

Universidad Tecnológica de El Salvador

FACULTAD DE MAESTRÍAS Y ESTUDIOS DE POSTGRADO

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS



CONSULTORÍA INTEGRAL COLABORATIVA REALIZADA A:

SALINAS ALFARO S.A DE C.V. SERVICIOS ALIMENTICIOS

(SALA DE TÉ BIARRITZ)

TRABAJO DE GRADUACIÓN

PRESENTADO POR:

ALVARADO DOMÍNGUEZ WILLIAM GIOVANNI

AZAHAR LÓPEZ SONIA ALTAGRACIA

CHICAS RODRÍGUEZ MAYRA ALEJANDRA

SALMERÓN DE PAZ EDWIN AMILCAR

PARA OPTAR AL GRADO DE:

MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS

NOVIEMBRE, 2019

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA

AUTORIDADES ACADÉMICAS

ING. NELSON ZÁRATE SÁNCHEZ

RECTOR

ING. FRANCISCO ARMANDO ZEPEDA

VICERRECTOR ACADÉMICO

LIC. JUAN CARLOS CERNA AGUIÑADA

DECANO FACULTAD DE MAESTRÍAS Y ESTUDIOS DE POSTGRADO

JURADO EXAMINADOR

ING. ANTONIETA DE DÍAZ

PRESIDENTE

LICDA. DORIS MOLINA DE FERNÁNDEZ

PRIMER VOCAL

LIC. ROBERTO FINLANDER RIVAS

SEGUNDO VOCAL

LIC. ORLANDO ALCIDES MENÉNDEZ PADILLA

TERCER VOCAL

NOVIEMBRE, 2019

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA

ACTA DE EXAMEN PROFESIONAL

HABIÉNDOSE REUNIDO EL JURADO CALIFICADOR INTEGRADO POR:

ING. ANTONIETA DE DÍAZ, LICDA. DORIS MOLINA DE FERNÁNDEZ, LIC. ROBERTO FILÁNDER RIVAS Y LIC. ORLANDO ALCIDES MENÉNDEZ PADILLA A LAS CATORCE HORAS, Y LUEGO DE HABER DELIBERADO SOBRE EL EXAMEN PROFESIONAL DE LOS ESTUDIANTES: WILLIAM GIOVANNI ALVARADO DOMÍNGUEZ, SONIA ALTAGRACIA AZAHAR LÓPEZ, MAYRA ALEJANDRA CHICAS RODRÍGUEZ Y EDWIN AMÉLCAR SALMERÓN DE PAZ, QUIENES PRESENTARON DEFENSA DE SU TRABAJO DE GRADUACIÓN TITULADO: "CONSULTORÍA INTEGRAL COLABORATIVA REALIZADA A "SALINAS ALFARO S.A. DE C.V. SERVICIOS ALIMENTICIOS (SALA DE TE BIARRITZ)"

PARA OPTAR AL GRADO DE: MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS

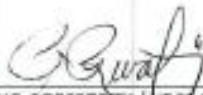
Y DEL CUAL SE EVALUARON TAMBIÉN LOS CONOCIMIENTOS RELACIONADOS CON EL TEMA MISMO. POR TANTO, ESTE JURADO RESUELVE DECLARAR EL EXAMEN COMO APROBADO YA QUE SÍ CUMPLE CON LOS REQUISITOS ESTABLECIDOS EN EL REGLAMENTO DE GRADUACIÓN DE LA FACULTAD DE MAESTRÍAS Y ESTUDIOS DE POSTGRADO DE LA UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA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

OBSERVACIONES: _____

SAN SALVADOR, VEINTISIETE DE AGOSTO DE DOS MIL DIECINUEVE.



ING. ANTONIETA DE DÍAZ
PRESIDENTE DEL JURADO



LIC. ROBERTO FILÁNDER RIVAS
SEGUNDO VOCAL



LICDA. DORIS MOLINA DE FERNÁNDEZ
PRIMER VOCAL



LIC. ORLANDO ALCIDES MENÉNDEZ PADILLA
TERCER VOCAL

Índice

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	6
1.2.3 Análisis del Entorno	8
1.2.4 Mercadeo y Ventas	9
1.2.5 Producción y operaciones.....	14
1.2.6. Gestión Ambiental.....	18
1.2.7 Estructura Organizacional.....	20
1.2.8. Finanzas	21
1.2.9. Recursos Humanos	23
1.2.10. Gestión de Información.....	25
1.2.11 Gestión de Calidad	26
1.2.12. Innovación Tecnológica	27
1.3 Análisis de la Información: Áreas de Oportunidad	28

1.4 Recomendaciones: Acciones para realizar de manera inmediata	32
II. Parte: Acción clave de éxito: fundamentación, beneficios e implantación. ...	33
2.1 Proceso seguido en determinación acción clave de éxito a implantar.	33
2.1.1 Proceso de consultoría.....	33
2.1.2 Presentación a empresario Fortalezas, áreas de oportunidad y determinación acción clave de éxito.	35
2.2 Beneficios de implementar la acción clave de éxito.	36
2.3 Descripción de la acción clave de éxito.	38
2.3.1 Acción Clave de Éxito desarrollada.	38
2.3.2 Socialización acción clave de éxito	59
2.4 Fundamentación teórica de la acción clave.	65
2.4.1 ¿Qué es un ERP?	65
2.4.2 Objetivo del ERP	66
2.4.3 Características de un ERP	66
2.4.4. Ventajas de un ERP	67
2.4.5 Pilares de un ERP	70
2.5 Plan de implantación de la acción clave de éxito.....	72
III. Resultados de la implementación acción clave de éxito.	73

3.1. Acción clave de éxito: Elaboración e implementación de ERP.	73
3.2. Otras intervenciones:	74
Conclusiones del Equipo Consultor	78
Recomendaciones del Equipo Consultor	93
Referencias.....	94
Anexos	95

Tabla de ilustraciones.

Ilustración 1 CRM Global	38
Ilustración 2 ERP ODOO	39
Ilustración 3. Menú dashboard para el manejo de costos de recetas.	42
Ilustración 4 Plataforma del Odoo.....	43
Ilustración 5. Creación de Oportunidades en Odoo	45
Ilustración 6 Elaboración de presupuestos en Odoo.....	45
Ilustración 7 Calendario Odoo.....	46
Ilustración 8 Vista de contactos ingresados en Odoo	46
Ilustración 9 Vista página web elaborada en Odoo.....	47
Ilustración 10. Marketing por email	48
Ilustración 11 Aplicaciones de Odoo.....	49
Ilustración 12 Esquema de la relación del CRM con los clientes.....	50
Ilustración 13 Pantalla de crear un cliente.	52
Ilustración 14 Acciones disponibles en la edición de contactos	53
Ilustración 15. Ingreso de productos	54
Ilustración 16 Editar nombre de productos.	54
Ilustración 17 Vista productos editados	55
Ilustración 18 Crear oportunidades	55
Ilustración 19 Etapas de las oportunidades creadas.....	56
Ilustración 20 Campos a llenar para elaborar cotización.	56
Ilustración 21 PDF - Cotización.....	57

Ilustración 22 Ingreso de proveedores.....	57
Ilustración 23 Creador de sitio web en Odoo	58
Ilustración 24. Reunión con empresarios.....	60
Ilustración 25. Visita a las instalaciones de Biarritz.....	60
Ilustración 26. Visita a Biarritz.....	61
Ilustración 27. Visita a Biarritz.....	61
Ilustración 28. Capacitación en redes sociales.	62
Ilustración 29. Capacitación en redes sociales.	62
Ilustración 30. Demostración a empresarios.....	63
Ilustración 31. Eventos atendidos	63
Ilustración 32. Seguimiento.....	64
Ilustración 33. ERP	65
Ilustración 34. Categorías de productos	75
Ilustración 35. Ingreso de facturas por productos.....	76
Ilustración 36. Representación gráfica de gastos por productos.	76
Ilustración 37. Costo de recetas por categorías.....	77
Ilustración 38 Logo Anterior	87
Ilustración 39. Opción 2	87
Ilustración 40. Opción 1	87
Ilustración 41. Propuesta aceptada.....	87
Ilustración 42. Comportamiento en campaña	89
Ilustración 43. Comportamiento después de la campaña	90

Ilustración 44. Módulos Odoo	101
Ilustración 45. Aplicaciones Odoo.....	103
Ilustración 46 Pantalla para llenar generales clientes	105
Ilustración 47 Pantalla de complemento de datos clientes	106
Ilustración 48 Pantalla de ingreso de contactos persona natural.....	107
Ilustración 49 Pantalla de contactos persona jurídica	107
Ilustración 50 Pantalla de Productos.....	108
Ilustración 51 Pantalla para ingresar productos nuevos	108
Ilustración 52 Productos ingresados	109
Ilustración 53 Pantalla de Ingresar como administrador a Odoo	113
Ilustración 54 Opciones de tableros en Odoo	113
Ilustración 55 Pantalla para editar menús.....	118
Ilustración 56 Administración de página web.....	119
Ilustración 57 Pantalla del calendario de Biarritz	121
Ilustración 58. Facebook Ads.....	146
Ilustración 59 Propuestas de artes a utilizar en la campaña publicitaria.....	151
Ilustración 60 Pantalla de KPI'S de FB.....	162
Ilustración 61. Rendimiento	162
Ilustración 62. Calendario de eventos.....	163
Ilustración 63. Correo para los empresarios	165
Ilustración 64. Presentación.....	165
Ilustración 65. Carta de confidencialidad	166

