: Te permite comprobar quién tiene acceso a tus páginas y cuentas publicitarias, y eliminar o cambiar sus permisos. Esto es especialmente bueno cuando un miembro de tu equipo se va, con esta herramienta solo tienes que quitar esos accesos en un solo paso.

- Separa tu trabajo de tu vida personal: Puedes obtener acceso a páginas y cuentas publicitarias sin necesidad de ser amigo de tus compañeros de trabajo en Facebook. No tienen que ver tu perfil personal y ellos no tienen que ver el tuyo.

- Fomenta el trabajo en equipo: El nivel de transparencia que ofrece la herramienta aumenta las oportunidades de colaboración en tu equipo de trabajo, puesto que tienes una vista completa de las actividades que se llevan a cabo.

- Facilita el proceso de reportes: El tiempo que te demoras recopilando todos los datos para realizar y entregar tus reportes se disminuye, puesto que desde la plataforma puedes visualizar todas las estadísticas de tus páginas incluyendo las interacciones, nuevos me gusta, alcance, entre otros.

3.6 ¿Facebook Business Manager es ideal para?

- *Freelancers* que trabajan con más de un cliente.
- Empresas que cuentan con un equipo de Marketing con diferentes tareas y permisos.

- Agencias de Marketing.
- Cualquier persona que quiera utilizar esta red de manera profesional para hacer crecer su negocio.

3.7 ¿Por qué debo utilizar esta herramienta?

- Porque te permitirá ser el dueño de tu negocio y de todos los activos que lo rodeen.
- Fomentarás el trabajo en equipo y el entorno se volverá más profesional.
- Porque podrás vincular distintas plataformas (Fan Pages, cuentas publicitarias, etc.) y gestionarlas desde un mismo lugar.
- Se mantendrá la confidencialidad laboral y no se vincularán perfiles personales.
- Podrás asignarle el rol determinado para cada persona de tu organización.

3.8 ¿Cuáles son los beneficios de Facebook Business Manager?

- Segmentación: Facebook lo sabe todo sobre sus usuarios y eso es conveniente para tu negocio, ya que te permite crear anuncios segmentados según la edad, el sexo, los datos demográficos, los intereses e incluso los comportamientos de sus usuarios. Mientras mejor segmentes tus anuncios, más chances tendrás de anunciarte a las personas interesadas en tu negocio.

- Elementos Visuales: A diferencia de Google Adwords, los anuncios en Facebook pueden llevar imágenes y videos, haciéndolos más atractivos al ojo del público.

- Popularidad: Como ya dijimos previamente, Facebook es la red social con más usuarios activos. 1,000 millones de personas abren Facebook a diario. Tu marca querrá estar allí.

- Bajos Costos: No necesitas invertir grandes sumas para lograr una campaña exitosa con resultados significativos para tu negocio. Además, puedes monitorear y modificar la inversión permanentemente, gastando sólo lo que tú decidas.

3.9 ¿Cómo funciona Facebook Business Manager?

- El objetivo principal de esta plataforma es ayudar a tener un mayor control de muchas páginas y cuentas de anuncios desde una sola plataforma.
- Primero debe realizar la campaña, hacer los grupos de anuncios y por último crear los anuncios.

- Éstos pueden ser de texto, gráficos o de videos y podrán mostrarse tanto en sección de noticias y columna de la derecha en computadoras, como en la sección de noticias de los teléfonos móviles.

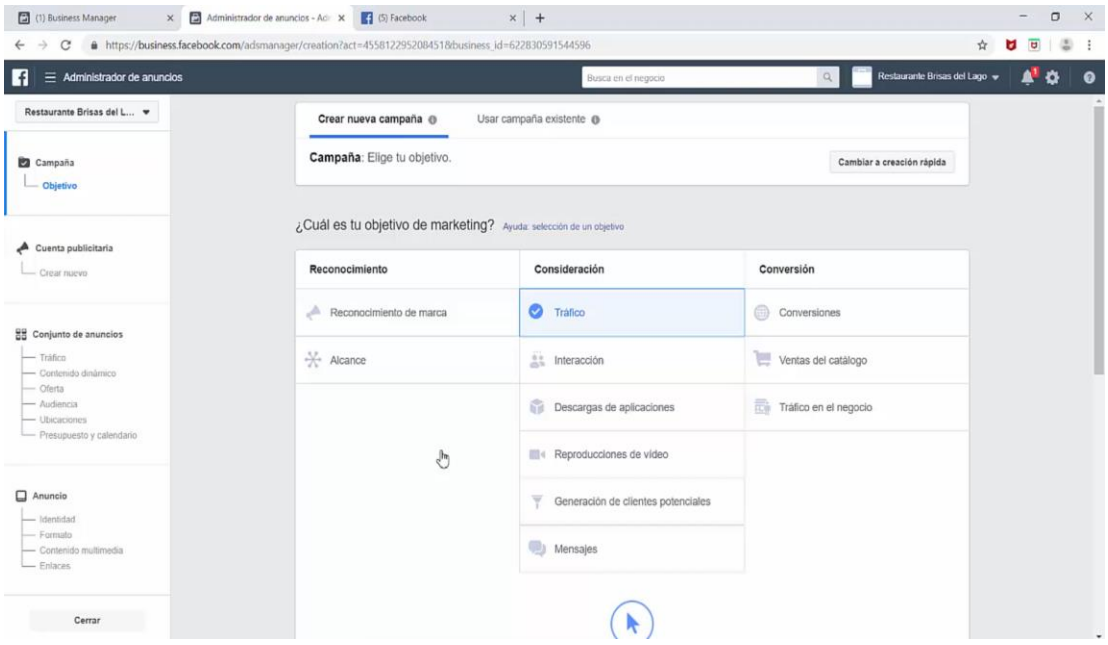
Facebook es una red social pensada para conectar personas, es decir, compartir información, noticias y contenidos audiovisuales con amigos y familiares. Se trata de la plataforma social más grande y popular de todas las existentes en la actualidad.

3.10 ¿Qué necesitas para crear anuncios en Facebook Business Manager?

1. Un objetivo de la campaña publicitaria empresarial.

Por ejemplo, en el caso de Restaurante Brisas del Lago, el objetivo será atraer visitas al Restaurante, pero también puede crear campañas para aumentar la base de fans de su Fan Page o para lograr más descargas de una aplicación (Ver Ilustración 1).

Ilustración 1. Objetivo de campaña



Fuente: https://business.facebook.com

- ❖ Promocionar tus publicaciones: Da mayor visibilidad a las publicaciones de tu página de empresa, para que lleguen a más cantidad de personas. Esta publicidad busca una mayor participación de los usuarios en tu publicación: clics en “Me gusta”, comentarios, visualizaciones de fotos, compartir el contenido, etc. (antiguamente llamada: Interacción con una publicación).

- Promocionar tu página: Consigue atraer a más fans a tu página de empresa (antiguamente llamada: “Me gusta” de la página).

- Atraer personas a tu sitio Web: Lleva más tráfico cualificado (o visitantes de calidad) a diferentes lugares de tu página Web, según tus objetivos o la importancia de los mismos (antigua mente llamada: Clics en el sitio web).

- Aumentar las conversiones en el sitio Web: Atrae más usuarios a tu sitio web, para que ellos realicen acciones específicas en él (conversiones: ventas, descargas de ebooks, subscripciones a Newsletters, etc.). Aquí siempre debes utilizar un píxel de seguimiento de conversiones para poder evaluar adecuadamente esos resultados.

- Aumentar las instalaciones de tu aplicación: Inyecta más potenciales clientes a la tienda online en donde pueden comprar y descargar tus aplicaciones. Es decir, fomenta que los usuarios se instalen tu aplicación.

- Incrementar la interacción con tu aplicación: Consigue que más personas utilicen tu aplicación móvil o para Facebook.

- Llegar a personas que están cerca de tu negocio (Nuevo): Usa este objetivo de difusión local para llegar a más personas que se encuentran cerca de tu establecimiento o negocio (Nueva Sección).

- Aumentar el número de asistentes a tu evento: Promociona tu evento de Facebook para lograr más asistentes (antigua mente llamada: Respuestas a eventos).

- ❖ Lograr que las personas soliciten tu oferta: Diseña ofertas personalizadas, para que las personas puedan utilizar esos descuentos en tu tienda local u online (antiguamente llamada: Solicitudes de ofertas).

- ❖ Aumentar las reproducciones de Vídeo: Promociona vídeos con imágenes inéditas, lanzamientos de productos o historias de clientes para impulsar el reconocimiento de tu Marca.

2. Saber a qué tipo de personas quiero llegar quien es tu audiencia inicial.

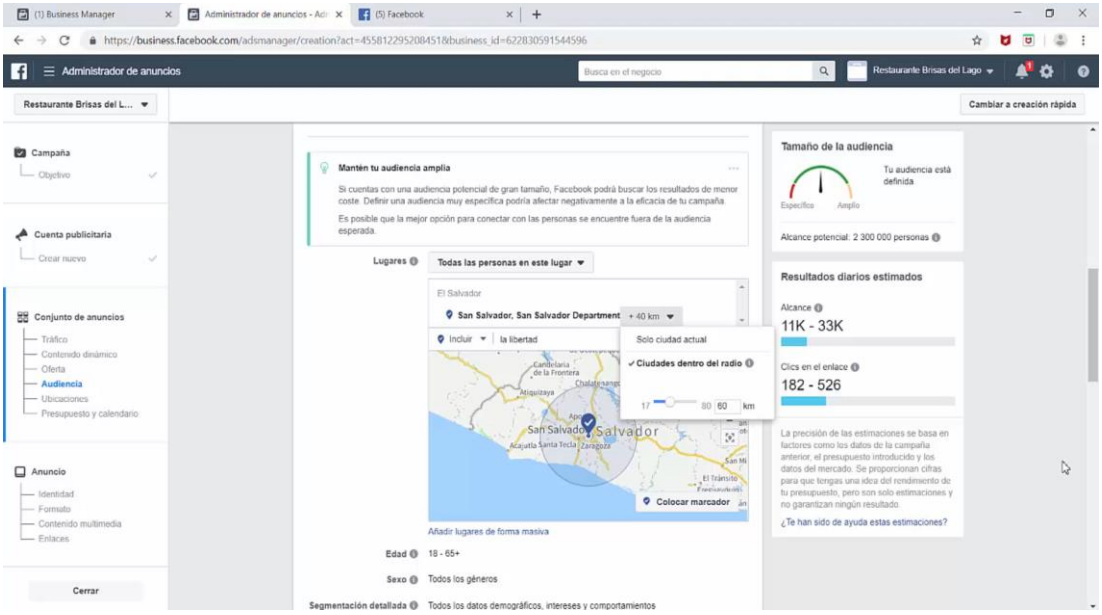
Es muy importante analizar siempre detenidamente a quién o quiénes intentamos captar con la campaña que estamos por diseñar, porque si ese anuncio se le muestra a algún usuario que no lo vea como un contenido atractivo, estaremos gastando nuestro dinero en vano.

Piensa en todas las características que reúne el target de tu marca. En dónde vive, qué edad tiene, de qué trabaja, qué nivel de estudios tiene, qué temas le interesan, qué marcas sigue, qué dispositivos usa. Todas estas variables pueden ser utilizadas para segmentar tus anuncios. Mientras más detallada sea la segmentación, más chances tendrán tus anuncios de llegar a las personas indicadas.

3. Como segmentar la audiencia de nuestro anuncio en Facebook Business.

Facebook Business permite segmentar el público o audiencia al que irán dirigidos nuestros anuncios, según diferentes parámetros (Ver Ilustración 2 y 3).

Ilustración 2. Definición de la audiencia a que quieres llegar



Fuente: https://business.facebook.com

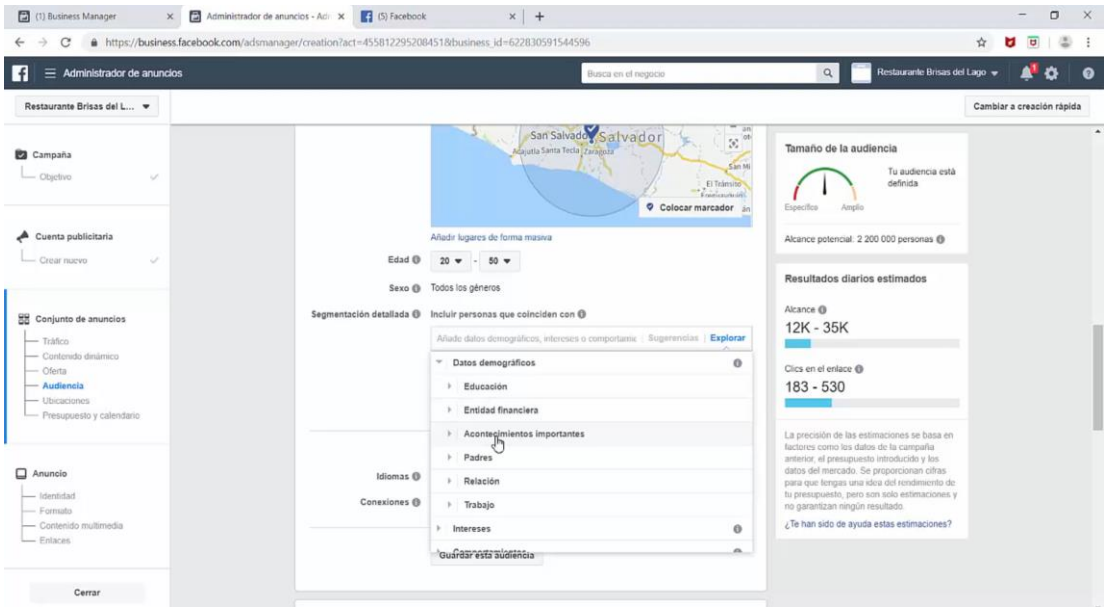
- Lugares: Comenzamos decidiendo los países, provincias, estados o ciudades en las que residirá el público o audiencia de esta campaña. En esta opción (antiguamente llamada: Ubicación) también tendremos la posibilidad de utilizar la segmentación de exclusión. Es decir, excluir lugares (un país, una provincia o una ciudad en particular).

- Edad: Debes elegir entre una edad mínima (13años) y otra máxima (+65 años).

- Sexo: Aquí puedes optar por hacer visible tu anuncio solo para los hombres, solo para las mujeres o para todos.

- Idioma: Elige el o los idiomas de las personas que podrán ver tu publicación.

Ilustración 3. Segmentación detallada



Fuente: https://business.facebook.com

- Más datos demográficos: En este desplegable podrás segmentar a tu audiencia según: relación (o estado civil), educación, trabajo, afinidad étnica, generación a la que pertenecen, si son padres o no, afinidad política (solo EE.UU.) y acontecimientos importantes (amigos de, cumpleaños, aniversarios, lejos de, mudanza, nueva relación, etc.).

- Intereses: Estos parámetros de segmentación están diseñados según las costumbres o los intereses que los usuarios demuestran tener habitualmente en su comportamiento dentro de Facebook. Es decir, las categorías de las páginas de las que son fans, el estilo de publicaciones que más comparten, los posts con los que más interactúan, etc.

- Comportamientos: Son parámetros de segmentación que están enfocados a las acciones o comportamientos que el público suele tener habitualmente en su vida… Por ejemplo: viajes (una vez al mes,

diariamente, en este momento, etc.), usuarios de dispositivos móviles, eventos, actividades digitales (administrador de páginas, consumidor, creadores de eventos…), etc.

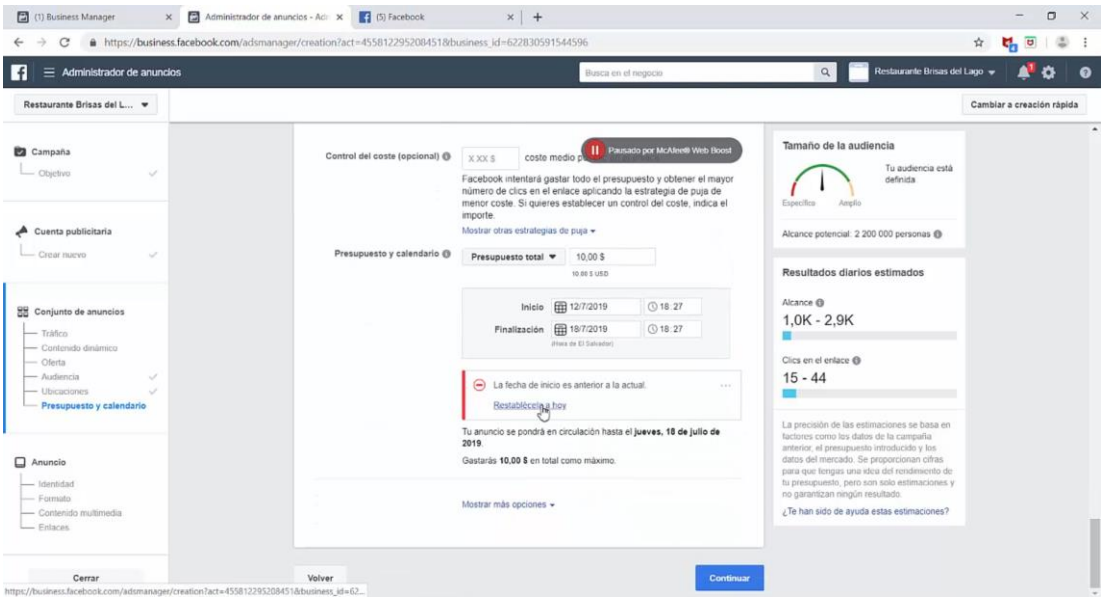
- ❖ Conexiones: Para finalizar también puedes elegir segmentar de acuerdo a la conexión o relación que el usuario/fan tiene con nuestra página de empresa.

4. Realizar un presupuesto

A la hora de establecer el presupuesto para la campaña, puedes elegir entre un monto para el conjunto total de los anuncios o puedes distribuirlo para gastar un monto fijo por día.

Es recomendable invertir lo máximo posible a un ritmo constante y, una vez que el anuncio funciona bien, puedes bajar el presupuesto (Ver Ilustración 4).

Ilustración 4. Presupuesto para campaña



Fuente: https://business.facebook.com

4.1 Como calcula Facebook el precio de nuestro anuncio

- Especifica el presupuesto de la campaña: Tenemos la opción de fijar un presupuesto máximo diario u otro para toda la campaña.

- Define el periodo de circulación: Puedes decidir si quieres que tenga una duración determinada (día y hora de inicio y fin) o ininterrumpidamente.

- Optimizar campaña por: Es aquí en donde Facebook ahora nos ofrece cuatro tipos o estructuras principales de optimización, en lo referente al cálculo del precio de las acciones en nuestro futuro anuncio:
  - ✓ Interacción con una publicación: Mostrarán nuestro anuncio a las personas con más probabilidades de interactuar con esa publicación.
  - ✓ Alcance único diario: Mostrarán nuestro anuncio hasta una o xxx veces al día.
  - ✓ Impresiones (CPM): Mostrarán el anuncio a las personas tantas veces como sea posible.
  - ✓ Clics (CPC): Mostrarán los anuncios a las personas que podrían hacer clic en nuestro anuncio.

- Precio (elije tu puja): Hay dos opciones claras, en la primera nuestra puja se optimizará automáticamente para obtener más interacción o impresiones. En la segunda, nosotros mismos fijaremos el precio máximo que alcanzarán esas acciones en las pujas:

  - ✓ (CPM o PPM): Coste por mil impresiones (CPM) o puja por mil impresiones (PPM). Una impresión es lo mismo que una visualización. Es decir que aquí pagaremos por cada 1.000 veces

que alguien vea ese anuncio, en los diferentes lugares que Facebook dispone para ello:

- ✓ Sección de noticias de la computadora
- ✓ Sección de noticias del celular/móvil o columna derecha.

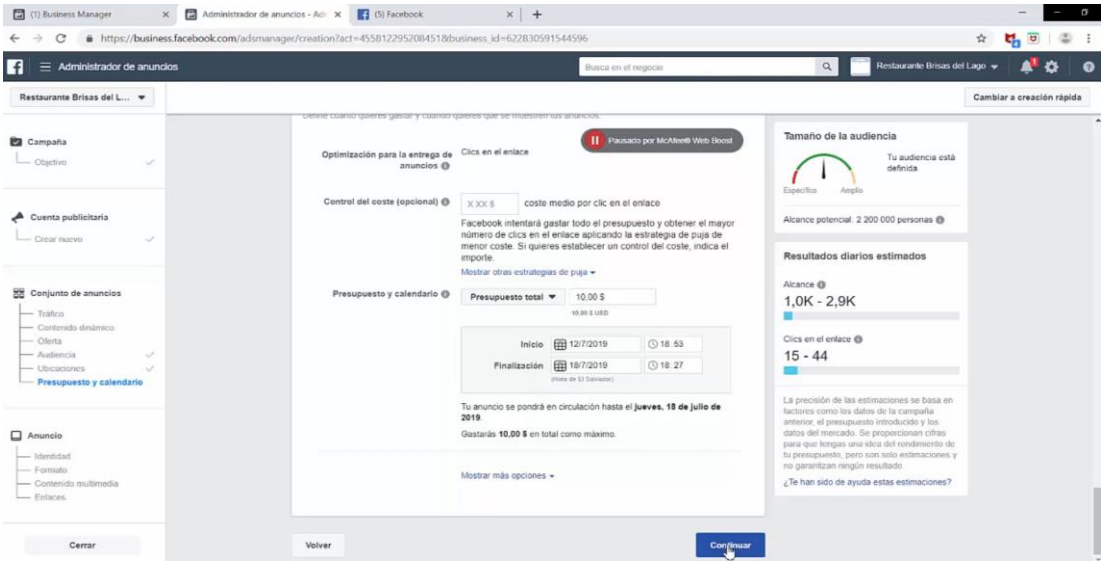
  Nota: Recordando que esta publicación no tendrá ninguna acción o clic.

✓ CPC o PPC): Coste por Clic (CPC) o puja por Clic (PPC). En esta opción pagaremos por cada Clic que se realiza en nuestra publicación.

4.2 Cómo funciona la puja (subasta) en los anuncios de Facebook Business:

Para ayudarte aquí, Facebook Business suele asignar automáticamente (a modo orientativo) un monto de puja recomendado (además de proponerte un mínimo y máximo). Mi sugerencia es utilizar el que te dan ellos o un importe medio de puja más cercano al máximo que al mínimo (Ver Ilustración 5).

Ilustración 5. Importe de puja en Facebook Business



Fuente: https://business.facebook.com

Por ejemplo: si te sugiere un importe entre $0.06 y $0.17, tú intenta mantener una oferta promedio equilibrada. Por ejemplo, (podría ser $0.12 o $0.14), teniendo en cuenta tu presupuesto.

5. Vista previa de la ubicación de los anuncios en Facebook Business

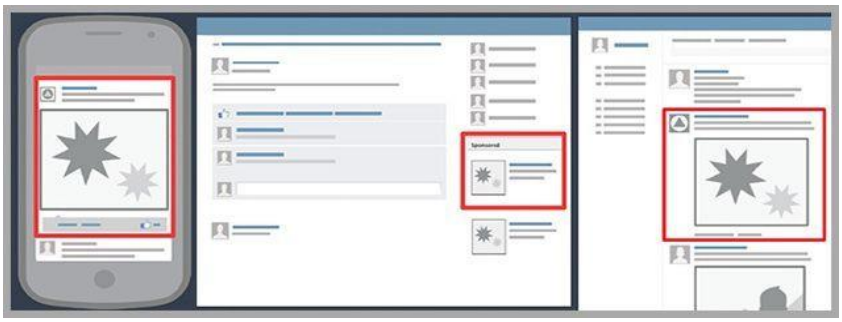
Tus anuncios publicitarios se mostrarán en tres lugares diferentes dentro de Facebook. Además, también tienes la posibilidad de eliminar alguna de esas ubicaciones si no se adapta a las estrategias de tu campaña. Ver (ilustraciones 6 al 10).

- NewsFeed: Estos aparecen en la sección de noticias de Facebook, es decir el cuerpo principal. Tienen el mismo aspecto que un post orgánico.

- Móvil: Anuncios que aparecen sólo en la versión móvil de la sección de noticias de Facebook. Tienen el mismo aspecto que un post orgánico.

- Costado derecho: Estos son los anuncios que aparecen la columna derecha y tienen un tamaño menor a los anuncios de la sección de noticias. Es la ubicación más económica, pero tiene la tasa promedio de Clics más baja de las tres y no atrae mucha participación de parte de los usuarios.

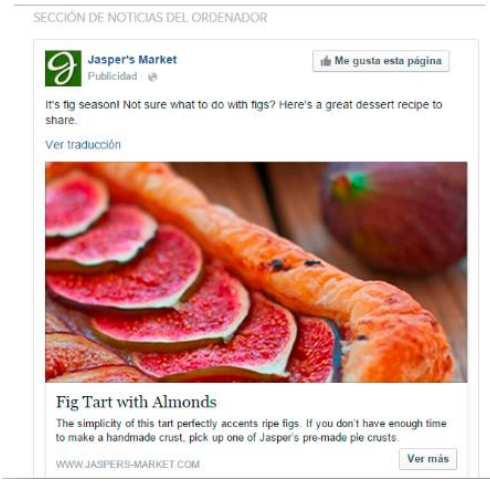
Ilustración 6. Ubicación de anuncios en Facebook Business



Fuente: Herramienta Facebook

Ilustración 7. Formato Clásico

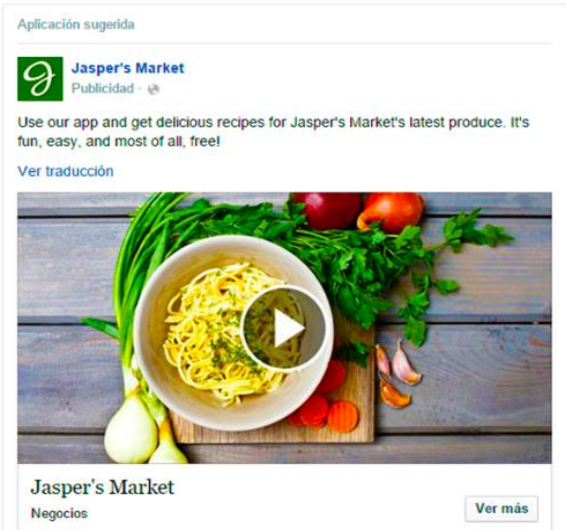
1. Imagen: este formato clásico consiste en una imagen estática acompañada de un texto y un link al sitio web. La medida recomendada es 1200×628 px. Usa el texto que acompaña a la imagen para captar la atención del público e informar de qué trata el anuncio.



Fuente: www.jasper-market.com

Ilustración 8. Formato reproduce video

2. Video: este formato reproduce un video de manera automática en silencio, y una vez que se hace click se activa el sonido. Debe tener una resolución mínima de 720 p y el formato debe ser .MP4 o .MOV. Puedes usar videos para mostrar cómo funciona un producto en contextos concretos. Más indicaciones sobre los anuncios de video aquí.



Fuente: www.jasper-market.com

Ilustración 9. Formato presentación

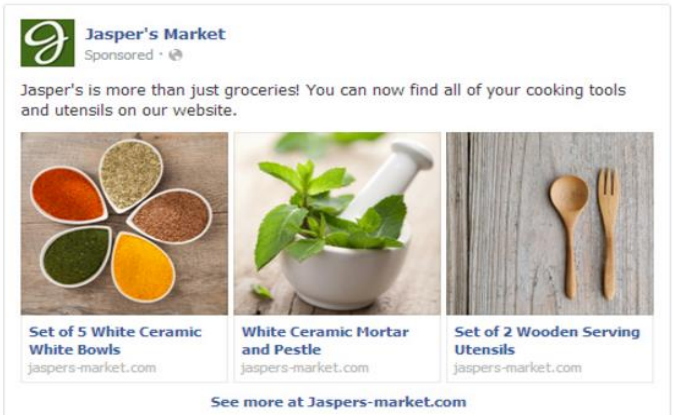
3. Presentación: puedes cargar entre 3 y 7 imágenes que se reproducen automáticamente como si fuera un video. Funciona como un GIF. Puedes elegir cuánto dura cada imagen y el aspecto (tamaño).



Fuente: www.ombushop.com

Ilustración 10. Formato anuncios por secuencia

4. Anuncios por secuencia: permiten mostrar entre tres y cinco imágenes, videos, títulos, enlaces o llamadas a la acción en un solo anuncio. Puede servir para promocionar distintos productos o distintas características de un mismo producto. La relación de aspecto para este formato es de 1:1. Encuentra más detalles sobre este formato aquí.



Fuente: www.jasper-market.com

5.1 Pasos para diseñar anuncios en Facebook Business Manager.

Lo primero que debes hacer es ingresar a business.facebook.com Seguidamente, haz clic a “Crear Cuenta”. Es importante que sepas que, para el proceso de configuración, tienes que tener una cuenta personal en Facebook, por esto la importancia de definir la persona correcta para configurar la cuenta (Ver Ilustración 11).

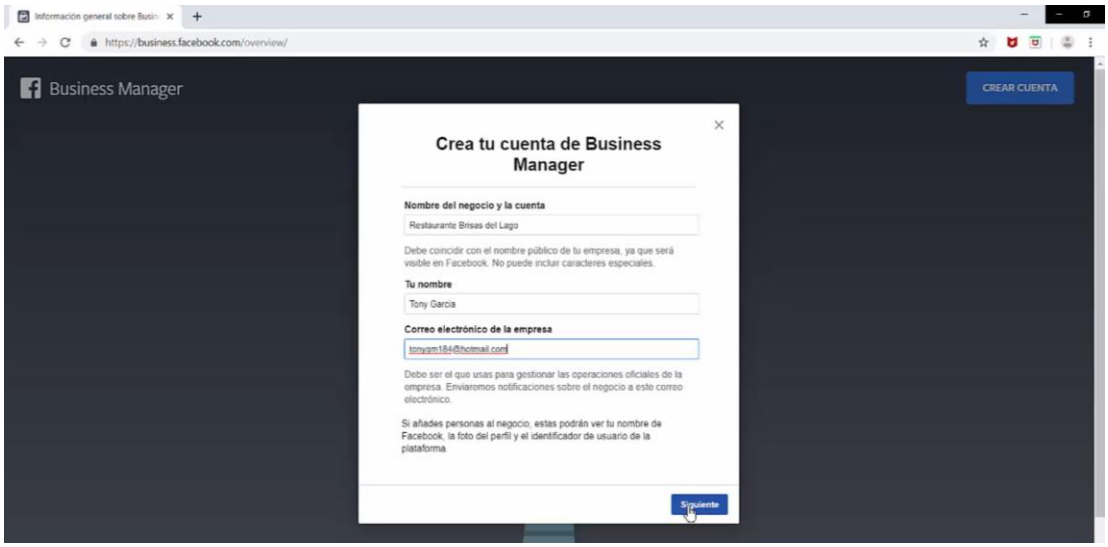
Ilustración 11. Business Manager



Fuente: https://business.facebook.com

Al haber ingresado al enlace business.facebook.com daremos clic en crear cuenta, pasaremos a otra pantalla en la cual ingresaremos: el nombre del negocio, tu nombre y cuenta de correo, luego seleccionaremos en la parte inferior derecha la opción: “Siguiente” (Ver Ilustración 12).

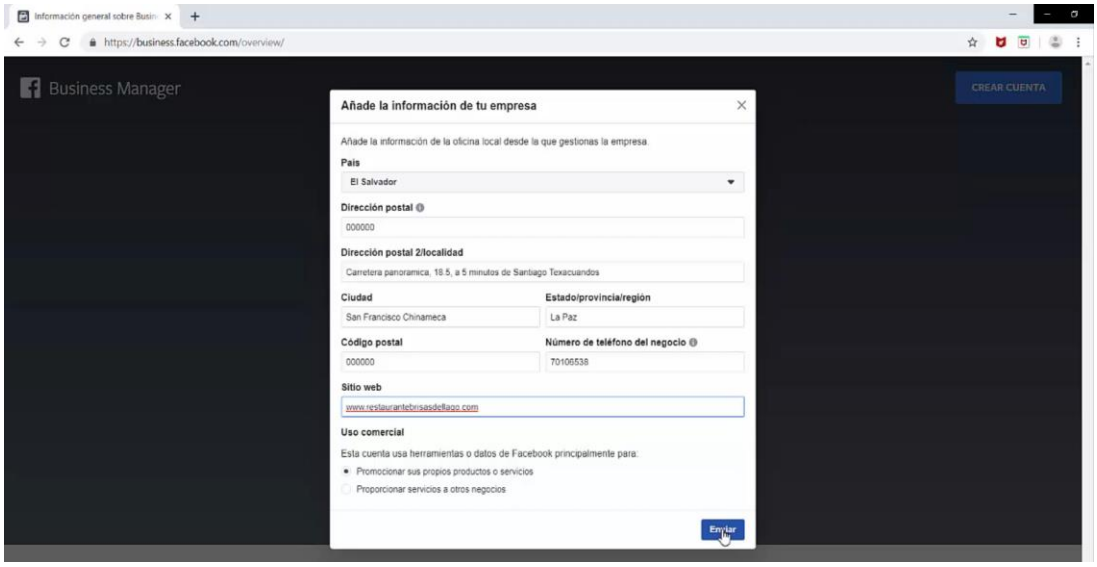
Ilustración 12. Crea tu cuenta del administrador comercial



Fuente: https://business.facebook.com

Al dar clic en siguiente, pasamos a otra pantalla donde nos solicitara que llenemos la información de nuestra empresa, luego daremos clic en enviar (Ver Ilustración 13).

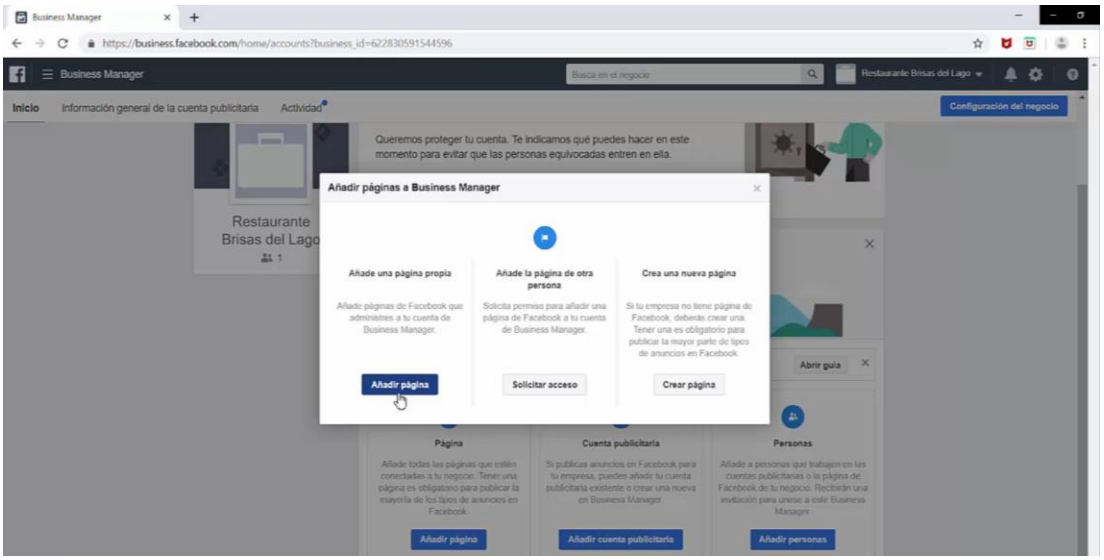
Ilustración 13. Añade la información de empresa



Fuente: https://business.facebook.com

Al haber dado clic en enviar nos aparecerá la consola Business Manager, en la cual daremos clic en añadir página (Ver Ilustración 14).