Ilustración 66. Presentación a empresario en UTEC Maestrías.....	167
Ilustración 67. Presentación a empresario en UTEC Maestrías.....	168
Ilustración 68. Primera visita.	168
Ilustración 69. Seguimiento a visitas.....	169
Ilustración 70 Segunda visita, inicio de diagnóstico.	169
Ilustración 71 Visita 09 de Marzo, continuación diagnóstico.....	170
Ilustración 72 Presentación áreas de oportunidad y acción clave	171
Ilustración 73 Avance de la acción clave de éxito.....	172
Ilustración 74 Capacitación Odoo y página web.	173
Ilustración 75. Segunda sesión de capacitación Odoo.	175
Ilustración 76 Revisión página web.....	175
Ilustración 77 Revisión página web y arte campaña FB	176
Ilustración 78 Capacitación de Odoo	177

Índice de tablas.

Tabla 1. Áreas de oportunidad identificadas	ii
Tabla 2. Información de la empresa.....	1
Tabla 3. Análisis de la información, fundamentación y consecuencias.....	31
Tabla 4. Acción clave de éxito a implementar.....	32
Tabla 5. Pasos consultoría	33
Tabla 6. Metodología de calificación.....	35
Tabla 7. Intervenciones.....	74
Tabla 8. Fortalezas	79
Tabla 9. Áreas de oportunidad.....	80
Tabla 10. Áreas de oportunidad 1 y 2	80
Tabla 11. Áreas de oportunidad 3, 4 y 5	82
Tabla 12- Área de oportunidad 6	83
Tabla 13. Área de oportunidad 7.....	83
Tabla 14. Área de oportunidad elegida.	84
Tabla 15. Resultados campaña Facebook Ads.....	91

Resumen Ejecutivo

El Documento presentado a continuación es el resultado de la evaluación realizada a la empresa Salinas Alfaro S.A de C.V conocida como Sala de Té Biarritz, utilizando para ello el proceso de consultoría colaborativa basado en la identificación de las áreas fuertes y las posibles deficiencias que afectan su competitividad y desempeño, con el fin de realizar acciones correctivas que contribuyan a la gestión encaminada al crecimiento del negocio.

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, 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 12 grandes áreas de gestión con sus correspondientes subáreas evaluadas, esto permitió señalar las principales Áreas de Oportunidad y se describen ampliamente en la sección de Diagnóstico del Consultor.

Posteriormente, a partir de la información recopilada y analizada se determinaron 7 áreas prioritarias, de las cuales se llegaría a un mutuo acuerdo

con los empresarios para seleccionar cual o cuales de ellas serán intervenidas, de acuerdo con variables de impacto y factibilidad, siendo estas:

Áreas de Mejora	Sub-Área
Dirección Estratégica	Misión – Visión
Dirección Estratégica	Objetivos Estratégicos
Mercadeo y Ventas	Gestión de Ventas
Mercadeo y Ventas	Comunicaciones
Mercadeo y Ventas	Relación con clientes
Producción y Operaciones	Planificación de la Producción
Dirección y Liderazgo	Instrumentos de Gestión

Tabla 1. Áreas de oportunidad identificadas

En reunión, los empresarios y el equipo consultor determinaron el área de oportunidad a intervenir, estableciéndose la acción clave de éxito a implementar: Elaboración e implementación de ERP (Planificación de Recursos Empresariales) gratuito vinculado con servidor en la nube por un año, posteriormente con costo de operación sumamente bajo para la gestión de Mercadeo y Ventas del negocio que incluye los módulos de planificación, prospección de clientes potenciales, campañas de marketing, gestión de presupuesto y las ventas.

Con el ERP los empresarios tendrán a disposición una interfaz intuitiva de usuario, un panel para una mejor vista general de las actividades de ventas, consejos útiles y mejores prácticas para configurar y utilizar su CRM.

Podrán organizar y planificar, monitorizar el registro y analizar las actividades de su equipo. También podrán “generar iniciativas”, es decir, un proceso por el cual se adquiere contacto y se recogen los datos relevantes sobre los clientes con el fin de establecer una buena relación y poder volverlos clientes potenciales.

Con esta acción clave la empresa se verá beneficiada y puede:

- Incrementar la cartera de clientes.
- Incrementar el control y desarrollo de la productividad.
- Crear y automatizar la gestión de ventas.
- Reducir el riesgo de mercado.
- Reducir el riesgo de liquidez.
- Eliminar la falta de oportunidades de negocio.
- Eliminar la falta de una adecuada gestión de ventas.
- Eliminar la falta de metodología y agilidad en el proceso comunicacional.

La acción clave de éxito tiene un impacto significativo en la empresa; el uso de este ERP le permitirá interactuar en tiempo real de manera efectiva y eficaz y así mejorar la toma de decisiones y su rentabilidad en el área de ventas, de esta manera ahorra recursos.

Es así como en el plazo de 1 mes se implementó la acción clave de éxito, la cual fue elaborada de manera conjunta con el empresario y sus colaboradores más cercanos. Los resultados obtenidos de la implementación fueron los siguientes:

- Mejoramiento del proceso de gestión de ventas basadas en el módulo de CRM de Odoo.
- Creación de oportunidades de negocios e identificación de clientes potenciales con el fin de tener una cartera sólida y estable permitiendo el crecimiento del negocio.
- Elaboración de presupuestos y todos sus procesos hasta llegar a la etapa de servicio post venta.
- Planificación y control oportuno de la calendarización de eventos, anticipando la disponibilidad de fechas para la organización de las eventualidades.
- Generación de reportes del CRM de manera inmediata para la toma de decisiones.
- Realización de campañas de marketing por email contribuyendo al branding, promocionar servicios y productos.
- Generación de base de datos de clientes y proveedores en Odoo.

- Como equipo consultor agradecemos al empresario y colaboradores todo el apoyo, e interés que nos brindaron a lo largo de este tiempo; esperando 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

SOLICITUD DE DIAGNÓSTICO		
Ref.	Nombre Campo	Contenido Campo
1	Nombre Contacto Empresa	Ingeniero Mario Ernesto Alfaro
2	Cargo	Propietario
3	Razón Social Empresa	Salinas Alfaro S.A de C.V
4	Matrícula de Comercio	2002025089 202 102 425 426
5	Giro Empresa	Alimentos
6	Sector	Servicios
7	Nº Empleados Jefes	2
8	Nº Empleados Administrativos	0
9	Nº Empleados Operarios	0
10	Nº Operarios Permanentes	7
11	Nº Operarios Temporales	7
12	Dirección	Diagonal Dr.Arturo Romero N°415 C. Médica
13	Ciudad / País	San Salvador
14	Teléfonos	2225 1802 7873 5712
15	Fax	N/A
16	E-mail	saladetebiarritz@gmail.com
17	Mes / Año Fundación Empresa	Junio 1982
18	Número de Productos	37
19	Principal Producto / Servicio 1	Cafetería La Pradera
20	Principal Producto / Servicio 2	Sala de té Biarritz
21	Principal Producto / Servicio 3	Servicio de catering
22	Ventas Netas Totales Ultimo año	No se tiene dato actualizado
23	Ventas Netas Totales Penúltimo año	No se tiene dato actualizado
24	Ventas Netas Totales Antepenúltimo año	\$ 301, 673.62 (año 2014)
25	Exportación Directa (SI/NO)	NO
26	Exportación Distribuidores (SI/NO)	NO
27	Exportaciones Totales Ultimo año	N/A
28	Exportaciones Totales Penúltimo año	N/A
29	Exportaciones Totales Antepenúltimo año	N/A
30	¿Ha utilizado instrumentos de fomento?	Si
31	¿Cuáles?	Crédito rotativo Banco G&T

Tabla 2. Información de la empresa

1.2 Diagnóstico del Equipo Consultor

A continuación, se presentan los aspectos relevantes encontrados por el equipo consultor en las áreas de gestión, específicamente en cada una de las subáreas que las integran, durante el proceso de entrevistas, verificación visual y visitas a la empresa.

1.2.1 Dirección estratégica

1.2.1.1 Misión – Visión:

Biarritz es una empresa dedicada al servicio de banquetes y catering que tiene como enfoque principal entregar productos y servicios de calidad a sus clientes, la cobertura de sus eventos abarca el área metropolitana de San Salvador y tienen capacidad para atender eventos especiales a nivel nacional.

La empresa a pesar que no cuenta con una misión y visión por escrito, los empresarios definen que quieren ser una empresa de eventos con presencia a nivel nacional con el fin de posicionarse en el mercado y obtener rentabilidad a largo plazo, lo cual es transmitido a los colaboradores de manera verbal.