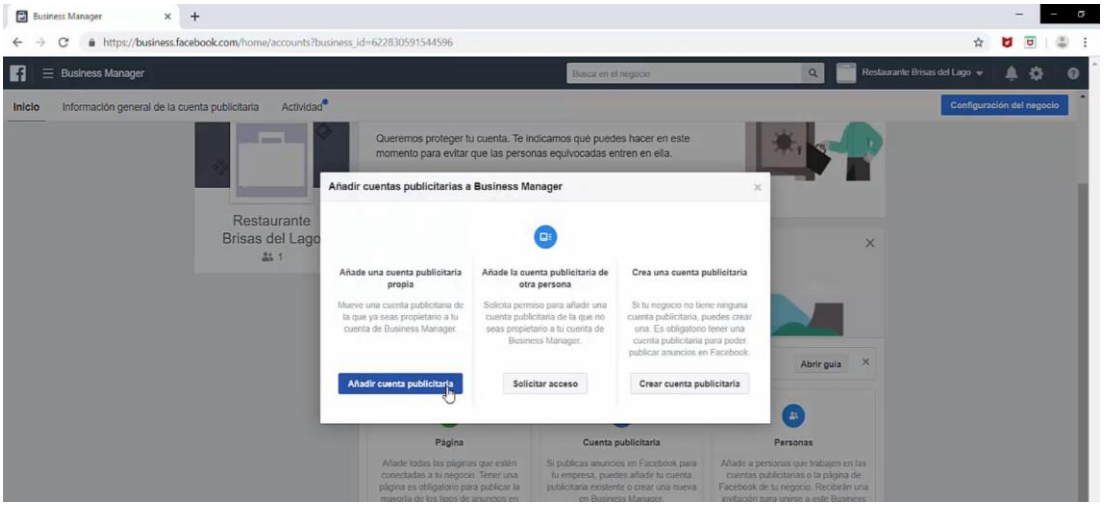
Ilustración 14. Añadir Página



Fuente: https://business.facebook.com

Luego de haber añadido la página, daremos clic sobre añadir cuenta publicitaria y agregaremos un nombre a la cuenta publicitaria (Ver Ilustración 15).

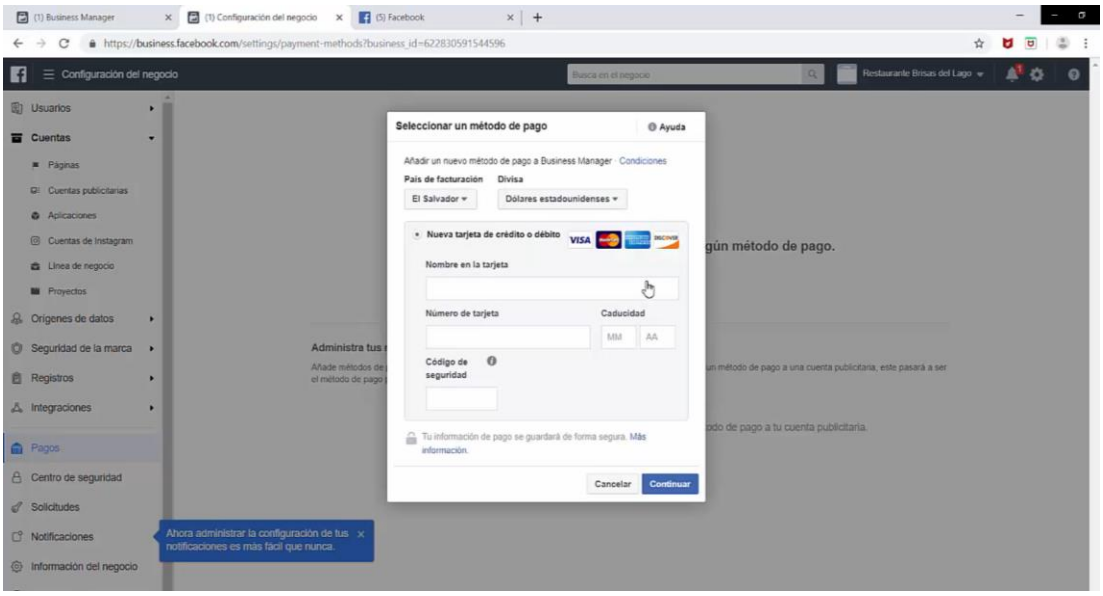
Ilustración 15. Añadir cuenta publicitaria



Fuente: https://business.facebook.com

A continuación, nos iremos a Business Manager daremos clic en Pagos y añadiremos una tarjeta de crédito o débito para que quede registrada para el pago de nuestros anuncios (Ver Ilustración 16).

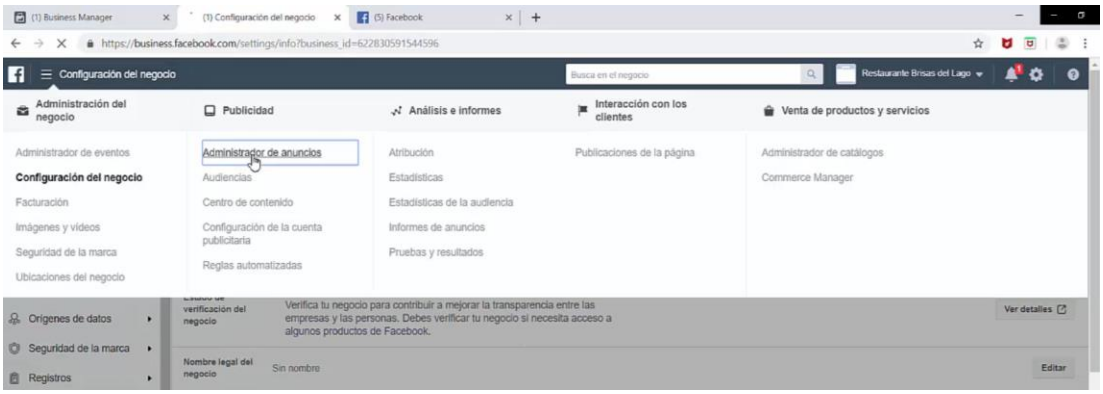
Ilustración 16. Método de pago



Fuente: https://business.facebook.com

Luego al haber creado la forma de pago nos iremos a la consola de Business Manager y daremos clic en la sección administrador de anuncios (Ver Ilustración 17).

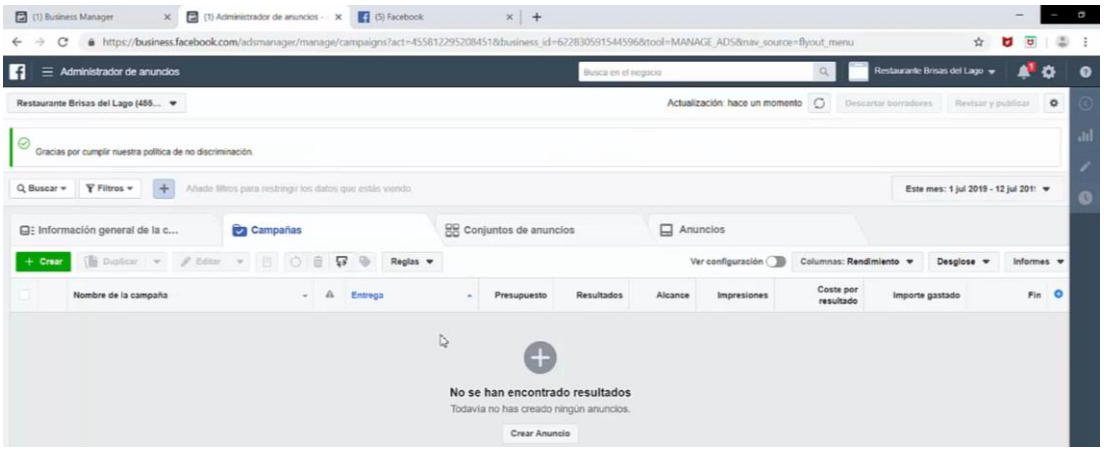
Ilustración 17. Menú Administrador de anuncios



Fuente: https://business.facebook.com

Al haber dado clic en el administrador de anuncios nos mostrara la siguiente pantalla, donde daremos clic en el botón verde en crear para iniciar a realizar nuestras campañas y anuncios (Ver Ilustración 18).

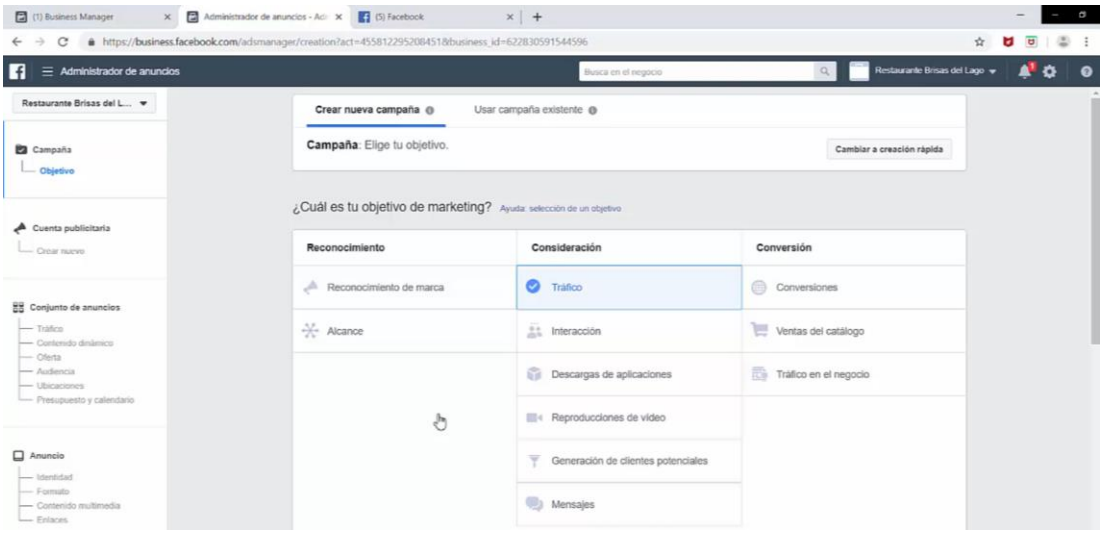
Ilustración 18. Administrador de anuncios



Fuente: https://business.facebook.com

A continuación, daremos clic en crear en el botón verde el cual nos mostrara la siguiente pantalla en donde iniciaremos a crear campañas y anuncios (Ver Ilustración 19).

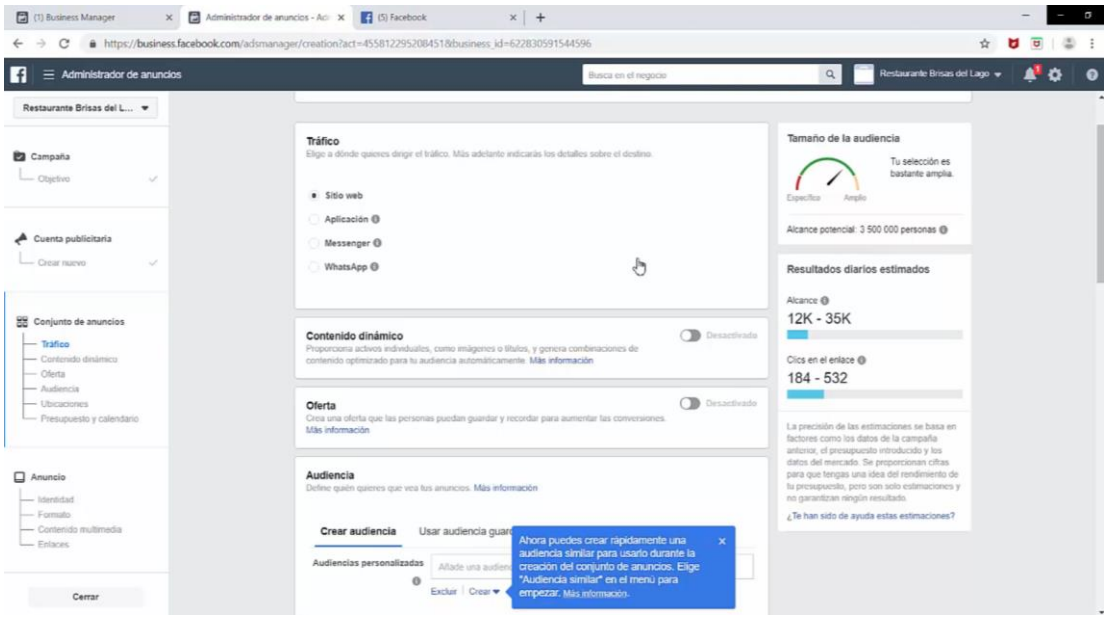
Ilustración 19. Nombre de la campaña trafico



Fuente: https://business.facebook.com

Si seleccionamos tráfico nos redirigirá a la siguiente pantalla donde configuraremos que nuestro tráfico se vaya a nuestro sitio web (Ver Ilustración 20).

Ilustración 20. Cuenta publicitaria



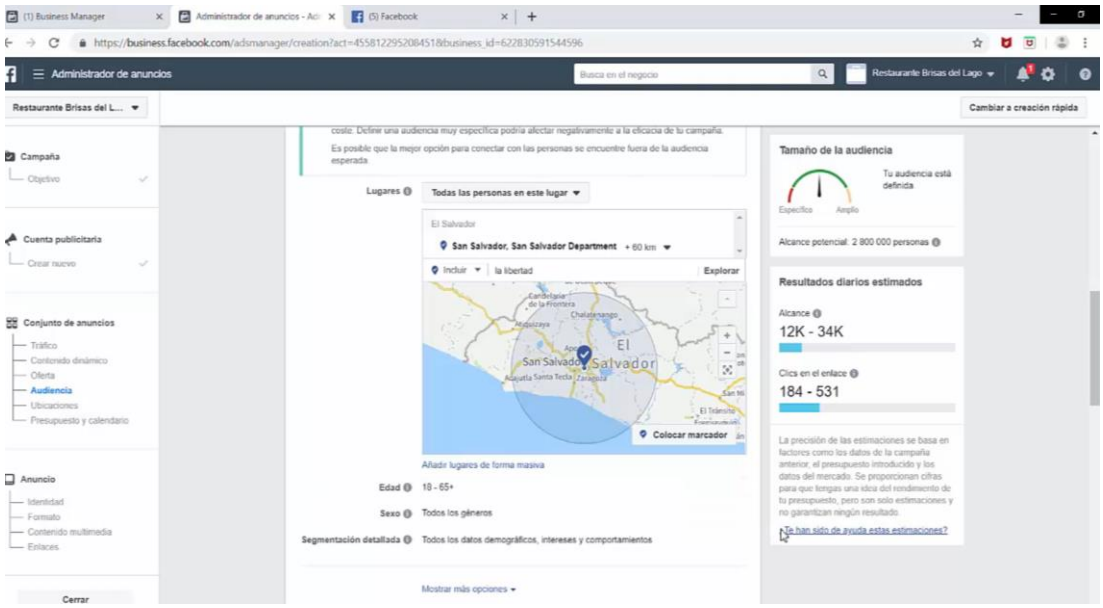
Fuente: https://business.facebook.com

Luego en la pestaña Audiencia: Define tu público, presupuesto y calendario ¿A quién quieres que lleguen tus anuncios? Segmentación: es el momento más importante de todo el tutorial y una de las etapas que más puede influir en el éxito o no de cualquier campaña de Facebook Business.

Aquí seleccionamos y definimos lo más segmentadamente posible nuestro público objetivo.

En busca de esa audiencia ideal, es decir, el usuario de Facebook con el que queremos interactuar (Ver Ilustración 21).

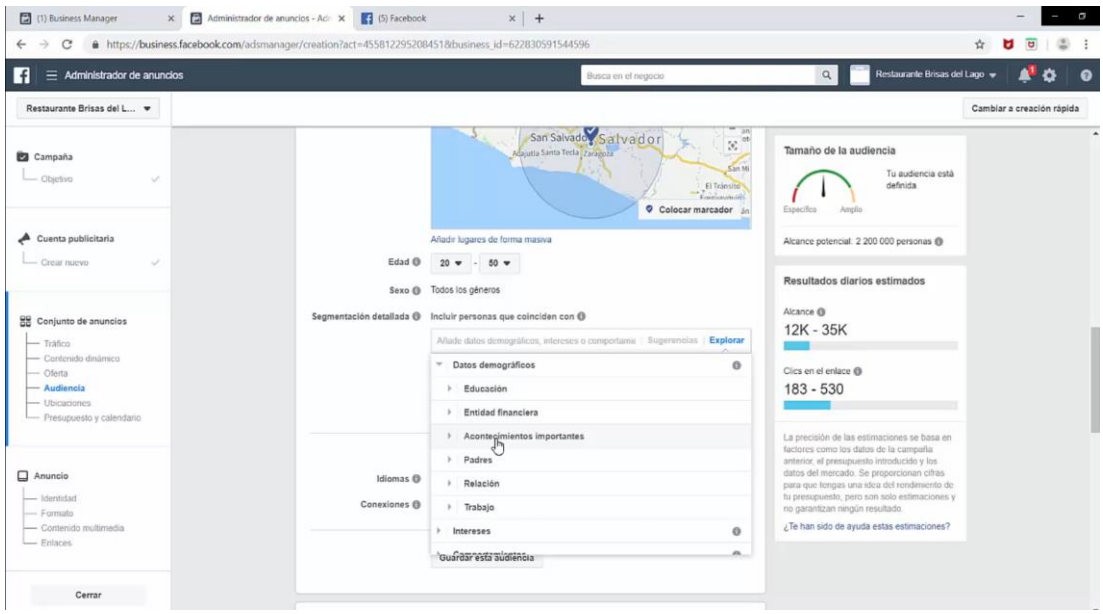
Ilustración 21. Audiencia



Fuente: https://business.facebook.com

Si agregas más datos de segmentación, se ampliará su audiencia (Ver Ilustración 22).

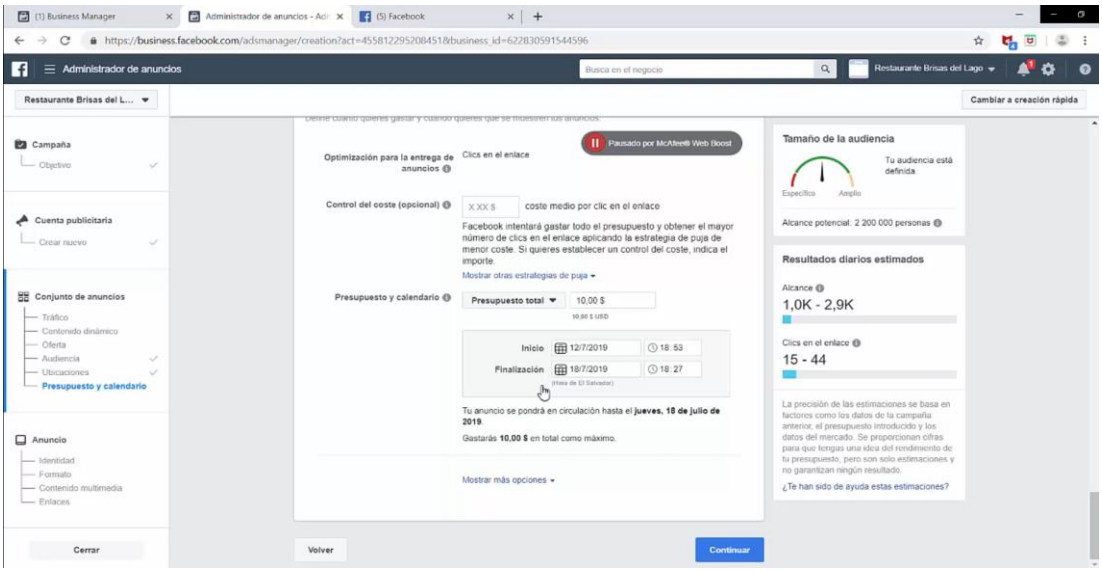
Ilustración 22. Segmentación detallada



Fuente: https://business.facebook.com

Luego en Presupuesto y calendario se define cuanto quieres gastar y cuando quieres que se muestren tus anuncios (Ver Ilustración 23).

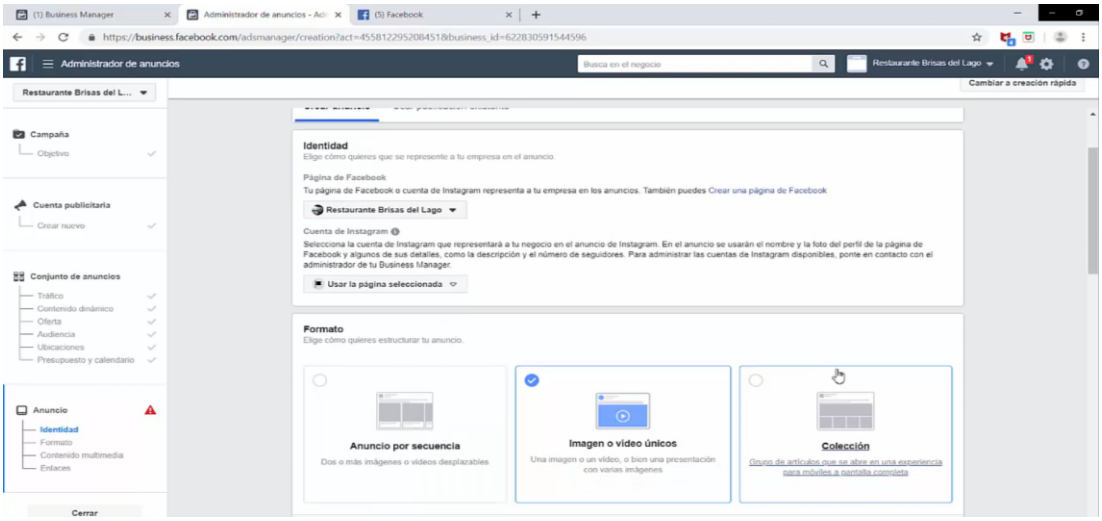
Ilustración 23. Presupuesto y calendario



Fuente: https://business.facebook.com

A continuación, en Identidad, elige como quieres que esté representado tu negocio en el anuncio (Ver Ilustración 24).

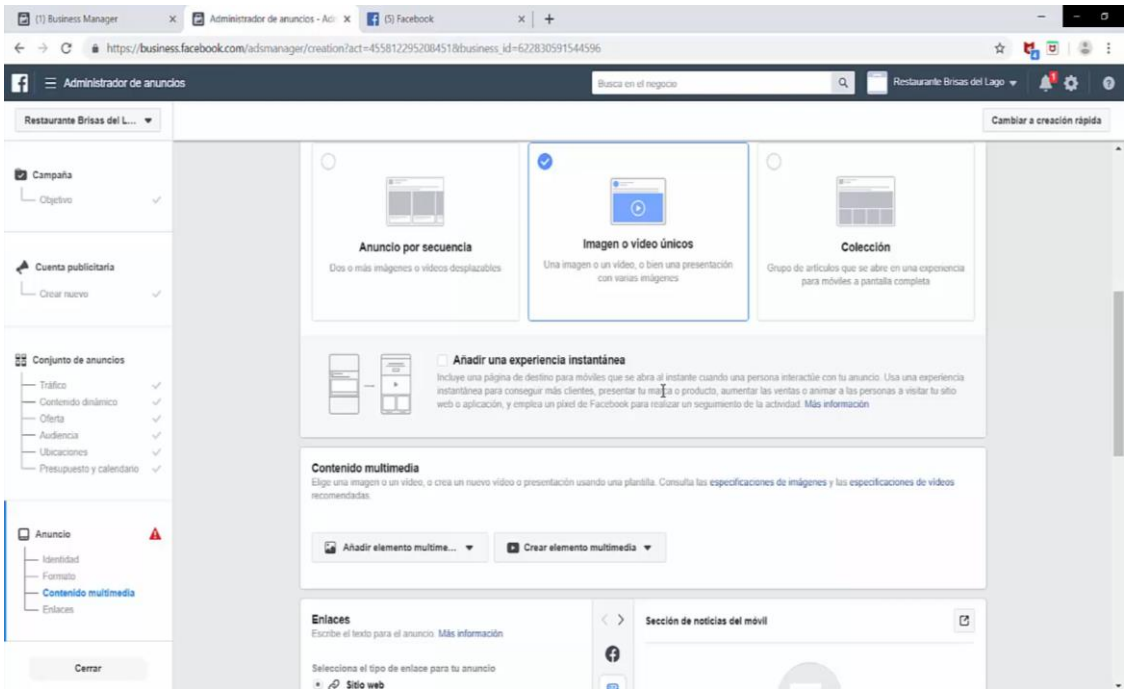
Ilustración 24. Crear anuncio



Fuente: https://business.facebook.com

En contenido multimedia, puedes elegir como quieres estructurar tu anuncio (Ver Ilustración 25).

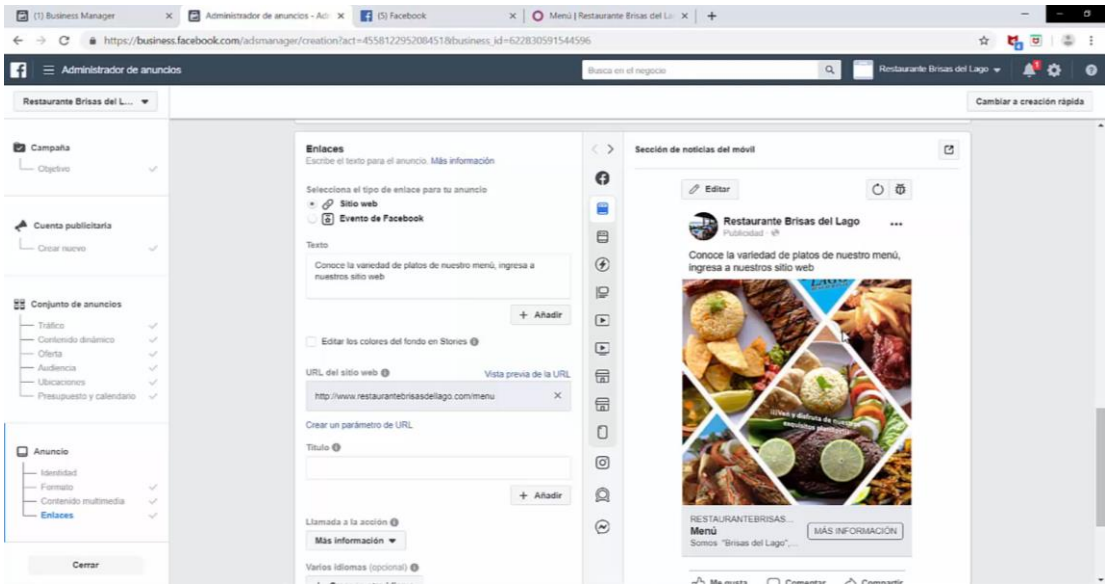
Ilustración 25. Como estructurar el anuncio



Fuente: https://business.facebook.com

Luego en enlaces, escribe el texto del anuncio y puedes subir la Ilustración y colocar el enlace del sitio web al que quieres redirigir él tráfico y ya entras listo tu anuncio (Ver Ilustración 26).

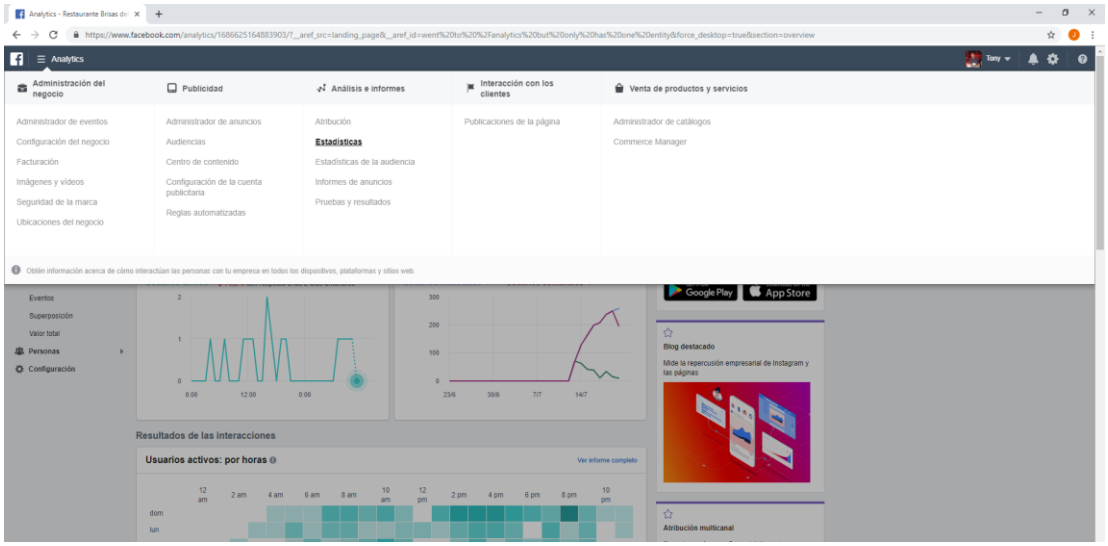
Ilustración 26. Escribiendo texto en el anuncio



Fuente: https://business.facebook.com

Luego para ir verificando como va tu campaña y anuncios dirígete a la Pestaña administración de anuncios donde encontraras estadísticas, planes, mediciones entre otros para llevar tu control (Ver Ilustración 27).

Ilustración 27. Administración de anuncios estadísticas



Fuente: https://business.facebook.com

Anexo 10: Manual de Usuario CRM



CREADO POR EQUIPO CONSULTOR PARA EL

RESTAURANTE BRISAS DEL LAGO

Contenido

1. Objetivos 361

2. Alcance 361

3. Manual de usuario CRM 362

3.1 Ingreso al módulo CRM del sistema Odoo 362

3.2 Interacción del sistema CRM Odoo 364

3.3 Creación de Clientes CRM 365

3.4 Creación de Oportunidades de Negocio 372

Contenido de Ilustraciones

Ilustración 1. Navegadores de Internet 362
Ilustración 2. Introducción URL 362
Ilustración 3. Pantalla de inicio de sesión al sistema Odoo 363
Ilustración 4. Pantalla de inicio del sistema Odoo 363
Ilustración 5. Pantalla de inicio del sistema Odoo 364
Ilustración 6. Módulo CRM 365
Ilustración 7. Módulo administración de clientes CRM 366
Ilustración 8. Nuevo cliente prospectado 366
Ilustración 9. Ficha Crear contactos 367
Ilustración 10. Ficha notas internas 368
Ilustración 11. Ficha Ventas y Compras 369
Ilustración 12. Ficha Contabilidad 370
Ilustración 13 Ficha asignación a empresa 370
Ilustración 14. Menú estados del cliente 371
Ilustración 15. CRM Clientes creados 371
Ilustración 16. Creación de Oportunidades en el flujo. 372
Ilustración 17. Módulo flujo de oportunidades 373
Ilustración 18. Formulario contáctenos y chat en vivo 374
Ilustración 19. Formulario de contáctenos enviado 374
Ilustración 20. Nuevo cliente desde el sitio web 375
Ilustración 21. Realizando el flujo de oportunidades 375
Ilustración 22. Módulo Flujo de Oportunidades - Gráficos 377
Ilustración 23. Tablero de creación de oportunidades de negocio. 377
Ilustración 24. Crear Oportunidad 378
Ilustración 25. Módulo Presupuestos. 379
Ilustración 26. Creación de Nuevo Presupuesto. 379
Ilustración 27. Módulo Actividades. 381
Ilustración 28. Canales de Ventas 381

1. Objetivos

- Proporcionar una guía de consulta para el uso del módulo CRM del sistema Odoo, para el Restaurante Brisas del Lago.

- Identificar las oportunidades de negocio que pueda generar Restaurante Brisas del Lago.

- Excelente interacción con el usuario del sistema.

2. Alcance

El módulo CRM del sistema Odoo de Restaurante Brisas del Lago determina los principales elementos que se requiere para una buena gestión de negocios, teniendo en cuenta a los clientes como base fundamental del Restaurante Brisas del Lago y poder brindar una relación entre empresa y cliente.

El módulo CRM del sistema Odoo permite generar oportunidades de negocio, ver el estado de cada oportunidad de negocio y crear presupuestos para poder cerrar una venta de los servicios brindados por la empresa. Además, crea informes para analizar los flujos y las actividades, herramienta importante para posteriores oportunidades de negocio.

3. Manual de usuario CRM

3.1 Ingreso al módulo CRM del sistema Odoo

Para acceder al sistema Odoo de Restaurante Brisas del Lago se requiere de acceso a internet desde cualquier dispositivo conectado a internet para la gestión del sistema.

Paso 1. Lo primero que se debe de realizar es abrir un navegador para poder acceder a una página Web, puede ser cualquiera de las que se presentan a continuación (Ver Ilustración 1).

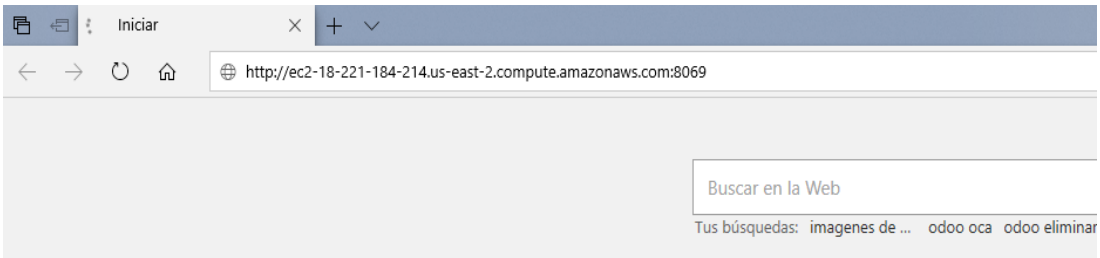
Ilustración 1. Navegadores de Internet



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Paso 2. Dirigirse a la barra de direcciones del navegador e introducir la URL: http://ec2-18-221-184-214.us-east-2.compute.amazonaws.com:8069 , se mostrará la siguiente ventana (Ver Ilustración 2).

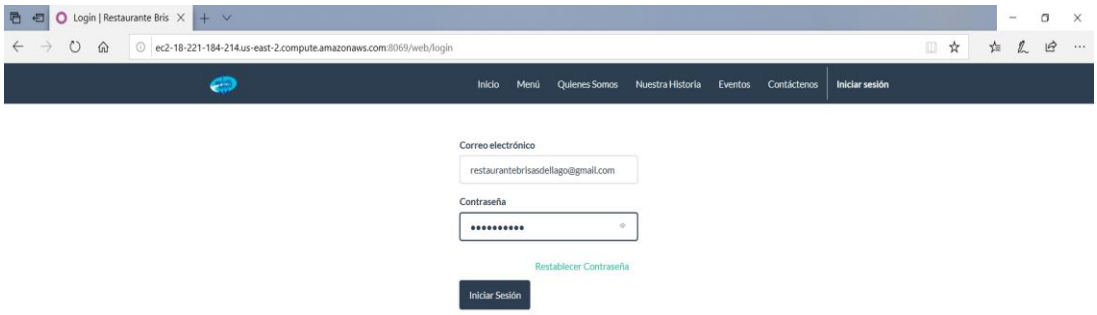
Ilustración 2. Introducción URL



Fuente: http://ec2-18-221-184-214.us-east-2.compute.amazonaws.com:8069

Paso 3. Se muestra la pantalla de acceso al sistema Odoo de Restaurante Brisas del Lago, dirigirse a Iniciar sesión y luego a llenar el formulario con las credenciales de usuario y clave, se mostrará a continuación (Ver Ilustración 3).

Ilustración 3. Pantalla de inicio de sesión al sistema Odoo



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Paso 4. En correo electrónico se digita el correo que será el del administrador del sistema, la contraseña será asignada a la persona administradora del mismo.

Paso 5. Hacer clic en Iniciar Sesión para que se pueda acceder al sistema Odoo, se mostrara la bandeja de entrada como se muestra a continuación (Ver Ilustración 4).

Ilustración 4. Pantalla de inicio del sistema Odoo

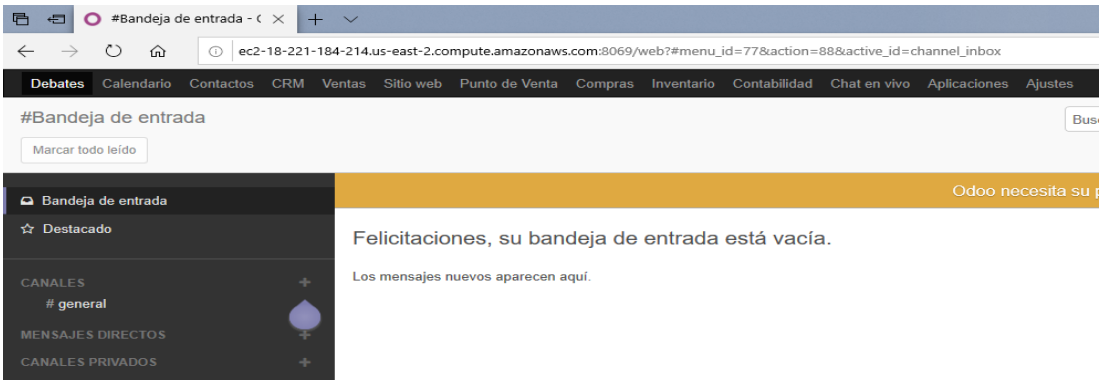


Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Paso 4. En correo electrónico se digita el correo que será el del administrador del sistema, la contraseña será asignada a la persona administradora del mismo.

Paso 5. Hacer clic en Iniciar Sesión para que se pueda acceder al sistema Odoo, se mostrara la bandeja de entrada como se muestra a continuación (Ver Ilustración 5).