Otro aspecto importante son los valores, estos al igual que la misión y la visión no están por escrito, pero los identifican así: orientación al servicio, compromiso con la calidad, integridad y honestidad.

1.2.1.2 Historia de la empresa:

La empresa fue fundada por la Sra. Haydee de Alfaro quien era la madre de los propietarios actuales, la Ingeniera. Antonieta de Díaz y el Ingeniero Mario Alfaro. Ella tenía conocimientos en la preparación de alimentos e inició el negocio como algo familiar y a través de la perseverancia y decisiones audaces llega a convertirse en la Sala de té Biarritz de la actualidad.

El objetivo principal en ese momento para la Sra. Haydee de Alfaro era alcanzar su desarrollo personal y con ello obtener beneficios económicos, la empresa nació en el año de 1982 y desde esa época hasta la actualidad ha vivido diferentes etapas a las que el empresario debe adaptarse y ajustar los cambios necesarios en el momento oportuno. Se identifican las siguientes etapas:

La primera de ellas ocurre en la década de los 80's, pues en ese tiempo, el servicio ofrecido por los negocios de salas de té tuvo un auge y despertaban mucho la atención en las personas que deseaban ser atendidos en sus eventos sociales, la Sra. Haydee de Alfaro logró aprovechar esas circunstancias y es así

como comienza a definir su camino, para movilizar los alimentos a los diferentes eventos, ella utilizaba como medio de transporte el vehículo de su padre.

La segunda etapa está relacionada con el crecimiento del negocio, los productos y servicios ofrecidos son aceptados en el mercado y permite ir con paso firme e incrementar sus ingresos, eso genera motivación en la Sra. Haydee de Alfaro y realiza gestiones para ampliar su proyecto y dejar de utilizar su casa como lugar de trabajo y establecerse en un local propio, es así como a través de un préstamo bancario adquiere las instalaciones ubicadas en la Colonia Médica en el departamento de San Salvador, esa deuda logró pagarla en un plazo de 5 años.

Una tercera etapa se presenta luego del fallecimiento de la Sra. Haydee de Alfaro y son sus hijos quienes se hacen cargo, conservan la sala de té como un legado y lo consideran un patrimonio familiar, hacen todo lo posible por invertir tiempo y buscan la mejora orientada a la sostenibilidad y crecimiento del negocio.

Actualmente los hermanos dueños de Biarritz perciben la existencia de varios factores que no les permiten avanzar, seguir creciendo y conseguir los resultados esperados; consideran como generador de ese problema al exceso de oferta y una competencia agresiva, saben son un negocio que ha sobrevivido a lo largo del tiempo por la influencia familiar y se han posicionado en el rubro, pero necesitan mejorar sus procesos.

A razón de lo anterior, deciden solicitar apoyo a través de Centromype y logran la consultoría integral colaborativa por parte de la Universidad Tecnológica de El Salvador para darle un nuevo impulso a su empresa y mantener ritmo constante de desarrollo para estar a la vanguardia y lograr participación relevante en el mercado.

La base del negocio de Biarritz es la familia y la influencia de sus miembros es clave para lograr la sostenibilidad, los empresarios recientes falta de apoyo del sector gubernamental, a pesar que existen instituciones como La Cámara de Comercio y Centromype, esperan que otros sectores apoyen e impulsen las iniciativas de la micro y mediana empresa.

1.2.1.3 Objetivos Estratégicos:

Aunque no se encuentran por escrito, ambos propietarios tienen claros los objetivos y mencionan que los socializan con los colaboradores de manera verbal, su objetivo principal en el corto plazo es: lograr la rentabilidad del negocio. Para alcanzar las metas en el largo plazo, entre una serie de planes tienen: expandir la atención de eventos a nivel nacional.

De momento, no cuentan con planes de acción establecidos para el logro de cada objetivo propuesto, no se ha proyectado un presupuesto que permita desarrollarlos, únicamente es la idea. Lo anterior genera un contraste entre los objetivos propuestos y la operación, consideran que los principales problemas para alcanzarlos son sus deudas y la falta de presupuesto, este último punto

está relacionado a que tampoco poseen una estructura de costos definida que les permita identificar qué productos o servicios generan mayor rendimiento y enfocarse en ellos.

1.2.2 Dirección y Liderazgo

1.2.2.1. Estilo Directivo:

La gerencia está conformada por la Ingeniera Antonieta de Díaz y el Ingeniero Mario Alfaro participa en las tareas del día a día y adoptan el rol de informar a los colaboradores sobre aquello que tienen que hacer y cómo lo deben hacer, verifican los pequeños detalles de cada evento a atender, los requerimientos del cliente y el manejo o solución de reclamos, en lo administrativo se encargan de identificar los niveles de compra de materia prima y negociación de precios, también la programación del mantenimiento o reparación de equipos.

Cuentan con el apoyo de Margarita, quien es la recepcionista de la empresa y es empleada de confianza por tener muchos años formando parte de la empresa delegan en ella responsabilidades y funciones, Margarita es quien coordina al personal de la sala de té, en los eventos, una vez esté todo en orden, deja al capitán de meseros para que se encargue y dirija el servicio.

En la sala de té no se cuenta con manuales o formularios establecidos para poder delegar funciones más allá de una coordinación de montaje de un evento, lo hacen de manera empírica.

Otra de las preguntas abordadas que formaba parte de la herramienta de diagnóstico era si en la empresa se tienen parientes trabajando, la respuesta de los empresarios fue un rotundo no.

También comentan la satisfacción de ver estabilidad con su personal fijo, específicamente Margarita, ella tiene 30 años de servicio en la empresa y está a punto de jubilarse, es quien conoce todo el manejo de la operación diaria.

1.2.2.2 Autonomía:

La autonomía es un elemento clave en la construcción de la verdadera participación de cada miembro en la empresa, actualmente los colaboradores de Biarritz no tienen total libertad para la toma de decisiones, los dueños son los únicos que las toman y manifiestan no están influenciados por nadie, ni por otras personas cercanas ni por instituciones.

Ocasionalmente el puesto de jefatura tiene poder de decisión, pero sobre aquellas tareas relacionadas a las compras que hagan falta.

1.2.2.3 Instrumentos de Gestión:

La empresa en la actualidad no tiene disponible ningún instrumento de gestión que funcione de apoyo para la toma de decisiones, respaldo para realizar inversiones o estudios financieros. En la actualidad no se realizan estudios económicos que faciliten proyectos.

1.2.3 Análisis del Entorno

1.2.3.1 Normativa e Institucionalidad:

Los gerentes de la sala de té conocen cuáles son las leyes que pueden afectar su rubro en caso de incumplimiento, por ejemplo, las leyes tributarias, las regulaciones de salubridad o alguna normativa.

También tienen conocimiento de cuáles son las instituciones públicas o privadas que influyen en sus actividades, aunque principalmente consideran que es la Alcaldía capitalina la más influyente, de momento no tienen discernimiento de cuáles son los instrumentos de fondeo que puedan apoyarles, el Ministerio de Economía a pesar que brinda apoyo a la micro, pequeña y mediana empresa, no cuentan con programas para este rubro en especial y por lo tanto no les es posible aplicar.

1.2.3.2 Comprensión del Sector:

Algunos de los aspectos que afectan la economía de la sala de té son el aumento del salario mínimo y el aumento de los impuestos, pues se incrementa el costo. El desarrollo del sector económico a criterio de los dueños se encuentra estancado, adicional a ello, las principales dificultades que enfrentan son la competencia agresiva y los bajos precios manejados en el rubro de servicios.

Los dueños del negocio están asociados a Centromype y Cámara de Comercio de donde obtiene información sobre el sector, otras fuentes acerca

del entorno son los medios digitales, esta información les sirve para evaluar en qué pueden afectar y tomar medidas de acción.

1.2.3.3. Alianzas:

Actualmente la sala de Té no tiene alianzas estratégicas que le permitan tener una mayor rentabilidad en el mercado, se apoyan con las empresas vecinas en algunos insumos o equipos, pero solamente es eso, un apoyo; no una alianza estratégica que les permita aplicar una filosofía de ganar, ganar.

Existe el interés de los propietarios de la sala de té en diversificar su mercado a otros ámbitos de los eventos sociales, por ejemplo, han considerado ser wedding planer, atender seminarios, ofrecer comida congelada, snacks o jugos concentrados. Se ha considerado, pero no se ha llevado a cabo, tener acercamiento con hoteles a nivel nacional que le permita dar a conocer sus servicios, sin embargo, con empresarios vecinos se han asociado y logrado abastecer cierta demanda, la experiencia ha sido satisfactoria.

1.2.4 Mercadeo y Ventas

1.2.4.1. Relación con Clientes:

La sala de té no cuenta con una unidad de atención al cliente, no tienen un procedimiento establecido, la venta y post venta se hace de forma empírica. Para el logro de sus ventas, no cuentan con las herramientas necesarias, el seguimiento a sus clientes lo hacen por correo electrónico, redes sociales o con

la visita del cliente al local directamente, luego se cierra o reserva de inmediato el día para realizar el evento.

Los clientes de la sala de té son aquellas personas que laboran en las empresas cercanas a su ubicación, tienen una buena relación con ellos y construyen su base de datos en una agenda física, de momento, no cuenta con una agenda digital que les permita llevar un mejor control de manera eficiente para el manejo y reservación de sus eventos, estiman que 90 clientes son las que dan soporte a la cartera.

Los atributos de sus productos/servicios que valoran los clientes son el precio, variedad de alimentos y la atención, sin embargo, lo que más les disgusta es el espacio, son pequeños, y ocasionalmente los clientes se quejan por el ruido del otro evento.

Para evitar que las quejas se salgan de control, en el momento que ocurren se busca una alternativa de solución que puede ser desde una disculpa hasta la devolución de una parte económica por los servicios cancelados, ésta última parte se hace excepcionalmente para evitar alguna insatisfacción del cliente.

1.2.4.2 Segmentación, Mercado Meta y Posicionamiento:

No se cuenta con una clasificación de cliente, el nicho de mercado no está ampliamente definido, se atiende a todas las personas que necesiten un evento, y la mayor parte de ellas son personas adultas.

El mercado meta de la sala de té es toda persona que tenga el poder adquisitivo para lograr pagar un evento, la información del cliente se maneja físicamente en una agenda. No cuenta con un monitoreo que determine a cuánto ascienden sus ingresos, pero calculan que las utilidades son del 50% por eventos en el local y el otro 50% por los servicios de banquetes a domicilio.

Los atributos de la sala de té son la calidad y en los paquetes resalta el todo incluido que se ofrece, esto se conoce por las opiniones de sus clientes en redes sociales. Para mejorar la identidad de la sala de té, ocasionalmente realizan publicidad y algún curso que le permita incrementar conocimientos y actualizarse en las tendencias del rubro de servicio y alimentación.

1.2.4.3 Producto:

Actualmente no se cuenta con personal de mercadeo, los dueños son los que crean y ejecutan las ideas en el negocio tomando en consideración los comentarios proporcionados a la recepcionista por los mismos clientes cuando ejecuta la labor de ventas.

El mejoramiento y desarrollo de nuevos productos únicamente se aplica en el menú, se mejoran y adecúan según los gustos y preferencias del cliente. El menú es ajustado por la jefa de cocina en apoyo de la Ingeniera Antonieta de Díaz.

Un departamento de ventas no se tiene, la encargada del cierre de cada venta es la Ingeniera Antonieta de Díaz y lo hace directamente con el cliente de acuerdo a sus requerimientos, busca cumplir sus expectativas y satisfacerlas.

1.2.4.4. Precio:

Los propietarios dividen sus costos en; costos fijos y costos variables. Para la fijación de precios hacen un estudio de mercado a sus competidores realizando llamadas telefónicas, solicitando cotizaciones, visitando las páginas web, e informándose por medios impresos y digitales.

Luego comparan y en caso de necesitar ajustes, lo evalúan y cambian para poder tener precios competitivos. La competencia y el nicho de mercado influye en la fijación de precios, actualmente existen alianzas con negocios del mismo rubro de la zona para manejar precios similares y no crear ventaja entre las empresas, sin embargo, la calidad es el valor agregado de los productos y servicios ofrecidos por Biarritz.

Los factores del entorno que se toman en cuenta para fijar precios son la ubicación de la sala de té, precios de la competencia y la situación económica de la actualidad.

1.2.4.5 Gestión de Ventas:

No existe una fuerza de ventas, quien se encarga de esa labor es únicamente la Ingeniera Antonieta de Díaz, ella realiza las cotizaciones y brinda el seguimiento respectivo, pero no cuenta con un sistema que le ayude a llevar

ese control de cotizaciones, verificar fechas y horas disponibles, por consecuencia, tiene eventos que no logra cerrar por esa falta de control. Sin embargo, con el fin de retener o captar más clientes los colaboradores realizan visitas a clientes potenciales, aunque siempre la encargada de cerrar el evento es la Ingeniera Antonieta de Díaz.

El registro de las ventas se lleva de forma manual y se detallan los datos generales de clientes para un seguimiento posterior, no obstante, estrategia de ventas o algún programa de incentivos como comisiones y metas claras para motivar la colocación, es inexistente. Actualmente no existe una cuota de ventas, no hay metas mensuales, únicamente se monitorea el comportamiento.

En relación a los reclamos, cuando hay algún inconveniente durante el evento, los encargados hacen lo posible por resolver en el momento, principalmente compensando con regalías o haciendo descuentos. En la actualidad, no se realizan evaluaciones, no se dispone de un programa de entrenamiento, pero se ha enviado a 2 personas a capacitaciones de INSAFORP sobre temas de estrategias para vender. Como material que sirve de apoyo para la venta de productos/servicios se cuenta con catálogos, los cuales se revisan y actualizan 2 veces al año.

1.2.4.6. Comunicaciones:

No se cuenta con una política de promoción de productos, su enfoque mayormente son empresas y aquellas personas que solicitan información por

los distintos medios digitales a quienes como principal argumento se les destaca lo accesible de los precios, la ubicación del local y el ambiente familiar. Actualmente la Sala de Té Biarritz no cuenta con un plan comunicacional ni realiza un presupuesto para tener una consistencia en la comunicación.

1.2.5 Producción y operaciones

1.2.5.1. Análisis de Proveedores:

Existen en la actualidad 11 proveedores con los que cuenta Sala de té Biarritz, de estos 3 son fijos entre ellos está el proveedor del pollo con quien tienen más de 20 años de trabajar y quien a su vez les da facilidades de crédito lo cual ha fortalecido esta alianza, respecto a los 8 proveedores variables este depende de la demanda y del desabastecimiento con el que en determinado momento se llegue a contar.

En Sala de té Biarritz uno de los criterios más importantes para la selección de proveedores es que estos tengan al día los permisos del Ministerio de Salud, así como también que los precios ofertados para los diferentes tipos de productos sean accesibles.

Las compras se planifican de acuerdo a las necesidades del departamento de cocina, estas tratan de hacerlas para en corto plazo, esto es así por el tipo de materiales, ya que estos en su mayoría son perecederos y necesitan ser frescos para poder entregar al consumidor final un producto con

calidad, por ejemplo, el pollo lo compran 2 veces a la semana y los granos 2 veces al mes.

1.2.5.2 Manejo de Inventarios:

El almacenamiento del inventario se realiza de acuerdo al tipo de producto, este se hace en bodega o cámaras refrigerantes, sin embargo, no se lleva un control para el despacho de los mismos. Biarritz actualmente no cuenta con un control adecuado del inventario.

Los insumos son recibidos por la recepcionista, ella es la encargada en conjunto con la jefa de cocina de recibir el producto y de ejercer el control y la supervisión de cada artículo, evalúan si lo entregan en óptimas condiciones y su fecha de vencimiento no debe estar próxima.

Uno de los productos que se les devuelve con mayor frecuencia a los proveedores es la carne, sin embargo, ellos responden sin problema efectuando los cambios necesarios.

Para recibir la materia prima se hace verificando la factura, posterior a ello, cada producto se almacena en lugar destinado según su tipo, de reportarse algún inconveniente, se llega a un acuerdo con el proveedor en ese mismo momento, es importante destacar que no se tiene ni se elabora ningún documento escrito.

1.2.5.3 Planificación de la Producción:

El plan de producción se establece de acuerdo a los eventos que se atenderán y de ser necesario los dueños deciden apoyarse con personal eventual ya que la empresa no cuenta con técnicas de pronóstico que le permitan planificar su producción

No se cuenta con registros adecuados para controlar la materia prima y la planificación es de acuerdo a la demanda, la materia prima que debe adquirirse se conoce en el momento que se obtiene la reservación, es así como se ejecutan las decisiones de compra.

Actualmente no se cuenta con una herramienta o técnica de pronóstico en ventas y por tanto esto dificulta planear la producción, por el momento únicamente se considera la época del año en que se llevarán a cabo los eventos y así se calcula la demanda. En referencia a la meta de ventas en Sala de té Biarritz mensualmente no se tiene, sin embargo, pretenden superar en el año con un monto de \$25 mil, esto se calculó con base al año anterior.

1.2.5.4 Distribución de Planta:

Los dueños han procurado distribuir su maquinaria a conveniencia aprovechando el espacio de las instalaciones, es funcional y permite que el flujo de materiales al interior de las instalaciones sea constante.

Para aumentar la producción y disminuir tiempos en la elaboración de alimentos, consideran necesario reemplazar una cocina, al realizar el cambio, el espacio a utilizar sería el mismo y no se requiere más espacio actualmente.

1.2 5.5 Nivel Tecnológico:

En relación a la antigüedad de los equipos, se adquirió hace 5 años una vitrina refrigerante, y un grill profesional, el mantenimiento está programado mensualmente y los dueños manifiestan que toda la maquina con la que se cuentan es de años más recientes en relación a las utilizadas por su competencia.