Ilustración 5. Pantalla de inicio del sistema Odoo

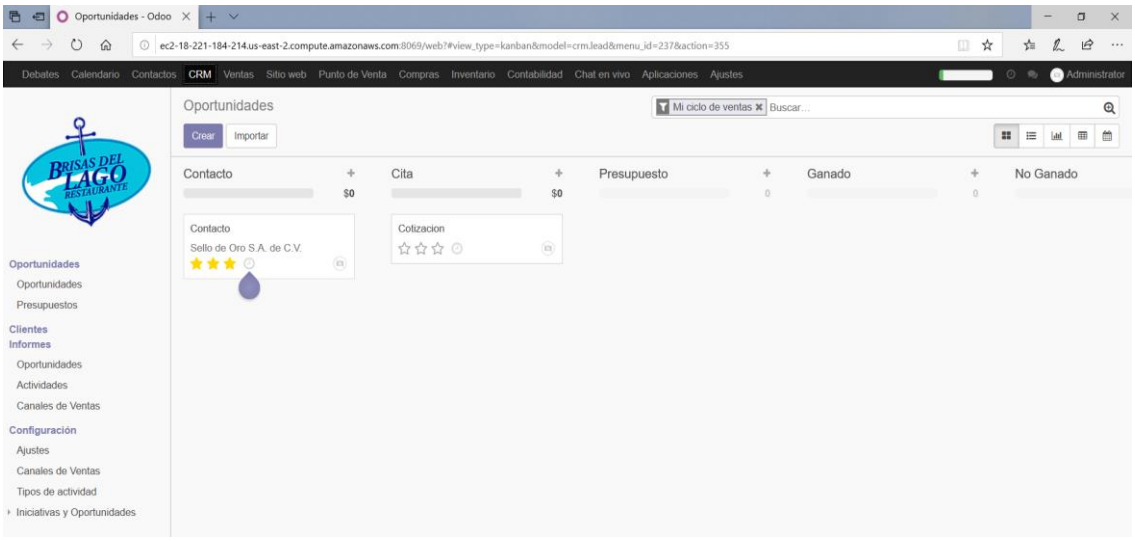


Fuente: Elaboración propia equipo consultor

3.2 Interacción del sistema CRM Odoo

El módulo CRM permitirá al Restaurante Brisas del Lago gestionar el proceso de captación de clientes a través de la creación de oportunidades y del sitio web por medio de la ficha contáctenos (Ver ilustración 6).

Ilustración 6. Módulo CRM



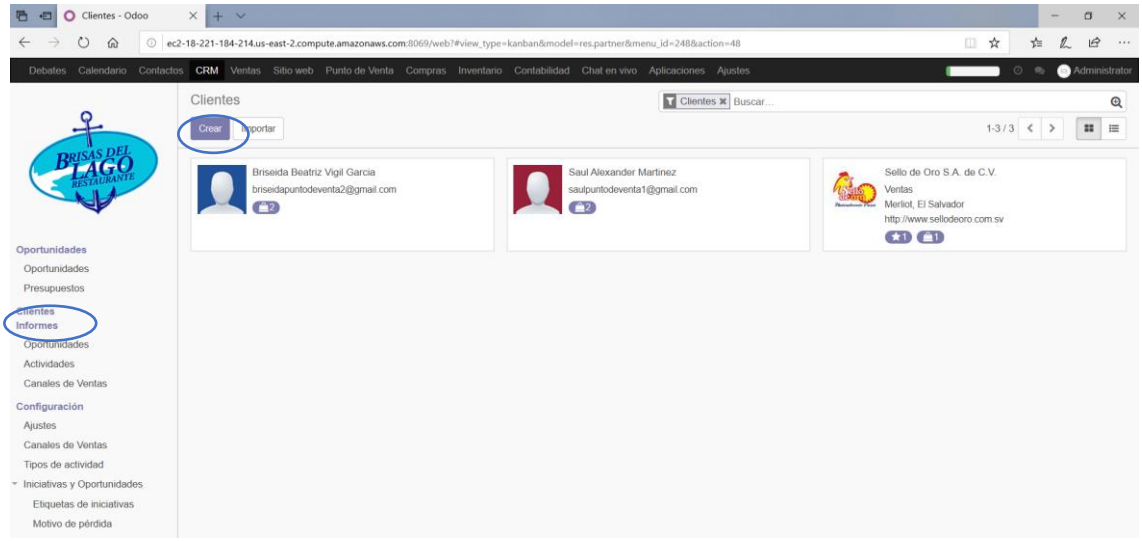
Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Se visualiza en la parte izquierda los diferentes módulos que reflejan la gestión del módulo CRM en la cual está la creación de oportunidades de clientes.

3.3 Creación de Clientes CRM

Al ingresar al módulo de CRM en Odoo seleccionamos en el lado superior izquierdo donde dice clientes, luego en crear para iniciar la creación de un cliente (Ver Ilustración 7).

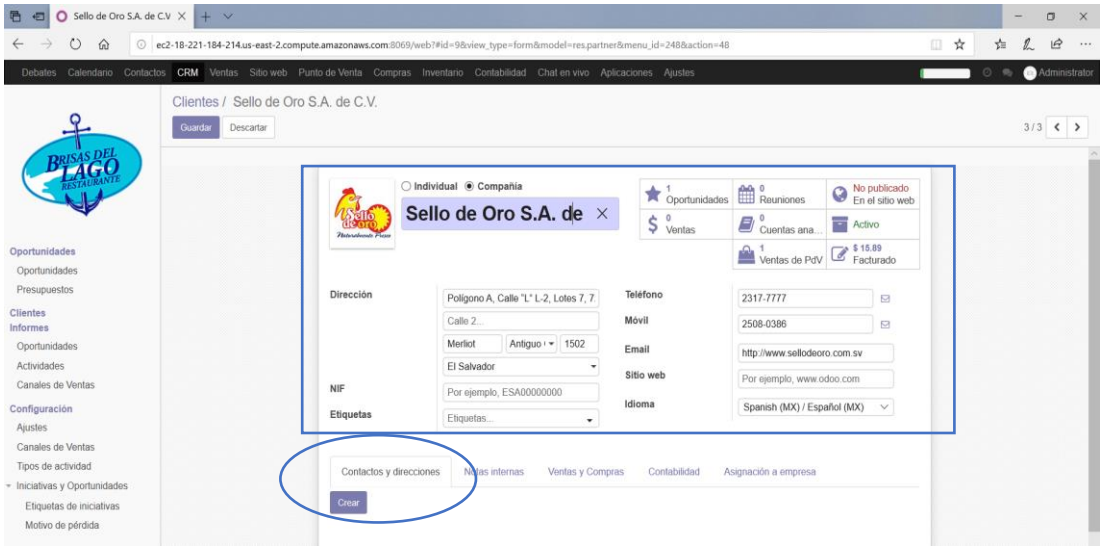
Ilustración 7. Módulo administración de clientes CRM



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

A continuación, iniciaremos a llenar la ficha del nuevo cliente como se ve en la Ilustración, logo del cliente o fotografía, dirección sitio web etc. Luego nos dirigimos a la pantalla contactos y direcciones y daremos clic en crear (Ver Ilustración 8).

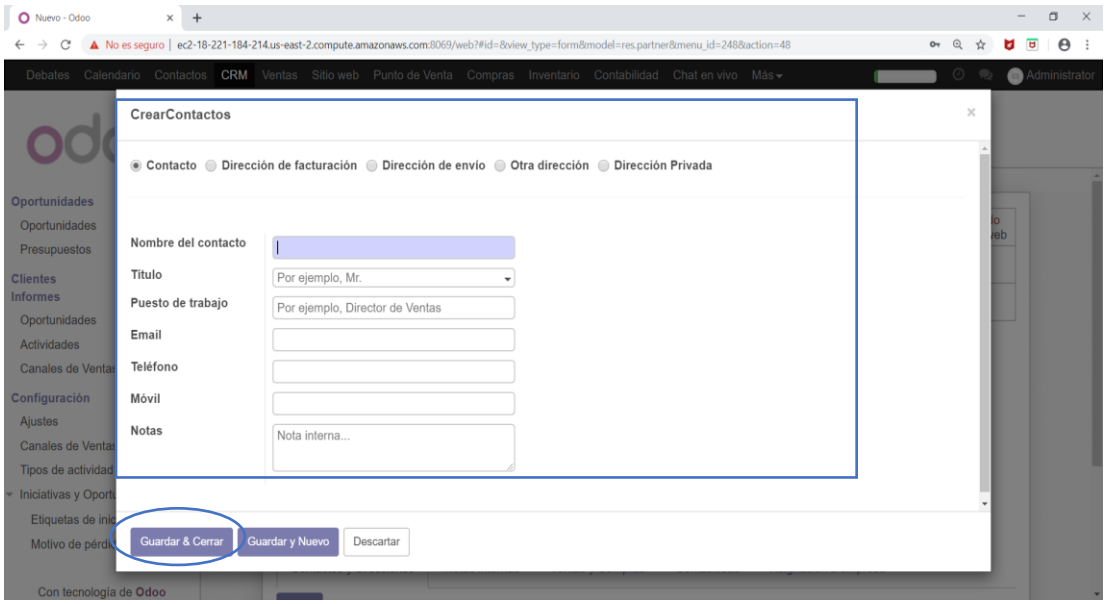
Ilustración 8. Nuevo cliente prospectado



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Luego, Al dar clic en crear contactos y direcciones nos aparece la siguiente Ilustración donde podemos ingresar toda la información de los contactos que necesitemos asignar, llenaremos toda la información solicitada en la ficha y al terminar daremos clic en guardar y cerrar (Ver Ilustración 9).

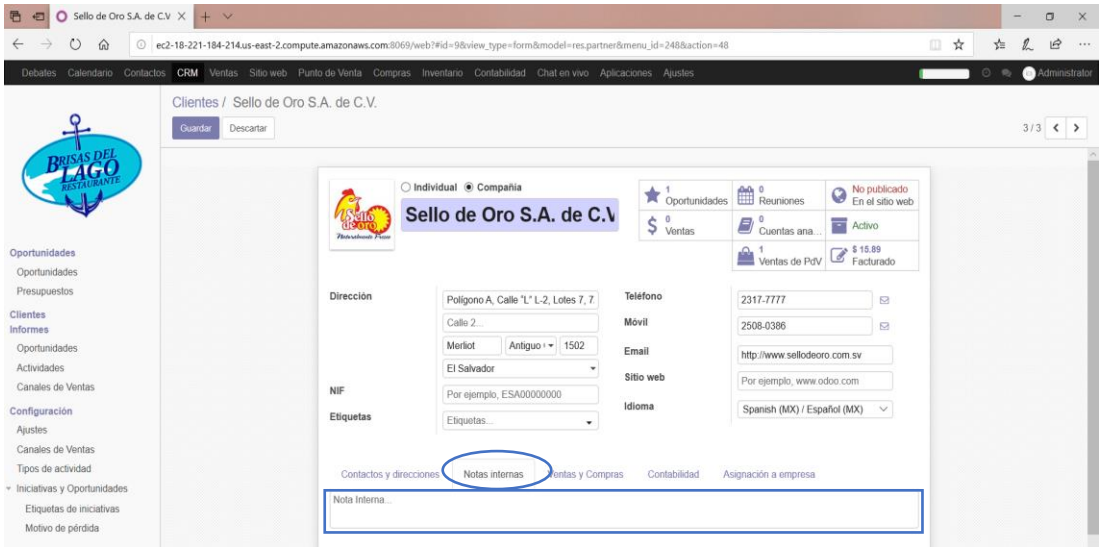
Ilustración 9. Ficha Crear contactos



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Continuamos con la ficha que es notas, donde colocaremos una nota interna (Ver Ilustración 10).

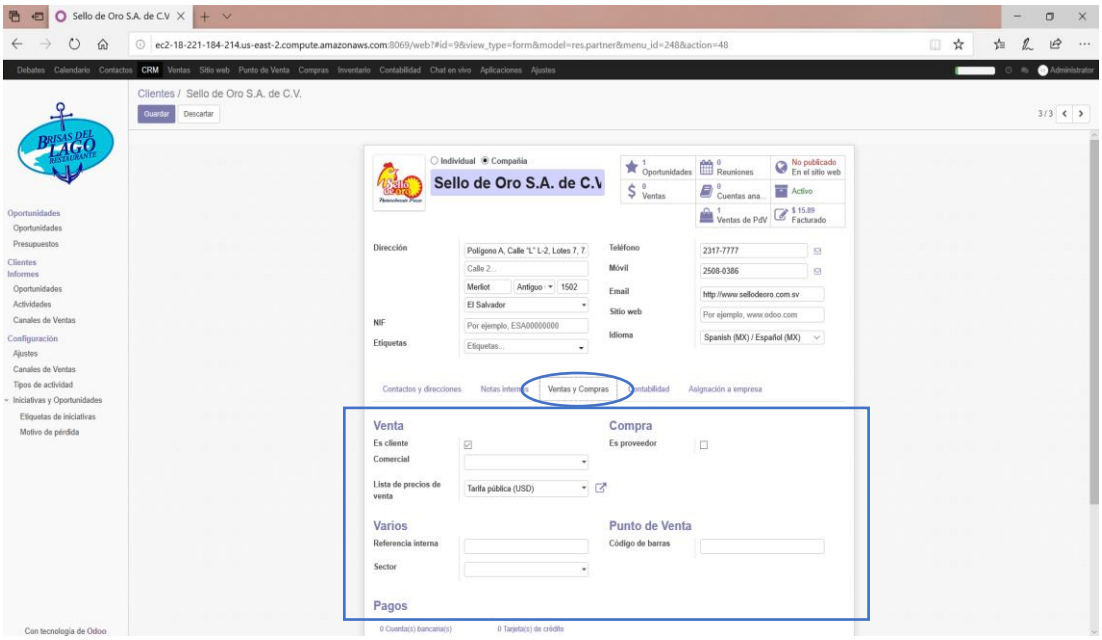
Ilustración 10. Ficha notas internas



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

En la siguiente ficha en venta seleccionaremos es cliente, si es comercial, si poseemos algún listado de productos lo agregamos, referencias internas, sector, forma de pago, en el caso de compras colocar el proveedor y si utilizáramos código de barras lo colocaríamos en el punto de venta (Ver Ilustración 11).

Ilustración 11. Ficha Ventas y Compras

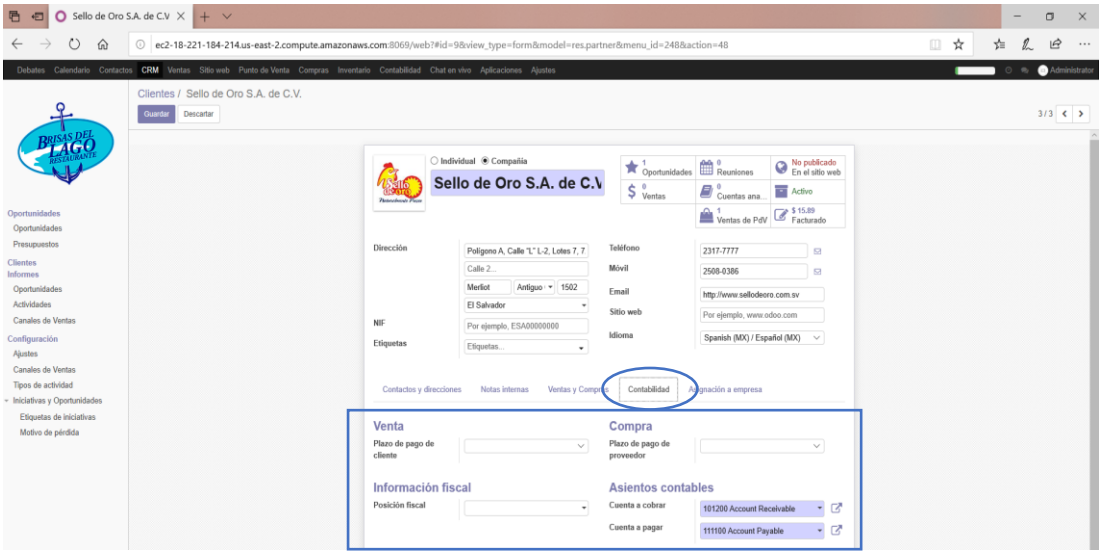


Fuente: Elaboración propia equipo consultor

En la ficha ventas configuramos la fijación de precios, podemos añadir listas de precios, categorías del punto de venta, peso en balanzas).

En la ficha contabilidad ingresaremos en ventas: el plan de pago del cliente y posición fiscal, en compra: plazo de pago de proveedor, cuentas a cobrar y pagar. (Ver Ilustración 12).

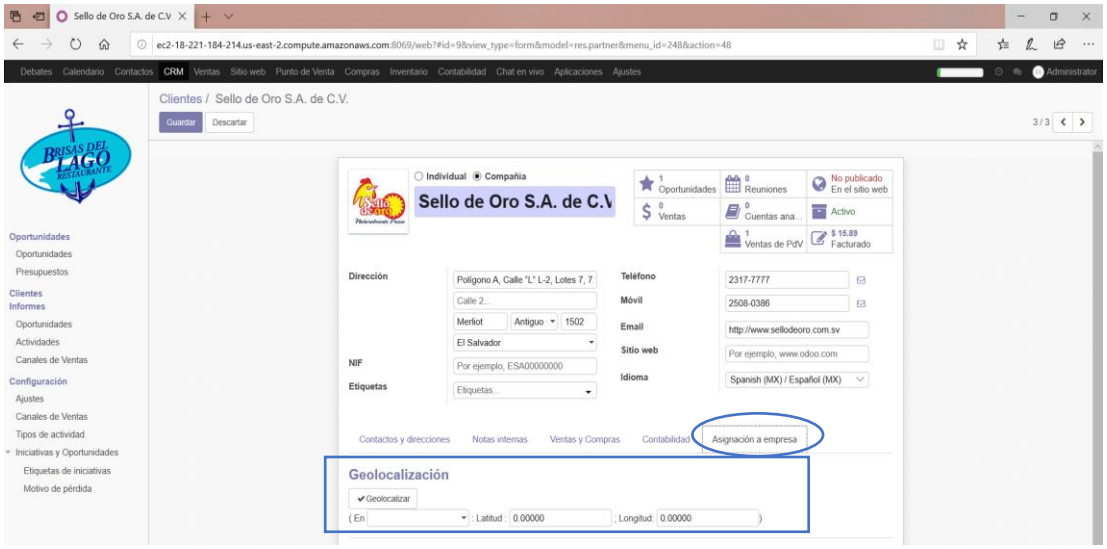
Ilustración 12. Ficha Contabilidad



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

En la ficha asignación a empresa podemos tener la localización de nuestro cliente introduciendo las coordenadas si las poseemos del punto geográfico del cliente ingresándolas en latitud y longitud (Ver Ilustración 13).