En relación a la adquisición de nueva maquinaria, los propietarios la toman según prioridad, de momento se prevé para este año 2019 se compre una cocina industrial debido a que la actual está presentando fallas.

Sala de Té Biarritz cuenta con un proveedor para el mantenimiento mensual de sus equipos y llevan registro detallado, así como toda maquinaria que forma parte del inventario, cuenta con sus respectivos manuales de uso, los cuales están en idioma inglés, francés y español.

1.2.5.6 Mantención de Maquinarias:

El plan de mantenimiento manejado es preventivo y correctivo, de acuerdo con los reportes, las fallas frecuentes son consecuencia del uso constante y la antigüedad de la maquinaria, en lo posible, se trata de brindar el mantenimiento cuando corresponde.

El Ingeniero Mario Ernesto Alfaro, realiza un recorrido periódicamente para validar el funcionamiento de toda la maquinaria, establece como día específico para realizar el mantenimiento, los días lunes, por su conocimiento en el rubro, determina las mejoras que deben realizarse, para esto, se apoya con personal eventual, contratado directamente para la actividad de limpieza y reparación, hoy por hoy no documenta el diagnóstico ni el resultado que obtiene para controlar la vida útil de los equipos.

1.2.6. Gestión Ambiental

1.2.6.1 Normativa Ambiental:

La empresa no cuenta con un registro ambiental, sin embargo, conocen que sus principales residuos son los alimenticios, los cuales depositan en contenedores y cuenta con un proveedor para el tratamiento de los mismos.

En Sala de té Biarritz no están exentos de quejas por parte de sus empresas vecinas, incluso, ocasionalmente la Alcaldía municipal ha hecho comentarios acerca de las cantidades acumuladas de basura, para esto sala de té Biarritz ha tenido sumarios sanitarios por parte del Ministerio de Salud y la Alcaldía Municipal.

1.2.6.2 Manejo de Residuos:

Los residuos de comida se eliminan por medio de un colador; la principal preocupación al respecto es la filtración de agua y residuos de grasa, pues ésta última es de la que más se genera.

El tratamiento de residuos es un diseño establecido por el Ingeniero Alfaro de acuerdo a los estándares de su conocimiento, y para prevenir la contaminación únicamente se cuenta con "buenas prácticas", pero no hay un equipo ni procedimiento, sino que las acciones realizadas son retener en depósitos y bolsas especiales para ser retirados por las instituciones que administran la basura.

1.2.6. 3 Riesgo y Salud Ocupacional:

No existe en la empresa un experto en prevención de riesgos y esto no es por desconocimiento, para los dueños de Biarritz, por el número de empleados con que cuenta la empresa no es requisito exigible por parte del Ministerio de Trabajo; por tanto, no existen manuales relacionados con la prevención de riesgo, no obstante, sí existen capacitaciones y se han enfocado especialmente en el manejo del gas propano, la capacitación la brinda la empresa proveedora de gas.

Respecto al equipo relacionado con la seguridad ocupacional, cuentan con dos extintores, un botiquín de primeros auxilios y adicional a ello la recepcionista tiene el papel de velar porque cada colaborador utilice la protección adecuada para el desempeño de sus funciones.

En referencia a la ventilación de la planta de producción, en la cocina existe un extractor y un inyector de aire, los dueños tienen planeado en el corto plazo realizar mejoras en cuanto a la señalización de las instalaciones.

1.2.7 Estructura Organizacional

1.2.7.1 División del Trabajo:

Sala de té Biarritz por su tamaño, no cuenta con departamentos especializados, con la experiencia en el transcurso de los años han definido las responsabilidades, la mayoría de los colaboradores desempeñan multifunciones y los dueños pretenden poder crear un departamento de ventas que les permita modificar el esquema actual e incrementar sus ingresos.

No existe una formalización de las funciones al interior de la empresa, pero sí están por escrito y actualizadas, sin embargo, solo se transmiten al personal de manera verbal, especialmente en el área de servicio al cliente.

Todos los colaboradores desempeñan tareas importantes en función de los objetivos de la sala de té, sin embargo, para los dueños, los puestos considerados como clave son los de la recepcionista porque ella es la encargada en ausencia de ellos y también el desempeñado por la cocinera, por ser una empresa que sirve alimentos, su aporte es valioso.

Las decisiones son tomadas entre ambos gerentes, llegan a un consenso, las únicas decisiones que delegan son principalmente aquellas que no requieren una inversión significativa.

1.2.7.2 Poder de Decisión:

De acuerdo a las evaluaciones y entrevistas, es claro que la toma de decisiones se realiza de manera horizontal, es decir, únicamente entre ambos propietarios, ellos llegan a un consenso.

Las decisiones operativas son tomadas por el Gerente de Operaciones, el Ingeniero Alfaro, aunque existen reuniones en donde participa el personal, pero estas no se realizan de manera periódica.

1.2.8. Finanzas

1.2.8.1 Tributaria y Normas Legales:

Los registros contables se llevan mediante un sistema y a la vez las declaraciones de IVA, pago a cuenta, etc. son presentadas en la página web del Ministerio de Hacienda. Los propietarios de Biarritz tienen claridad de las tributaciones, de hecho, los pagos son efectuados por la Ingeniera Antonieta de Díaz ella reconoce que en el año 2017 hubo atrasos en dichos pagos.

Actualmente no se realiza una planificación tributaria debido a que la contabilidad no se lleva actualizada, aunque las declaraciones son presentadas de manera regular no existe un control tributario.

En materia tributaria la empresa no tiene mayor conocimiento sobre la prevención del lavado de dinero y activos, el único que conoce del tema es el contador externo.

1.2.8.2 Registros Contables:

La sala de té ha contratado un despacho contable que es el encargado de llevar los registros contables como IVA, pago a cuenta y el informe de retenciones. La empresa lleva registros para administrar el IVA y se basan en los ingresos y egresos mensuales, así como una hoja electrónica con los registros de cuentas por cobrar y pagar, no obstante, una provisión mensual no es generada, así como tampoco se maneja un capital de trabajo ya que se basa en el número de eventos al igual que las proyecciones de ingresos y salidas de efectivo.

Sala de té Biarritz no tiene un departamento de Contabilidad/Finanzas y las funciones que esos departamentos realizarían, están a cargo de un contador externo con título en contaduría pública y experiencia en despachos contables, es él quien se encarga de los registros de la empresa, en caso de solicitarle información, la proporciona de inmediato.

1.2.8.3 Análisis de costos:

Sala de té Biarritz no cuenta con un registro de costos, sin embargo, para definir precios máximos y mínimos lo hacen en una hoja de cálculo de Excel que se encuentra desactualizada y no muestra un costo real de los productos , ya que haciendo uso de ella se observó que muchos costos coincidían con el precio de venta de los productos, lo cual deja sin funcionalidad este cuadro, además al no actualizar los precios, no puede observarse la variación real de

estos, así como tampoco estimar la ganancia o pérdida que se obtiene por cada producto.

Los informes obtenidos son de forma global, no se puede analizar a profundidad y eso afecta una toma de decisiones oportunas y acertadas, esta es un área que la empresa necesita fortalecer en el corto plazo.

1.2.8.4 Administración Financiera:

No se lleva a cabo comparación de presupuestos porque la empresa no realiza ningún tipo de presupuesto, por ejemplo, para la adquisición de maquinaria o equipo únicamente toman en consideración los volúmenes de ventas y según la necesidad, utilizan créditos rotativos.

Tampoco se ejecuta un seguimiento para evaluar el rendimiento de la inversión ni un análisis exhaustivo de los indicadores financieros.

1.2.9. Recursos Humanos

1.2.9.1 Desempeño del Personal:

Sala de Té Biarritz para su buen funcionamiento únicamente requiere personal con estudios culminados de bachillerato, las competencias técnicas deben ser conocimiento en servicio al cliente, técnicas de montaje y culinarias.

1.2.9.2 Política de Personal:

Sala de té Biarritz no cuenta con un sistema de reclutamiento de personal, sin embargo, cuando son contratados, al personal de nuevo ingreso

en la empresa se le brinda una inducción de manera verbal acerca de las funciones a desempeñar y la relación que tendrá con los demás colaboradores.

De igual manera, no existe una política de promoción de empleados, a los de mayor experiencia se les brinda un aumento de sueldo y se les capacita específicamente en aquello que esté orientado al manejo de alimentos, dichas capacitaciones se realizan anualmente y los requerimientos de personal los realiza la Ingeniera Antonieta de Díaz.

Para planificar la cantidad de empleados que se necesitan, dependen de la agenda actualizada de eventos, en su mayoría son meseros los que se espera contratar en los próximos seis meses, el personal fijo solo son 6 personas, las cuales tiene sus prestaciones de Ley, es decir tienen AFP y seguro social.

1.2.9.3 Incentivos y Beneficios del personal

Las formas de incentivo pueden variar considerablemente en cada empresa, Sala de té Biarritz actualmente no cuenta con una política o plan definido, sin embargo, con la finalidad de estimular el desempeño de la actividad laboral y aumentar su eficiencia:

Transmite verbalmente a sus colaboradores todas aquellas opiniones positivas y áreas de mejora que expresan los clientes.

- En época navideña realizan almuerzos para compartir con todo el personal.
- Celebran cumpleaños.
- Ocasionalmente se realizan paseos recreativos.

No obstante, evaluaciones para medir el rendimiento, compromiso o el grado de motivación de los trabajadores no se tiene.

1.2.9.4 Clima y Motivación del personal:

Un buen clima laboral no es fácil de conseguir, de momento la empresa no evalúa la satisfacción laboral, la productividad o el ambiente, no cuenta con una política de incentivos definida y las acciones correctivas solo se aplican de manera verbal, todo buen o mal comentario expresado por los clientes se les informa.

Las acciones de incentivos y beneficios consisten en paseos, almuerzos en navidad y celebraciones de cumpleaños.

1.2.10. Gestión de Información

1.2.10.1 Información:

El tipo de información interna y externa manejada por Biarritz consiste en lo publicado en foros donde se da a conocer actividad relacionada a los requisitos que establecen las instituciones de gobierno para adquirir servicios y

que ellos deben cumplir, las redes sociales también ayudan a dar seguimiento a los competidores o temas relevantes del sector y de la vida cotidiana que pueden afectar directa o indirectamente el funcionamiento de la sala de té.

1.2.10.2 Comunicación:

La comunicación entre los dueños y el personal es por la red social WhatsApp y ocasionalmente por reuniones breves donde se discuten puntos específicos para las actividades del día, no han establecido o coordinado una estrategia.

1.2.11 Gestión de Calidad

1.2.11.1 Control de calidad:

No existe un departamento de control de calidad, la encargada de cocina es quien asigna tareas y ella lleva el control en cocina, se enfoca en entregar el producto terminado de la mejor manera para satisfacción de los clientes.

1.2.11.2 Aseguramiento de la Calidad:

En la sala de té el aseguramiento de la calidad y el buen sabor de los productos es lo primero, aunque un departamento especializado en el control de calidad no existe, ni se tiene un estándar de producción, pero de acuerdo con los dueños, los colaboradores hacen todo lo posible por cumplir entregar productos y servicios que satisfacen las necesidades del cliente.

1.2.11.3 Calidad de Producto:

Sala de Té Biarritz asegura la calidad de sus productos disponibles mediante pruebas, por ser alimentos, se prueba el sabor, consistencia y verifica la presentación, su especialidad son carnes blancas y rojas.

En la actualidad no se cuenta con un registro detallado de las pruebas realizadas, si en un evento la calidad no es la que el cliente espera, inmediatamente cambian el producto.

1.2.12. Innovación Tecnológica

1.2.12.1 Estrategia Tecnológica:

No se realiza una innovación tecnológica constante, sin embargo, han invertido en parrillas semi profesionales, cocinas, cámaras refrigerantes y en el corto plazo tienen planes para comprar artículos industriales.

1.2.12.2 Cultura de Innovación:

Actualmente no se cuenta en la empresa con una cultura de innovación.

1.2.12.3 Sistema e Infraestructura:

Actualmente no cuenta con un sistema de infraestructura, pero los dueños evalúan las mejoras que se pueden hacer, se apoyan con consultores estudiantes de universidades.

1.2.12.4 Ejecución de Proyectos de Innovación Calidad de Producto

Actualmente la sala de té no cuenta con un análisis para el desarrollo de proyectos.

1.2.12.5 Tecnologías de Información:

La sala de té no cuenta con un inventario robusto de herramientas tecnológicas, en la actualidad poseen dos computadoras con acceso a internet, y una máquina registradora. Utilizan las redes sociales como herramientas de comunicación para su público objetivo, pero no hacen uso a profundidad de todas las opciones que ponen a disposición estas redes tanto para ampliar su mercado, promocionarse o mejorar su imagen de marca.

1.3 Análisis de la Información: Áreas de Oportunidad

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

Área subárea	Fundamentación y consecuencias al superar la debilidad.
Dirección Estratégica Misión - Visión	Al entender los aspectos a mejorar de esta subárea se obtendrá: La base de las estrategias y políticas de la empresa. Las metas y lograr desarrollar una planificación estratégica eficiente. Participación de los grupos de interés relevantes de la organización, fomento de alianzas estratégicas e implicar a su personal.
Objetivos Estratégicos	Al entender los aspectos a mejorar de esta subárea se obtendrá: Organización de la operación en todo nivel. Acciones para el logro de la estrategia corporativa. Alineación de esfuerzos individuales y empresariales hacia un mismo camino. Facilidad para monitorear y analizar los resultados. Detección de prioridades para la empresa.

Mercadeo y Ventas Gestión de Ventas	Al entender los aspectos a mejorar de esta subárea se obtendrá: Aumento significativo en las ganancias de la empresa. Mejor control en el proceso de ventas. Metas claras y seguimiento post venta.
Mercadeo y Ventas Comunicaciones	Al entender los aspectos a mejorar de esta subárea se obtendrá: Confianza de los clientes internos y externos. Conocimiento de las promociones y finalidad de estas. Transmitir la identidad corporativa a los colaboradores. Optimización en la productividad de la organización. Establecer las herramientas de gestión.
Mercadeo y Ventas Relación con Clientes	Al entender los aspectos a mejorar de esta subárea se obtendrá: Ampliar la base de clientes. Fidelización de clientes. Generar confianza en nuestra organización. Manejo de objeciones y sugerencias eficientes.

Producción y Operaciones Planificación de la Producción	Al entender los aspectos a mejorar de esta subárea se obtendrá: Mejor gestión de la productividad de los colaboradores en los eventos. Mejor control en los inventarios. Estimación de la producción a medio y largo plazo.
Dirección y Liderazgo Instrumentos de Gestión	Al entender los aspectos a mejorar de esta subárea se obtendrá: Planificación de actividades y proyectos de corto, medio o largo plazo. Indicadores y estadísticas para la toma de decisiones. Identificación de productos de mayor y menor rendimiento. Fácil acceso a la información del negocio.

Tabla 3. Análisis de la información, fundamentación y consecuencias.

1.4 Recomendaciones: Acciones para realizar de manera inmediata

Acción clave de éxito a implementar
Elaborar CRM (Customer Relationship Management) para la gestión de marketing y ventas.
Otras intervenciones
• Actualización del diseño de la página web utilizando el módulo disponible en la plataforma de Odoo. • Creación de nuevo logo. • Cambio en el dominio de la página web. • Campaña publicitaria en Facebook ADS. • Capacitación sobre el uso y buen manejo de Odoo • Capacitación sobre buen uso y manejo de redes sociales. • Elaboración de dashboard en Excel para control de costos de recetas.

Tabla 4. Acción clave de éxito a implementar.

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

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

A continuación, se detalla el proceso seguido de consultoría a realizar a Sala de Biarritz.

2.1.1 Proceso de consultoría

Siguiendo los lineamientos establecidos por la Universidad Tecnológica de El Salvador, para lograr determinar la acción clave de éxito era necesario realizar una Consultoría Integral Colaborativa, la cual se divide en 10 pasos como se describen a continuación:

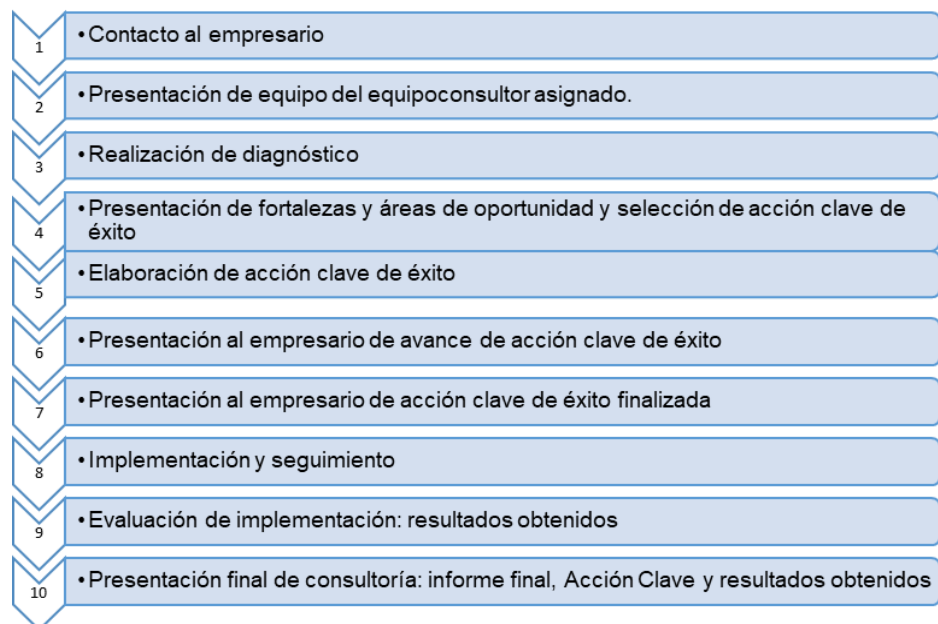


Tabla 5. Pasos consultoría

Con la herramienta de diagnóstico proporcionada por la Universidad Tecnológica se evaluaron diferentes áreas de la empresa estableciendo criterios porque de acuerdo con su rubro, para Biarritz no eran aplicables todos los aspectos específicos de la herramienta, luego se determinaron fortalezas y áreas de mejora, las cuales debían ser intervenidas. Por ello se realizaron visitas, reuniones y entrevistas con los empresarios.