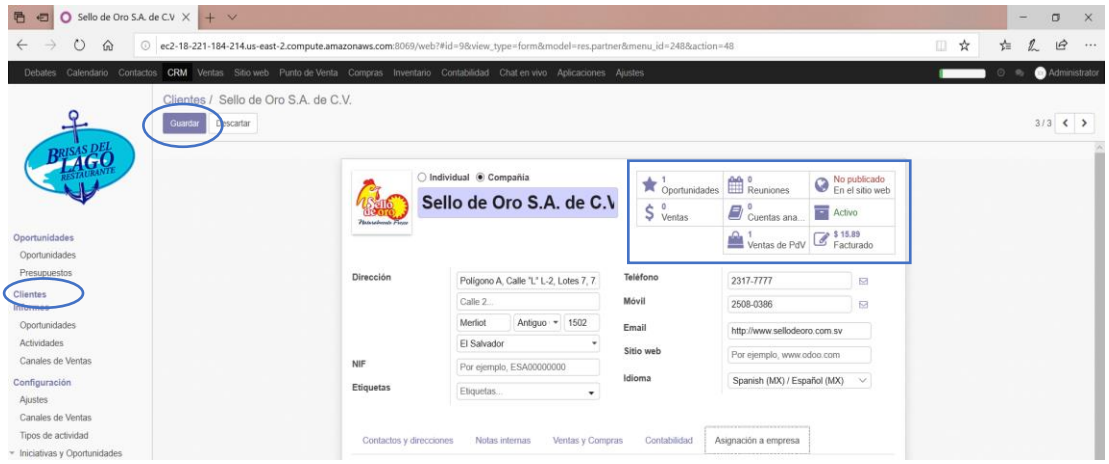
Ilustración 13 Ficha asignación a empresa



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Al completar toda la ficha del cliente podremos observar en la esquina superior derecha el menú de estados del cliente: oportunidades, reuniones, ventas, cuentas, facturaciones y si lo tenemos publicado en el sitio web, daremos clic en guardar y tendremos ya toda la información del cliente y luego clic en cliente (Ver Ilustración 14).

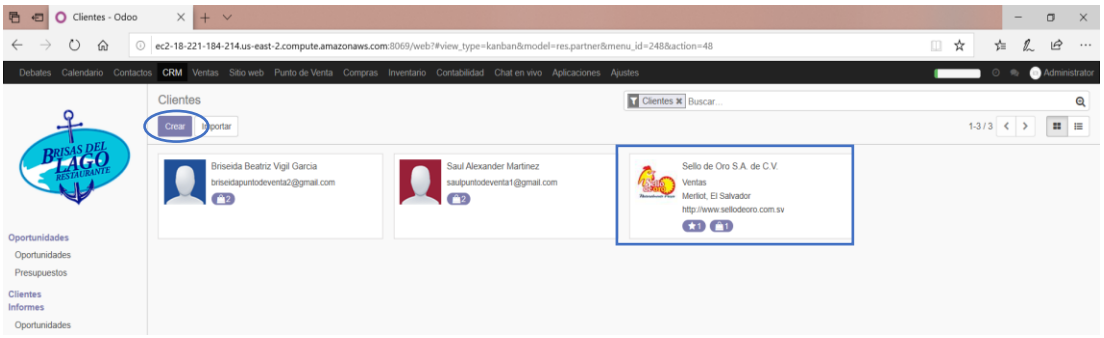
Ilustración 14. Menú estados del cliente



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Al haber dado clic en clientes observaremos que nuestro cliente ya ha sido creado y agregado al sistema, luego damos clic en CRM (Ver ilustración 15).

Ilustración 15. CRM Clientes creados

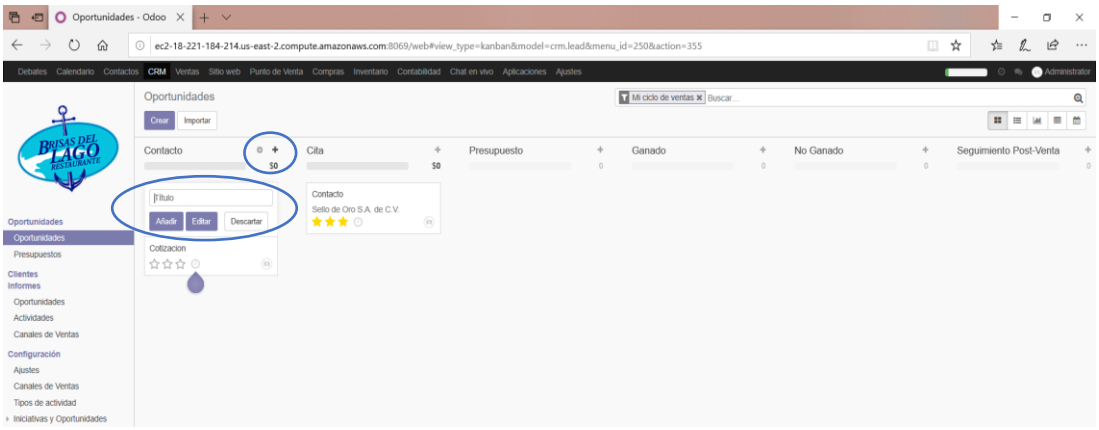


Fuente: Elaboración propia equipo consultor

3.4 Creación de Oportunidades de Negocio

Iniciamos creando oportunidades dando clic en el símbolo + digitaremos como ejemplo Contacto y luego daremos clic en añadir y se nos creara en el flujo, los mismo haríamos para crear: cita, presupuesto, ganado, no ganado y seguimiento postventa (Ver Ilustración 16).

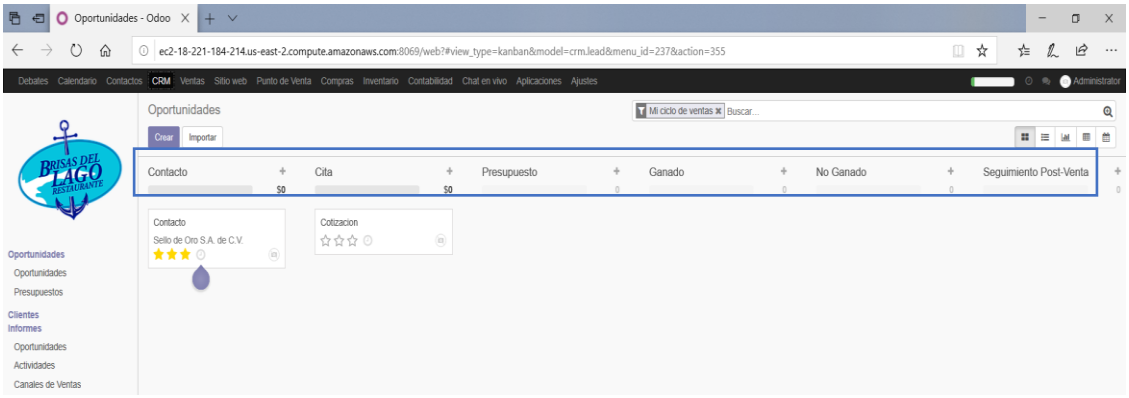
Ilustración 16. Creación de Oportunidades en el flujo.



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Al haber dado clic en CRM observaremos ya creado el módulo flujo de oportunidades de negocio a través del tiempo, desde su creación hasta haber ganado esa oportunidad de negocio. Cuenta con seis estados los cuales son el ciclo de ventas: contacto, cita, presupuesto, ganado, no ganado y seguimiento postventa. Cada uno de estos estados tiene la metodología de interacción de presionar y soltar el ítem (arrastrándolo al siguiente estado), con este flujo ganaremos oportunidades de fidelización de clientes, ventas y rentabilidad a nuestro negocio (Ver Ilustración 17).

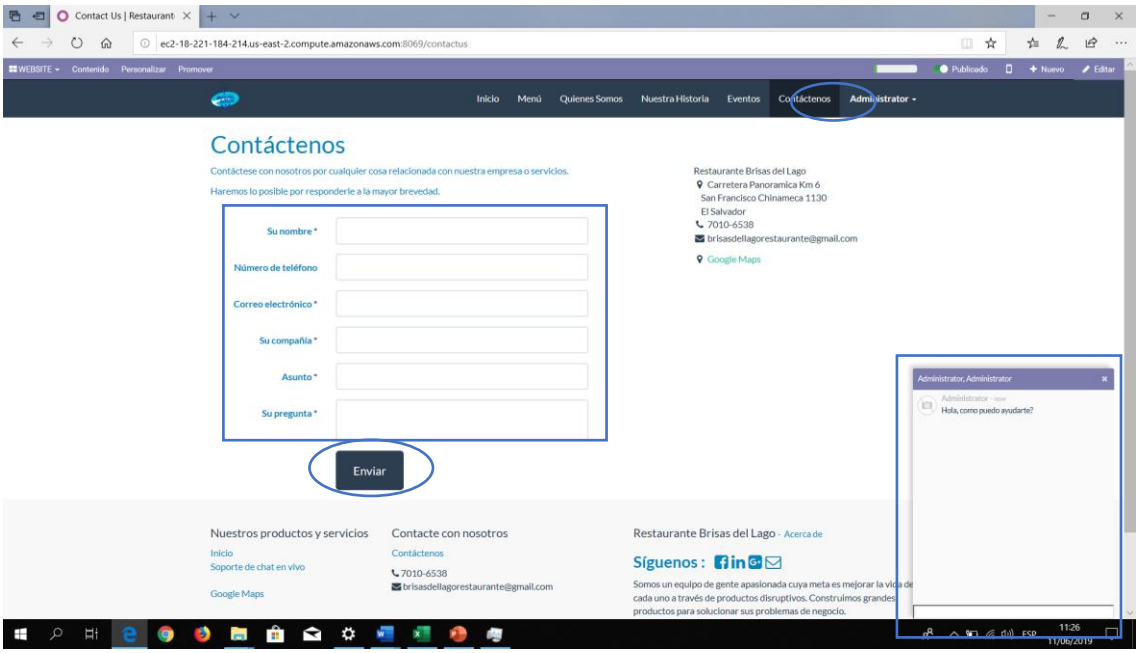
Ilustración 17. Módulo flujo de oportunidades



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

El CRM está enlazado al sitio web del Restaurante Brisas del Lago por medio de la página contáctenos, un potencial cliente puede enviarnos su información a través del llenado del formulario y dando clic en enviar, la información de este llegara al flujo de CRM para iniciar la interacción con el cliente, además tenemos en la misma página chat en vivo para gestionar de manera inmediata ventas con nuestros clientes y generar más oportunidades de negocios como: eventos, seminarios, fiestas, citas, ventas reservas etc. (Ver Ilustración 18).

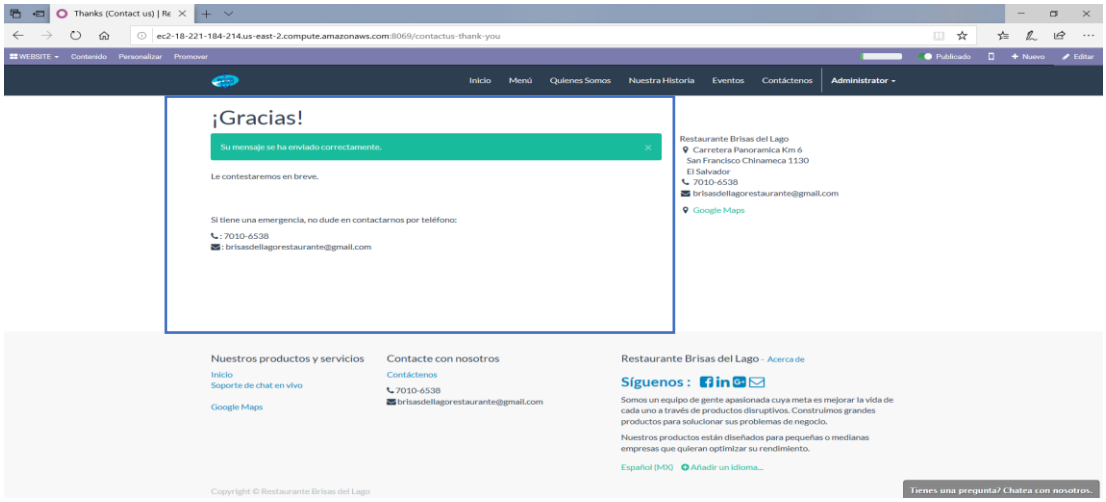
Ilustración 18. Formulario contáctenos y chat en vivo



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Al haber dado clic en enviar se nos mostrara un mensaje de gracias al cliente por habernos enviado su información correspondiente como se muestra a continuación. Ver (Ilustración 19).

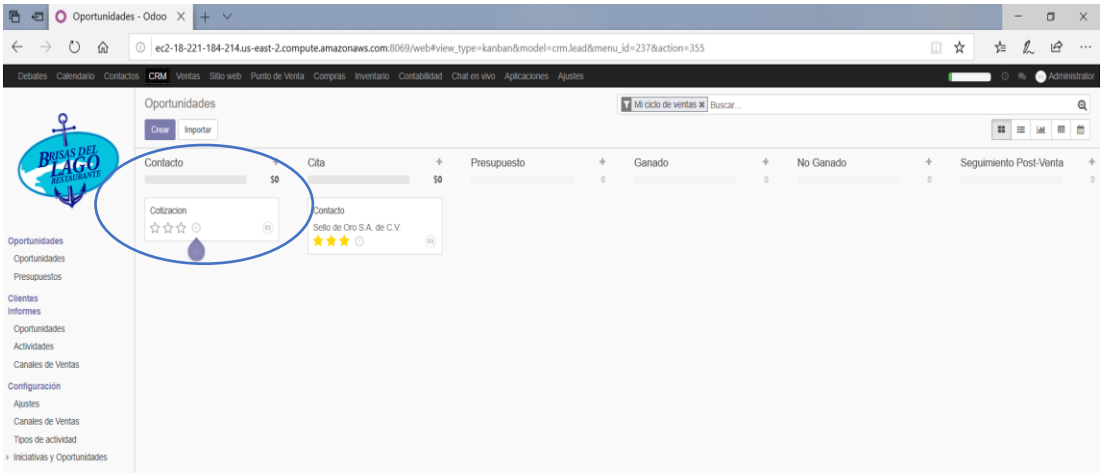
Ilustración 19. Formulario de contáctenos enviado



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

A continuación, nos iremos al sistema CRM de restaurante Brisas del Lago y verificaremos que nos haya llegado la información del llenado del formulario del cliente, en el asunto coloco cotización y eso es lo que veremos como una nueva oportunidad de contacto como se observa a continuación (Ver Ilustración 20).

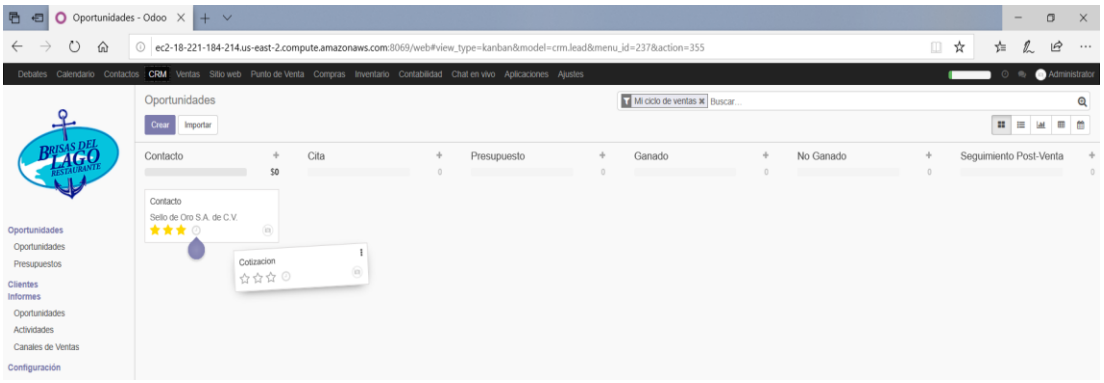
Ilustración 20. Nuevo cliente desde el sitio web



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Continuamos con la realización del flujo de oportunidades a seguir para completar el ciclo de oportunidades (Ver Ilustración 21).

Ilustración 21. Realizando el flujo de oportunidades



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

- **Contacto:** Oportunidad de negocio en su primer estado, donde se evalúa la posible reserva de un evento o venta.

- **Cita:** Estado donde se ponen de acuerdo en una fecha y hora en el calendario para realizar visita al cliente y poder generar una propuesta.

- Propuesta: Estado donde se determina al cliente la disposición del local, los platillos disponibles y precios.

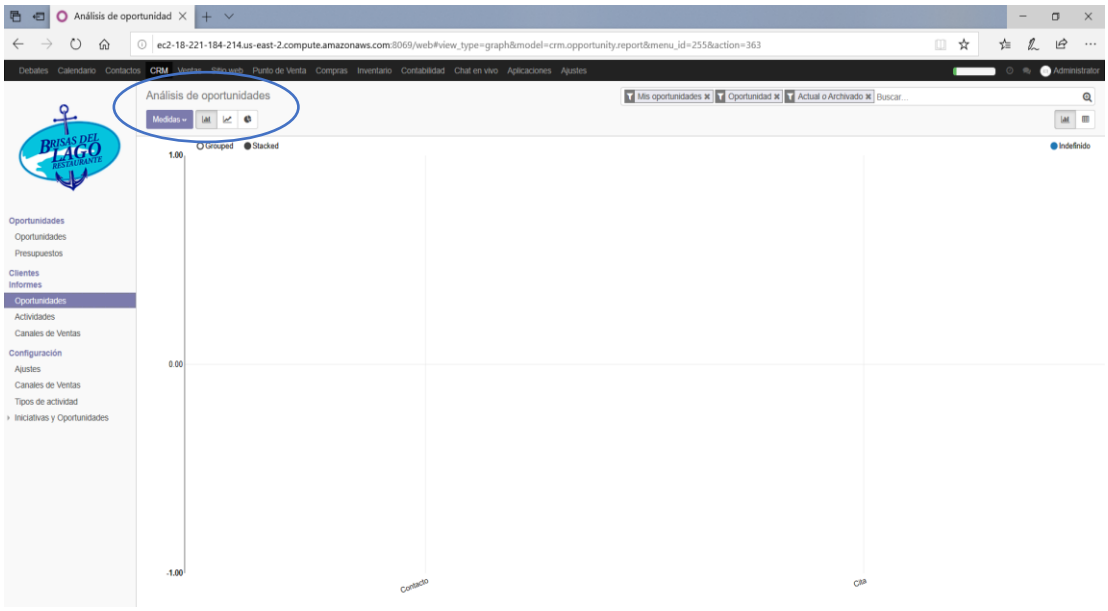
- **Ganado:** Estado donde la propuesta fue satisfactoria para el cliente y ha aceptado el servicio.