Posterior a la finalización de la sesión de visitas y entrevistas, se procede a calificar los datos obtenidos.

La metodología seguida para otorgar una nota cada aspecto específico se muestra en la siguiente tabla.

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.

Tabla 6. Metodología de calificación

2.1.2 Presentación a empresario Fortalezas, áreas de oportunidad y determinación acción clave de éxito.

La finalidad era mostrarles a los empresarios aquellos pilares que sostienen su empresa y les permiten generar resultados positivos, también exponerles cuáles se consideran áreas de oportunidad, que, al atenderse, generan beneficios que permiten mejorar su competitividad en el mercado.

Se mostraron 7 áreas de oportunidad de las cuales se describió para cada una el impacto y factibilidad al tomarlas en consideración.

Con el panorama ampliamente expuesto los empresarios determinan cuál es la acción clave de éxito a implementar, atendiendo también las subáreas, para este caso optaron por el área de:

Mercadeo y Ventas:

- Gestión de ventas.
- Comunicaciones
- Relación con los clientes

La solución propuesta y aceptada por los empresarios fue:

Implantar un ERP en la nube para la gestión de marketing y ventas.

2.2 Beneficios de implementar la acción clave de éxito.

Brevemente se mencionan los beneficios que la empresa obtendrá por cada subárea a consecuencia de la implementación:

Gestión de ventas:

Tener la información de los clientes en un solo lugar, permitirá brindar un mejor seguimiento, ofrecer servicios oportunos y eficientes, las ganancias del negocio se aumentarán.

- La empresa tendrá establecido un proceso de venta.
- Claridad en las metas y objetivos.
- Tendrá disponible información para dar seguimiento post venta.

Comunicaciones:

- Genera confianza en sus colaboradores y lealtad por parte de sus clientes.
- Tendrá los canales apropiados para dar a conocer sus promociones.
- Optimiza la productividad de sus colaboradores.

Establece cuáles son sus herramientas de gestión.

Relación con los clientes:

- Creará una base de clientes que tenga la información relevante de cada uno y esté disponible en cualquier momento.
- Podrá fidelizarlos.
- Genera confianza en la organización.
- Eficiencia en el manejo de objeciones, sugerencias y seguimiento.

2.3 Descripción de la acción clave de éxito.

Los empresarios de acuerdo con su decisión optaron porque el equipo consultor los apoye en la elaboración e implementación de un CRM (Customer Relationship Management) para la gestión de marketing y ventas. Es decir, un modelo de gestión que se basa en la relación de la empresa con sus clientes, una parte fundamental para el sector del marketing. Implementar el CRM tiene como objetivo lograr que la empresa pueda fortalecer su estrategia de ventas, mejore sus niveles de atención al cliente tanto previo a la venta y posteriormente.

2.3.1 Acción Clave de Éxito desarrollada.

2.3.1.1 Acción clave de éxito:

Elaborar un CRM (Customer Relationship Management) para la gestión de marketing y ventas.



Ilustración 1 CRM Global

Con la implementación de este CRM a Biarritz se le facilitará realizar un seguimiento a sus actividades de ventas, tendrá a disposición desde la fase de contacto hasta la posibilidad de generar y entregar una cotización, automatizará sus procesos y tendrá mayores oportunidades de negocio.

El CRM es la estrategia de negocios que la empresa utilizará para interactuar con sus clientes y lograr la fidelización, para implementarlo se trabajará con ERP Odoo.



Ilustración 2 ERP ODOO

2.3.1.1.1 Objetivos:

Adquirir la versión comunitaria del software ERP de Odoo y vincularlo con un servidor de Amazon.

- Configurar CRM en Odoo y sus distintos módulos.
- Implementar CRM Odoo en Biarritz.

2.3.1.1.2 Alcance:

En el tiempo de duración de la consultoría integral colaborativa se implementará el CRM de Odoo en la empresa Biarritz, dejándolo vinculado con el servidor de Amazon y realizarán las configuraciones de los módulos que permitan el manejo eficiente de la gestión de mercadeo y ventas, con el objetivo de:

- Crear y segmentar la base datos de clientes.
- Establecer flujos de trabajo centrados en clientes potenciales.

Con el CRM Odoo la empresa tendrá a disposición informes personalizados en los cuales podrá comparar datos de diferentes períodos y monitorear la evolución de su negocio.

2.3.1.1.3. Implementación CRM con ERP Odoo.

“Vinculación de servidor contratado en Amazon con ERP Odoo y su implementación básica”.

Para ello es necesario tener una cuenta en AWS (Amazon Web Services) con la cual se tiene acceso a un entorno virtual que permite cargar el software y los servicios requeridos por la aplicación, no está de más mencionar la seguridad aplicada para proteger y reforzar la infraestructura.

Teniendo la cuenta AWS, se ejecuta una instancia Elastic Compute Cloud (EC2), es decir, un servicio web que proporciona capacidad informática en la nube, que básicamente consiste en una máquina virtual, y lo más importante, Amazon brinda un año gratis para utilizarlo.

Posterior al año tiene un costo y dependerá del modelo de instancias de compra elegido de Amazon EC2.

2.3.1.1.4 Dashboard en Excel para el control de costos de recetas.

Como complemento de la acción clave de éxito acordada con los empresarios, se elabora un dashboard en Excel con la finalidad de llevar en un solo documento el registro de cada uno de los productos utilizados en las operaciones diarias de Biarritz.

En el dashboard se registran: cuentas o productos, costos por productos, costos de recetas individuales, registro total de recetas, categorías de recetas, como se muestra a continuación:



Ilustración 3. Menú dashboard para el manejo de costos de recetas.

2.3.1.1.5 ¿Por qué Odoo es funcional?

Según nuestro estudio y evaluación, la herramienta Odoo es una de las mejores alternativas en el mercado software libre, por las características que ofrece a sus clientes ya que esta plataforma brinda soluciones beneficiosas.

Odoo es adaptable a las necesidades reales que el cliente necesite, por ser software libre permite a la empresa crear sus funciones a la medida, su uso y navegación es bastante amigable la interacción con el usuario permitiendo a este su uso de inmediato. A la empresa le permitirá optimizar costes y reducir el tiempo para la realización de tareas administrativas.



Ilustración 4 Plataforma del Odoo

Es la aplicación idónea para solucionar algunos de los problemas que se pueden enfrentar en una buena gestión empresarial, podremos obtener datos que faciliten la toma de decisiones.

Entre las ventajas destacan:

- Buen manejo y registro de datos.
- Estadísticas y tableros de control fiables, fáciles de obtener.
- Información unificada y clasificada.
- Histórico de datos que permite analizar la evolución de los resultados.
- Optimización de los tiempos en los procesos.
- Control de perfiles de usuarios.

Sistema Odoo permitirá a Biarritz eliminar reprocesos que hacen lentas las operaciones del día a día, con este sistema podrá registrar datos en menos tiempo, eliminando informes manuales, ayudando así a tener información al día que le ayuden a la toma de decisiones.

Una de las características de Odoo y la más importante, es su integración global, por su mejora continua en el sistema, la demanda es tanta que se involucra mucha gente para desarrollar el mejor software libre y considerando que entre más personas utilicen la herramienta y reporten cada problema o inconveniente encontrado, también más personas podrán corregir esos errores y en conjunto encontrar la mejor solución, eso lo hace mucho más estable y competitivo.

2.3.1.2 Aplicaciones

- **Ventas:**

Cerrar oportunidades de venta con Odoo es sencillo. Porque el sistema brinda una cotización previamente establecida, mostrar los detalles de cada uno de los servicios o productos que ofrece, puede personalizar según su necesidad y dejarla predeterminada en la cotización.

También proporciona el historial de transacciones y comunicaciones rápidamente. Es muy sencillo conocer con claridad los movimientos realizados en las operaciones y cualquier información relacionada con la transacción.