- **No Ganado:** Estado donde la propuesta no fue satisfactoria para el cliente y no acepto el servicio por alguna razón.

- **Seguimiento Post-Venta:** Ultimo estado en el cual se mantendrá un seguimiento continuo con la atención al cliente.

Cuenta con la opción de visualizar el flujo de Oportunidades con gráficos, para ello, hacer clic al botón de “gráfica” y visualizar el flujo de oportunidades en gráfico de barras, gráfico lineal o gráfico de pastel (Ver Ilustración 22).

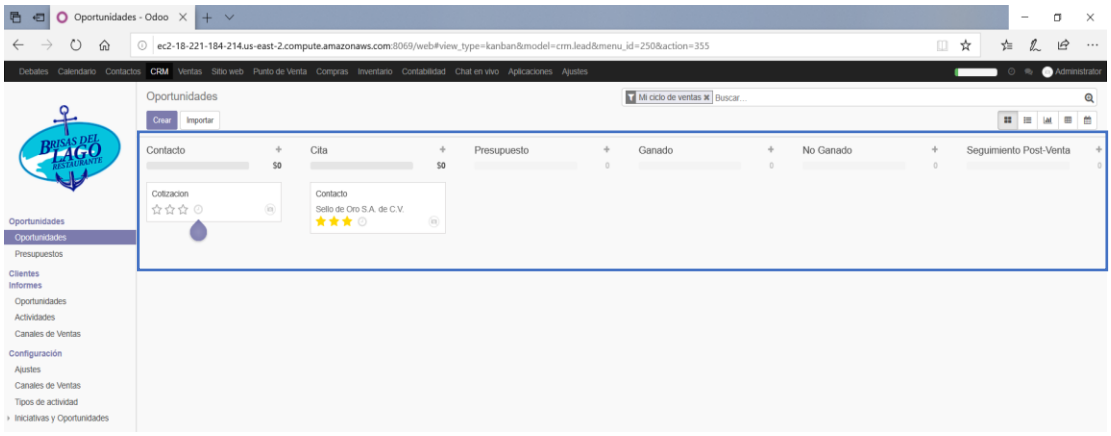
Ilustración 22. Módulo Flujo de Oportunidades - Gráficos



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

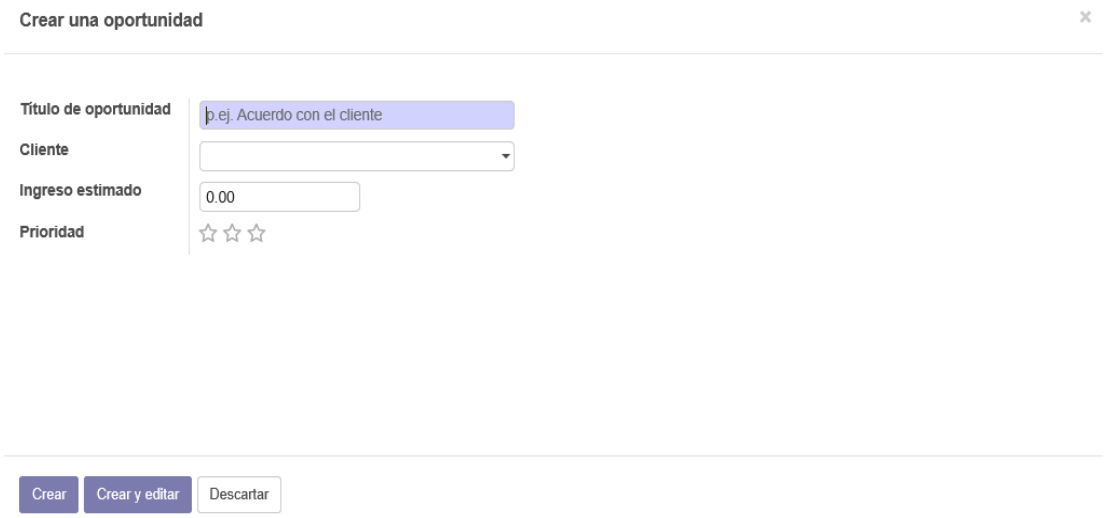
Luego nos vamos a CRM y Haremos clic en el botón “crear” del módulo de flujo de oportunidades para crear una nueva oportunidad de negocio, luego llenaremos el formulario de creación (Ver Ilustraciones 23 y 24).

Ilustración 23. Tablero de creación de oportunidades de negocio.



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Ilustración 24. Crear Oportunidad



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Donde:

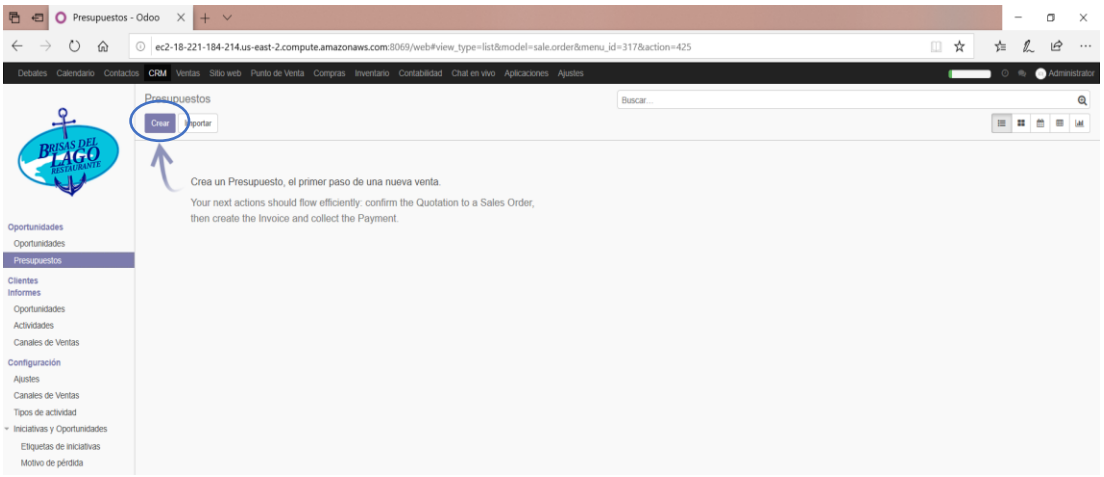
- **Título de oportunidad**: Nombre asignado a la nueva oportunidad de negocio que se va a ver reflejado en el flujo de ventas.
- **Cliente**: Se puede determinar desde un inicio el cliente a ofrecer el servicio o asignarlo en la fase de “Propuesta”.
- **Ingreso estimado**: Es el monto esperado de la nueva oportunidad de negocio.

Luego de llenar el formulario, hacer clic en el botón “Crear” para ver reflejado la oportunidad de negocio en el flujo de ventas.

El primer paso de una nueva venta es creando un presupuesto. Este módulo está encargado de generar los presupuestos, se denotan los presupuestos mediante una lista ordenada, la fecha del pedido, el cliente asignado el presupuesto, el total del monto esperado y el estado del presupuesto (generado el presupuesto y presupuesto enviado).

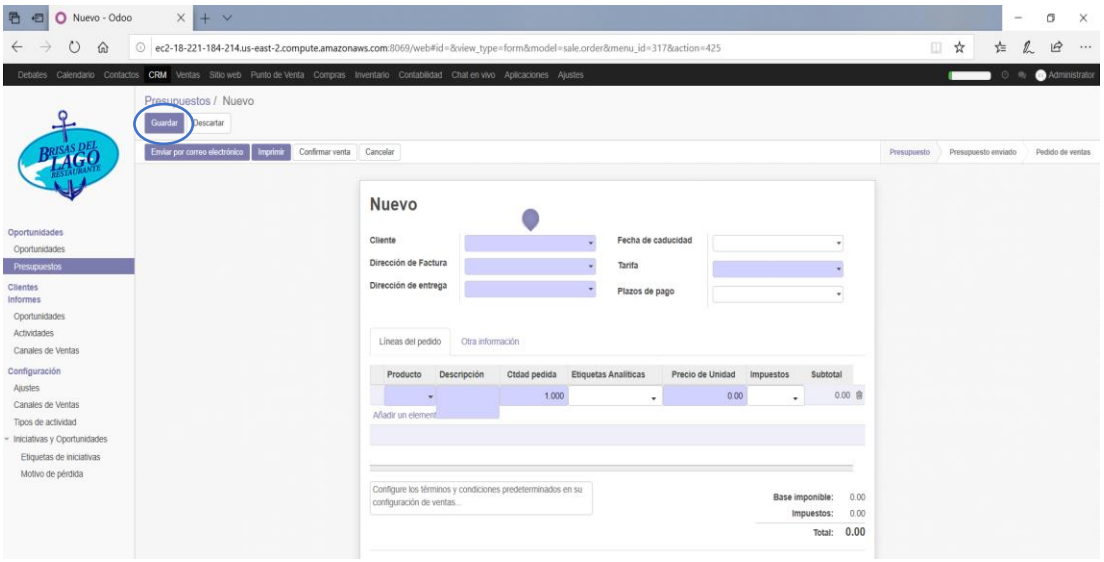
Para crear un nuevo presupuesto, hacer clic en el botón “crear” del módulo de Presupuestos, siguiendo el formulario a llenar (Ver Ilustraciones 25 y 26).

Ilustración 25. Módulo Presupuestos.



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Ilustración 26. Creación de Nuevo Presupuesto.



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Donde:

- **Cliente:** Se despliega la lista de clientes que están en la base de datos para asignar el nuevo presupuesto.

- **Dirección de factura:** Asignaremos dirección de la factura.

- **Dirección de entrega:** Asignaremos la dirección donde se realizará la entrega.

- **Fecha de caducidad:** Fecha límite del presupuesto.

- **Tarifa:** Colocaremos si tenemos la tarifa asignada al cliente.

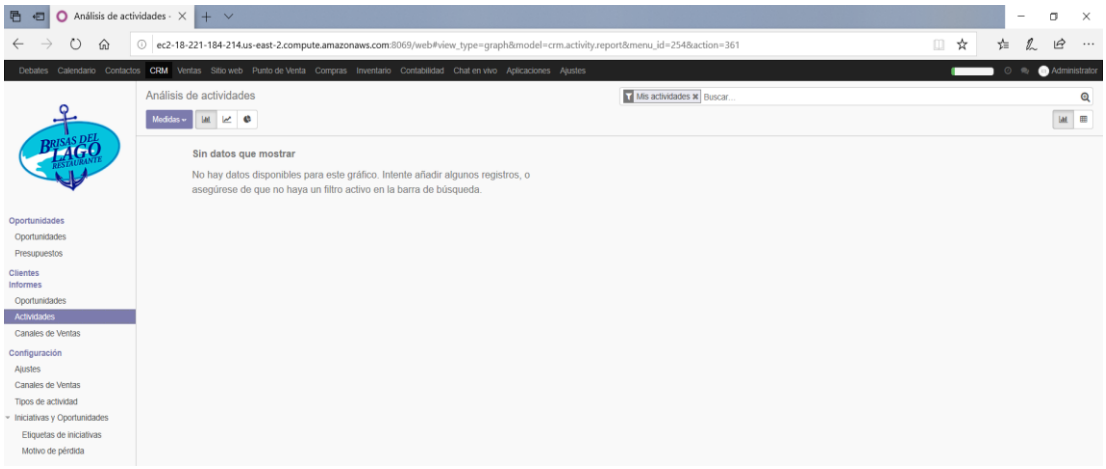
- **Plazos de pago**: Seleccionar el tipo de pago, si será al crédito o al **contado.**

- **Añadir elementos:** Donde asignaremos el producto, descripción, cantidad, etiquetas analíticas, precio de unidad e impuestos.

Hacer clic en el botón “Guardar” para que se muestre en la lista de presupuestos creados en el módulo.

Luego verificamos el Módulo actividades que permite visualizar las actividades a desarrollarse a través del tiempo, con el que se puede gestionar por medio de acciones y al ser generada, están enlazadas con las oportunidades de negocio y se reflejan en el flujo de ventas (Ver Ilustración 27).

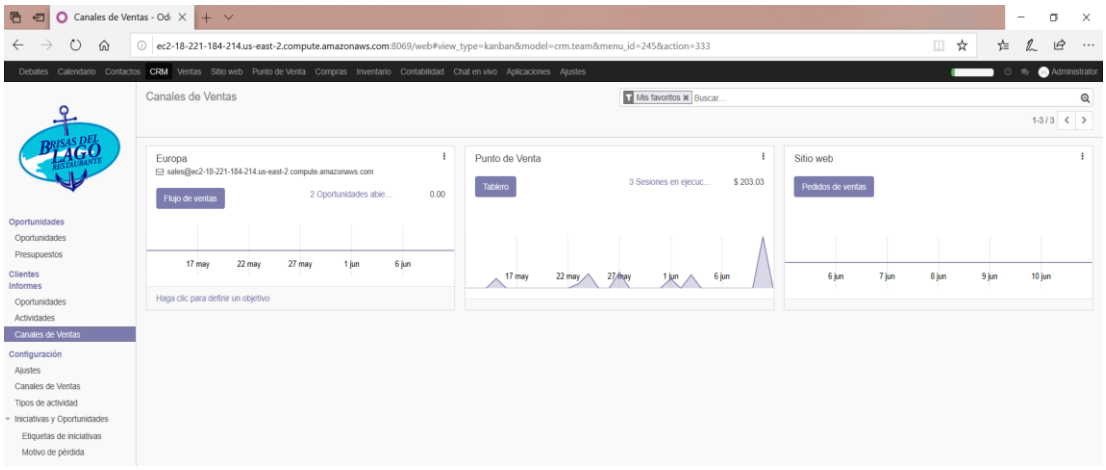
Ilustración 27. Módulo Actividades.



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Módulo canales de venta donde nos mostrara los gráficos relacionados de gestión al flujo de ventas, punto de venta y sitio web (Ver Ilustración 28).

Ilustración 28. Canales de Ventas.



Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Anexo 11: Plan de Capacitaciones

CREADO POR EQUIPO CONSULTOR PARA EL

RESTAURANTE BRISAS DEL LAGO

Introducción

La capacitación se define como el conjunto de actividades didácticas, orientadas a ampliar los conocimientos, habilidades y aptitudes del personal que labora en una empresa. La capacitación les permite a los trabajadores poder tener un mejor desempeño en sus actuales y futuros cargos, adaptándose a las exigencias cambiantes del entorno.

Los cambios tecnológicos y la necesidad de brindar una excelente atención a los clientes, con ese objetivo se les brindará a los empleados del restaurante Brisas del lago, capacitación en los módulos que contiene el sistema Odoo.

Contenido

1. Objetivos 385

1.1 Objetivo General: 385

1.2 Objetivos Específicos: 385

2. Alcance 386

3. Plan de Capacitación 387

3.1 Estrategia y temáticas de capacitación 387

3.2 Recursos 389

3.3 Cronograma 390

Contenido de Tablas

Tabla 1. Temáticas de capacitación 1 387
Tabla 2. Temáticas de capacitación 2 388
Tabla 3. Temáticas de capacitación 3 388
Tabla 4. Presupuesto comparativo costo de publicidad (Valores más IVA) 389
Tabla 5 Cronograma de capacitaciones 390

1. Objetivos

1.1 Objetivo General:

Proporcionar conocimientos básicos a los empleados del restaurante Brisas del lago en el uso del sistema Odoo, para que pueda ser implementado en sus operaciones diarias.

1.2 Objetivos Específicos:

- Brindar orientación y conocimientos prácticos para el manejo de CRM para gerenciar las relaciones con clientes y potenciales clientes.
- Proveer conocimientos sobre el módulo del Punto de Ventas para la toma de pedidos y la gestión de cobros.
- Analizar los indicadores claves del negocio mediante el módulo de ventas de Odoo.
- Explicar la estrategia de reconocimiento de la marca mediante campañas en Business Facebook.
- Promover acciones de capacitación que permitan a los funcionarios adquirir nuevas habilidades y competencias para mejorar el desempeño laboral.
- Asegurar el compromiso y responsabilidad personal frente al cumplimiento de los objetivos definidos en planes de capacitación y perfeccionamiento.

2. Alcance

Este procedimiento va dirigido al personal operativo y gerentes del restaurante Brisas del lago.

Cada una de las tres actividades de capacitación programadas, será coordinada por medio del equipo consultor.

3. Plan de Capacitación

3.1 Estrategia y temáticas de capacitación

Se realizará exposiciones teóricas y prácticas para la mejor comprensión de los módulos del ERP. Las temáticas se han dividido en tres capacitaciones (Ver Tabla 1, Tabla 2, y Tabla 3).

Tabla 1. Temáticas de capacitación 1

TEMÁTICAS DE CAPACITACIÓN 1		
Área de capacitación	**¿Qué se realizará?**	**Resultados esperados**
Introducción de la administración de las relaciones con el cliente (*Customer relationship management* CRM).	• ¿En qué consiste el CRM? • Importancia del CRM • Objetivos principales del CRM • Funciones del CRM	Que los capacitados entiendan la importancia del CRM y como usarlo en el restaurante Brisas del lago para dar una buena gestión y seguimiento de los eventos de los clientes
Puntos de venta	• En qué consiste terminal de Punto de Ventas • Para que sirve un punto de ventas • Principales funciones y beneficios de Punto de ventas • Caso práctico “Punto de Ventas Brisas del lago”	Que los capacitados puedan registrar las ordenes de los clientes y emitir factura. Además, se espera que sepan dividir cuentas, hacer descuentos, etc.
Manual de marca	• Manual de Marca • Explicación Técnica del logo • Usos de la marca	Que los capacitados comprendan el uso correcto y adecuado de la marca y colores del logo.

Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Tabla 2. Temáticas de capacitación 2

TEMÁTICAS DE CAPACITACIÓN 2		
Área de capacitación	**¿Qué se realizará?**	**Resultados esperados**
Administración de las relaciones con el cliente (*Customer relationship management* CRM).	• Importancia del CRM • Objetivos principales del CRM • Funciones del CRM • Gestión de eventos • Generar presupuesto de evento • Seguimiento post-venta	Que los capacitados entiendan la importancia del CRM y como usarlo en el restaurante Brisas del lago para dar una buena gestión y seguimiento de los eventos de los clientes, desde la captación de datos, seguimiento, generar presupuesto por evento, cerrar negocio y seguimiento post-venta.
Costos y control de inventario	• Explicación de uso de plantilla de Excel para llevar costos	Que el gerente sea capaz de ingresar los datos, para generar informes de costos de sus platillos, y así obtener el punto de equilibrio necesario para un control financiero de su negocio. Además de un control de inventario

Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Tabla 3. Temáticas de capacitación 3

TEMÁTICAS DE CAPACITACIÓN 3		
Área de capacitación	**¿Qué se realizará?**	**Resultados esperados**
Estrategia de Posicionamiento	Promoción de productos y eventos	Promocionar productos y eventos que se realizan en el Restaurante por medio de Sitio Web y Facebook ADS
Estrategia de Publicidad	Diseño y lanzamiento de campaña a través de Facebook ADS	Lograr potenciar el reconocimiento de la marca, a través de una segmentación correcta de clientes que tenga como consecuencia nuevos clientes.
Estrategia Sitio Web	Diseño y lanzamiento de nuevo sitio web	Buscar presencia digital a través del sitio, mostrar productos, generar ventas y captar clientes por medio de la aplicación CRM de Odoo para obtener mayor rentabilidad en el negocio.

Fuente: Elaboración propia equipo consultor

3.2 Recursos

El equipo consultor será los encargados de brindar las capacitaciones necesarias, así como dar seguimiento. En la Tabla 4, en la parte de presupuesto se detallan los recursos necesarios para dichas capacitaciones.

La implementación de este plan de capacitación, será financiado con fondo propio de los consultores. Ver (Tabla 4).

Tabla 4. Presupuesto comparativo costo de publicidad (Valores más IVA)

Descripción	Unidad	Cantidad
Parqueo	Unidad	3
Copias e impresiones	Unidad	69
Refrigerios	Unidad	3
Honorarios de facilitadores	Hora	4
Rollos de papel para impresoras	Paquete	1
Impresora Térmica	Unidad	1
Uso de laboratorio con computadoras	Hora	3
Total		

Fuente: Elaboración propia equipo consultor

3.3 Cronograma

En la tabla 5 se presenta el cronograma para las capacitaciones

Tabla 5 Cronograma de capacitaciones

ACTIVIDAD	JUNIO (SEMANA)				JULIO (SEMANA)			
	1	**2**	**3**	**4**	**1**	**2**	**3**	**4**
Capacitación 1 (10/06/19)		**X**						
Capacitación 2 (15/06/19)		**X**						
Capacitación 3 (09/07/19)						**x**		

Fuente: Elaboración propia equipo consultor

Anexo 12: Informes de Seguimiento

CREADO POR EQUIPO CONSULTOR PARA EL

RESTAURANTE BRISAS DEL LAGO

Primer informe de seguimiento del equipo consultor.

Universidad Tecnológica de El Salvador

INFORME DE SEGUIMIENTO

Actividad realizada: Presentación a Empresario

Fecha: 13/02/2019

Equipo Consultor:

Nombre y Apellidos	Firma
Edwa Meris Cerna Fuentes	
Carlos Roberto Fernández Guardado	
Manuel de Jesús Fernández Guardado	
René Ernesto García Rivas	

Breve descripción de la actividad realizada:

Presentación de equipo consultor a empresario Lic. Antonio García y Sr. David Martínez, demostrando a todo el equipo y el proceso a desarollar.
Se firmaron los formatos para ser entregados.

Firma del Empresario:

Lic. Antonio García

Se deben anexar fotos donde este todo el grupo como comprobación que todos han participado

Fotografía tomada con el salón preparado para realizar la presentación inicial de equipo consultor a empresario.



Se colocaron libretas de apuntes, lapiceros, presentación impresa y refrigerio, se realizó en el campus de Maestrías Universidad Tecnológica de El Salvador.

Fotografía tomada al finalizar la presentación inicial del equipo Innova Consultores al empresario Juan Antonio García y colaborador Saúl Martínez, representantes de Restaurante Brisas del Lago.



De izquierda a derecha: Rene Ernesto García Rivas García, Manuel de Jesús Fernández Guardado, Carlos Roberto Fernández Guardado, Saúl Martínez, Lic. Juan Antonio García, Elsa Meris Erroa Fuentes.

Segundo informe de seguimiento del equipo consultor.

Universidad Tecnológica de El Salvador

INFORME DE SEGUIMIENTO

Actividad realizada: Visita a Restaurante Brisas del Lago

Fecha: 18/feb/2019

Equipo Consultor:

Nombre y Apellidos	Firma
Elsa Nelis Erroa Fuentes	
Carlos Roberto Fernández Guardado	
Manuel de Jesús Fernández Guardado	
René Ernesto García	

Breve descripción de la actividad realizada:

Se inició la entrevista utilizando la herramienta de diagnóstico y el vaciado de información, tomas de atardecer y anochecer aprovechando la vista panorámica al lago de Ilopango y se degustó del platillo típico del restaurante "pescaditos con queso, Tortilla frita y limón".

Firma del Empresario:

Lic. Antonio García

Se deben anexar fotos donde este todo el grupo como comprobación que todos han participado

Fotografía tomada al finalizar la primera entrevista de diagnóstico y vaciado de información en el Restaurante Brisas del Lago.



De izquierda a derecha: Lic. Juan Antonio García, Manuel de Jesús Fernández Guardado, Elsa Meris Erroa Fuentes, Carlos Roberto Fernández Guardado y Rene Ernesto García Rivas.

Tercer informe de seguimiento del equipo consultor.

Universidad Tecnológica de El Salvador

INFORME DE SEGUIMIENTO

Actividad realizada: Reunión con empresario

Fecha: 21 / feb / 2019

Equipo Consultor:

Nombre y Apellidos	Firma
Elsa Maria Elena Fuentes	
Carlos Roberto Fernández Guardado	
Manuel de Jesus Fernández Guardado	
René Ernesto García	

Breve descripción de la actividad realizada:

Continuación con llenado de herramienta de diagnóstico con encargado de restaurante y jefe de meseros.

Firma del Empresario:

Lic. Antonio García.

Se deben anexar fotos donde este todo el grupo como comprobación que todos han participado

Fotografía tomada al finalizar la segunda entrevista de diagnóstico y vaciado de información en el Restaurante Brisas del Lago.



De izquierda a derecha: Rene Ernesto García Rivas, Manuel de Jesús Fernández Guardado, Carlos Roberto Fernández Guardado, Elsa Meris Erroa Fuentes y Lic. Juan Antonio García.

Cuarto informe de seguimiento del equipo consultor.

Universidad Tecnológica de El Salvador

INFORME DE SEGUIMIENTO

Actividad realizada: Presentación de Acción Clave de Exito a empresario

Fecha: 21 / 03 / 2019

Equipo Consultor:

Nombre y Apellidos	Firma
Edsa Meris Erazo Fuentes	
Carlos Roberto Fernández Guardado	
Manuel de Jesús Fernández Guardado	
René Ernesto García	

Breve descripción de la actividad realizada:

Presentación de Acción Clave de éxito y definición de acción a elegir, demo de Odoo.
Nos acompañó la Licda. Maritza Martínez (CDMYPE).

Firma del Empresario:

Antonio García (Empresario)

Licda. Maritza Martínez

Se deben anexar fotos donde este todo el grupo como comprobación que todos han participado

Fotografía tomada después de realizar la presentación de acción clave de éxito y determinación de acción clave a elegir por el empresario.



De izquierda a derecha: Rene Ernesto García Rivas, Manuel de Jesús Fernández Guardado, Lic. Juan Antonio García, Carlos Roberto Fernández Guardado, Elsa Meris Erroa Fuentes y Licenciada Maritza Martínez de CDMYPE.

Quinto informe de seguimiento del equipo consultor.

Universidad Tecnológica de El Salvador

INFORME DE SEGUIMIENTO

Actividad realizada: Reunión en Restaurante con don Antonio y encarg. de cocina

Fecha: 11/04/2019

Equipo Consultor:

Nombre y Apellidos	Firma
Edsa Meris Ramos Fuentes	
Carlos Roberto Fernández Guardado	
Manuel de Jesús Fernández Guardado	
René Ernesto García	

Breve descripción de la actividad realizada:

En la visita se entrevistó simultaneamente a encargado don Antonio y encargada de cocina para iniciar con el detalle de costos por plato preparado, verificación de los costos fijos y variables.

Firma del Empresario:

Antonio García.

Se deben anexar fotos donde este todo el grupo como comprobación que todos han participado

Fotografía tomada después de realizar entrevista sobre detalle de costos por platos preparados y verificación de costos fijos en el restaurante.



De izquierda a derecha: Carlos Roberto Fernández Guardado, Elsa Meris Erroa Fuentes, Lic. Juan Antonio García, Manuel de Jesús Fernández Guardado y Rene Ernesto García Rivas.

Sexto informe de seguimiento del equipo consultor.

Universidad Tecnológica de El Salvador

INFORME DE SEGUIMIENTO

Actividad realizada: Reunión en Restaurante Brisas del Lago

Fecha: 07/05/2019

Equipo Consultor:

Nombre y Apellidos	Firma
Edlsa Meris Elvora Fuentes	
Carlos Roberto Fernández Guardado	
Manuel de Jesús Fernández Guardado	
René Ernesto García	

Breve descripción de la actividad realizada:

Reunión para continuar con el detalle de los costos de cada platillo de comida y bebidas frias y calientes.
Se definió todo respecto a la página web, detalles de la presentación visual.

Firma del Empresario:

Don Antonio García

Sonia del Carmen García de Martínez

Se deben anexar fotos donde este todo el grupo como comprobación que todos han participado

Fotografía tomada después de continuar con reunión de continuidad de costos de los platillos y definir aspecto visual del sitio Web.



De izquierda a derecha: Rene Ernesto García Rivas, Manuel de Jesús Fernández Guardado, Lic. Juan Antonio García, Carlos Roberto Fernández Guardado, Elsa Meris Erroa Fuentes.

Séptimo informe de seguimiento del equipo consultor.

Universidad Tecnológica de El Salvador

INFORME DE SEGUIMIENTO

Actividad realizada: Reunión en Restaurante

Fecha: 07 / junio 2019

Equipo Consultor:

Nombre y Apellidos	Firma
Elsa Maris Elena Fuentes	
Carlos Roberto Fernández Guardado	
Manuel de Jesús Fernández Guardado	
René Ernesto García Rivas	

Breve descripción de la actividad realizada:

Complementar platos e ingredientes
Determinar frecuencia de platillos y pronósticos de ventas mensuales, etc.

Firma del Empresario:

Antonio García

Se deben anexar fotos donde este todo el grupo como comprobación que todos han participado

Fotografía tomada después de complementar información de platillos y pronósticos de ventas mensuales con él empresario.



De izquierda a derecha: Manuel de Jesús Fernández Guardado, Lic. Juan Antonio García, Elsa Meris Erroa Fuentes, Carlos Roberto Fernández Guardado.

Octavo informe de seguimiento del equipo consultor.

Universidad Tecnológica de El Salvador

INFORME DE SEGUIMIENTO

Actividad realizada: Capacitación con Rest. Brisas del Lago.

Fecha: 10 / 06 / 2019

Equipo Consultor:

Nombre y Apellidos	Firma
Elsa Maria Erroa Fuentes	
Carlos Roberto Fernández Guardado	
Manuel de Jesus Fernandez Guardado	
Rene Ernesto Garcia	

Breve descripción de la actividad realizada:

Capacitación de CRM, Punto de Venta, Nuevo logo

Firma del Empresario:

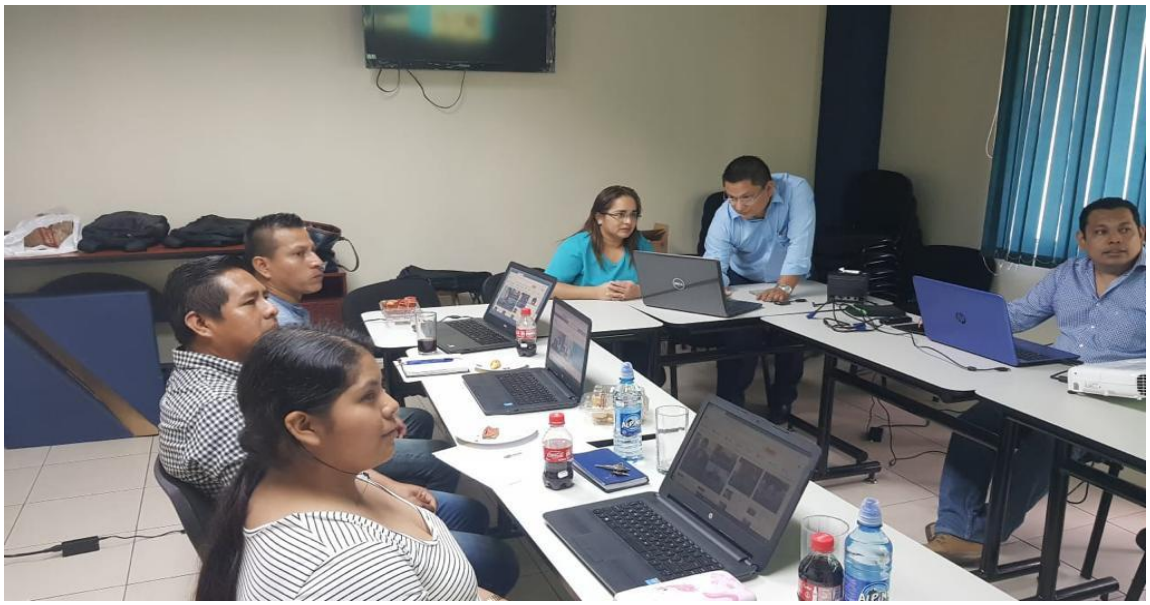
Juan Antonio Garcia Martinez Saúl Enrique Mathis Briseida Beatriz Vigil

Se deben anexar fotos donde este todo el grupo como comprobación que todos han participado

Fotografías tomadas en capacitación sobre Sitio Web, CRM, Punto de Venta y Nuevo Logo en Universidad José Simeón Cañas (UCA).



De izquierda a derecha: Briseida Beatriz Vigil, Lic. Juan Antonio García, Saúl Martínez, Carlos Roberto Fernández Guardado, Manuel de Jesús Fernández Guardado y Rene Ernesto García Rivas.



De izquierda a derecha: Briseida Beatriz Vigil, Lic. Juan Antonio García, Saúl Martínez, Elsa Meris Erroa Fuentes, Carlos Roberto Fernández Guardado Manuel de Jesús Fernández Guardado y Rene Ernesto García Rivas.

Noveno informe de seguimiento del equipo consultor.

Universidad Tecnológica de El Salvador

INFORME DE SEGUIMIENTO

Actividad realizada: Capacitación sobre sistema y entrega de insumos

Fecha: 15/junio 2019

Equipo Consultor:

Nombre y Apellidos	Firma
Eloisa María Cerrón Fuentes	
Carlos Roberto Fernández Guardado	
Manuel de Jesús Fernández Guardado	
René Ernesto García Rivas	

Breve descripción de la actividad realizada:

- Entrega de Credenciales
- Prueba de Punto de ventas e impresión de ticket
- Entrega de Impresor de ticket y papel térmico
- Entrega de Laptop configurada con sistema

Firma del Empresario:

Antonio García

Se deben anexar fotos donde este todo el grupo como comprobación que todos han participado

Fotografías tomadas entregando laptop configurada, credenciales e impresor de ticket y papel térmico para gestión de cobro en el restaurante.



De izquierda a derecha: Manuel de Jesús Fernández Guardado, Juan Antonio García, Carlos Roberto Fernández Guardado.



De izquierda a derecha: Manuel de Jesús Fernández Guardado, Juan Antonio García, Elsa Meris Erroa Fuentes.

Decimo informe de seguimiento del equipo consultor.

Universidad Tecnológica de El Salvador

INFORME DE SEGUIMIENTO

Actividad realizada: Capacitación CRM y Herramienta financiera

Fecha: 09/07/2019

Equipo Consultor:

Nombre y Apellidos	Firma
Edsa Meris Erroa Fuentes	
Carlos Roberto Fernández Guardado	
Manuel de Jesús Fernández Guardado	
René Ernesto García Rivas	

Breve descripción de la actividad realizada:

* Demostración y explicación de herramienta financiera
* Capacitación y explicación de CRM en Odoo.
*

Firma del Empresario: Don Antonio García

Se deben anexar fotos donde este todo el grupo como comprobación que todos han participado

Fotografía tomada después de realizar capacitación sobre la herramienta financiera, y enlace de CRM con Sitio Web.



De izquierda a derecha: Manuel de Jesús Fernández Guardado, Carlos Roberto Fernández Guardado, Elsa Meris Erroa Fuentes, Lic. Juan Antonio García, Rene Ernesto García Rivas.

Onceavo informe de seguimiento del equipo consultor.

Universidad Tecnológica de El Salvador

INFORME DE SEGUIMIENTO

Actividad realizada: Reunión en Restaurante Brisas del Lago

Fecha: 19 julio 2019

Equipo Consultor:

Nombre y Apellidos	Firma
Elsa Maria Erroa Fuentes	
Carlos Roberto Fernández Guardado	
Manuel de Jesús Fernández Guardado	
René Ernesto García Rivas	

Breve descripción de la actividad realizada:

Capacitación de herramienta de excel que incluye: -manejo de inventarios, estado de situación financiera y de Resultados estadísticas de ventas

- Presentación de reseultados de campañas en Facebook
  a) Reconocimiento de marca b) Tráfico web.

Firma del Empresario: _____

Antonio García

Se deben anexar fotos donde este todo el grupo como comprobación que todos han participado

Fotografía tomada después de realizar capacitación sobre la herramienta Excel que incluye: manejo de inventarios, situación financiera, estadísticas de ventas, así como: presentación de resultados de campaña de Facebook Business.



De izquierda a derecha: Rene Ernesto García Rivas, Carlos Roberto Fernández Guardado, Elsa Meris Erroa Fuentes, Lic. Juan Antonio García, Manuel de Jesús Fernández Guardado.