En cualquier momento, se puede obtener un informe general de las actividades de ventas. Los ingresos por los vendedores o departamentos. Ingresos por categoría de producto, estudiar un producto específico, por trimestres o meses para la toma de decisiones del mismo

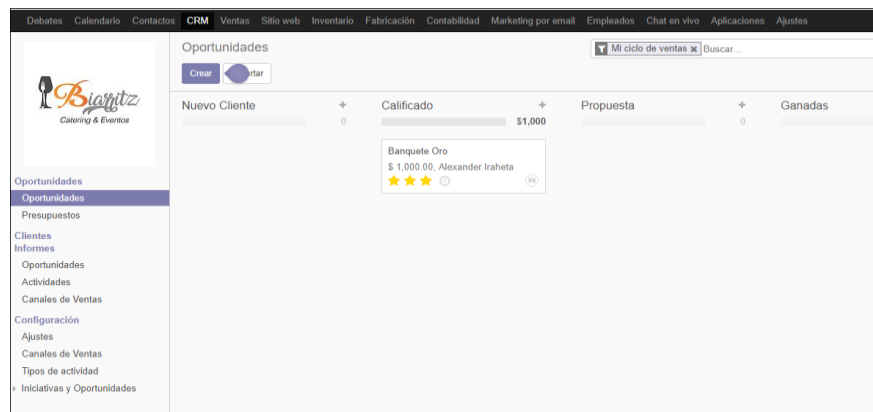


Ilustración 5. Creación de Oportunidades en Odoo

Ya una vez creada la oportunidad esta se mueve de manera manual según sea la etapa en la que se encuentre, en donde cabe mencionar que la bondad de Odoo es que estas pueden personalizarse de acorde a las necesidades de Biarritz.

		Presupuestos				Buscar...
		Crear Importar				Filtros ▼ Agrupar Por ▼
						1-2 / 2
						Favoritos ▼
☐	Número de presupuesto	Fecha de presupuesto	Cliente	Comercial	Total	Estado
☐	SO002	18/06/2019 12:40:40	Oscar Bolaños	biarritz sv	\$ 300.00	Presupuesto enviado
☐	SO001	07/06/2019 18:18:50	william alvarado	Administrator	\$ 247.50	Presupuesto

Ilustración 6 Elaboración de presupuestos en Odoo

- **Calendario:**

Se basa en una interfaz fácil de usar. La aplicación del calendario permite llevar el control de las actividades, horas, día y meses en los cuales la sala de té tendrá un evento contratado, de esta manera no duplican los eventos con sus clientes, brindando un mejor servicio y respuesta oportuna a la hora de solicitar una cotización.

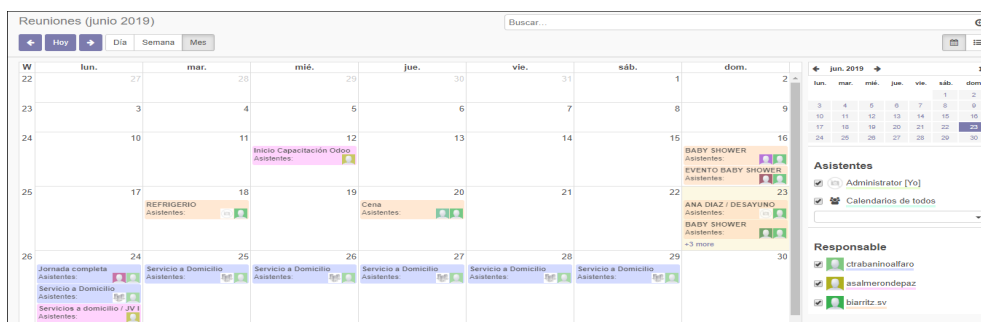


Ilustración 7 Calendario Odoo

- **Contactos:**

Se basa en una interfaz fácil de usar. Este módulo proporciona una vista rápida de su directorio de contactos, accesible desde su página de inicio. Puede hacer un seguimiento de sus proveedores, clientes y otros contactos. Es una agenda digital personalizada que facilita la búsqueda pudiendo agrupar o filtrar los contactos con mayor facilidad.

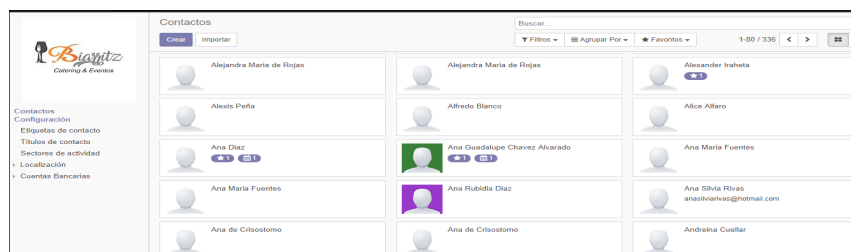


Ilustración 8 Vista de contactos ingresados en Odoo

- **Constructor del sitio web:**

Permite agregar funciones a medida el negocio crece: trabajo, comercio electrónico, portal de clientes, eventos, blog de la empresa, llamada a la acción, informativos, etc.

Puede crearse el sitio web ajustado de acuerdo con las pautas de marca y estilo que la empresa necesite, la portada y las otras pestañas donde podemos decir quiénes somos, qué productos se venden y donde se puede contactar sus servicios.



Ilustración 9 Vista página web elaborada en Odoo

- **Marketing por email:**

Se basa en una interfaz de marketing digital que sirve para comunicarse con clientes potenciales y actuales mediante el envío de correos electrónicos personalizados o masivos, permitiendo así tener un mayor contacto con los clientes si no nos conocen por medio de estos lograremos tener contacto.

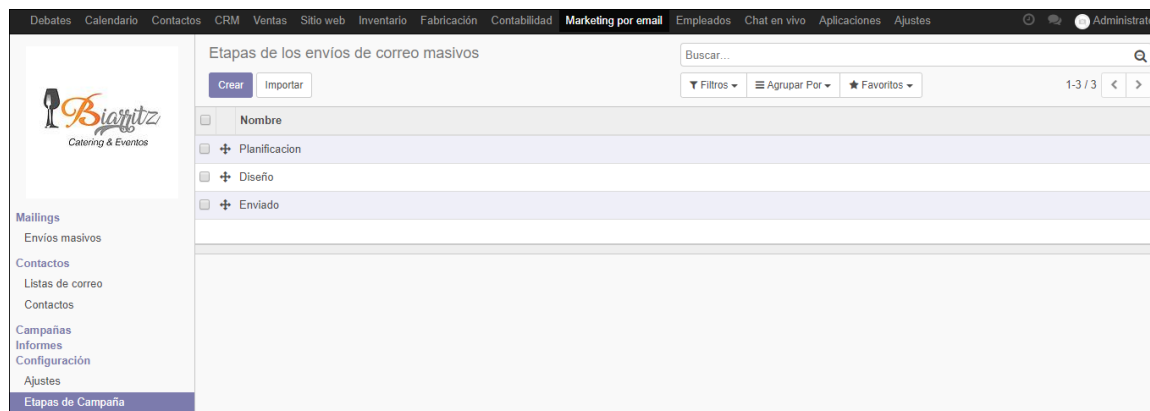


Ilustración 10. Marketing por email

2.3.1.3 Implementación ERP

2.3.1.3 .1 Selección e instalación de módulos o aplicaciones.

La selección de los módulos a instalar está ligada a la acción clave de éxito elegida por los dueños de Biarritz, con la acción clave se pretende brindar soluciones ágiles e innovadoras a las actividades y procesos relacionados con el área de Mercadeo y Ventas, y por ello se instalaron los siguientes:

- Calendario o agenda.
- Contactos.

- CRM.
- Ventas.
- Sitio web
- Marketing por email.
- Empleados
- Tableros de Indicadores.

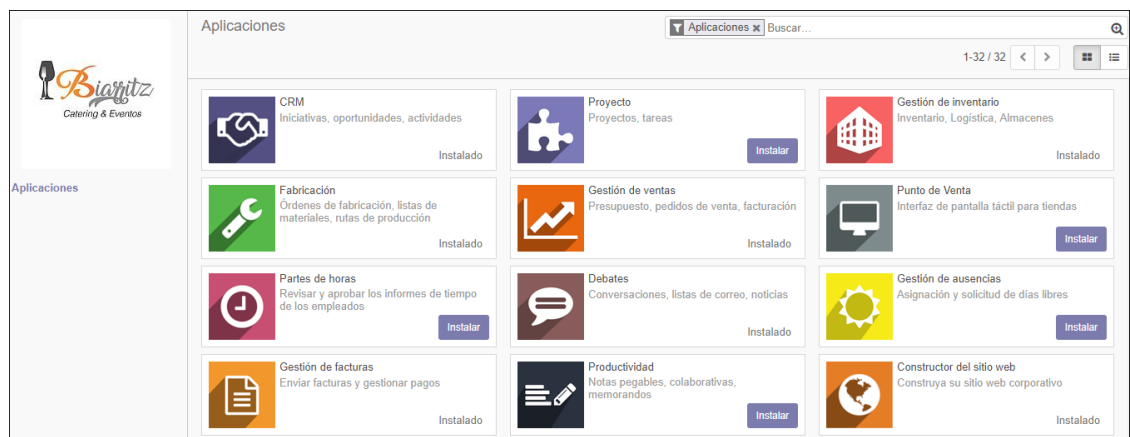


Ilustración 11 Aplicaciones de Odoo

El proceso de la instalación de cada módulo que se desea aplicar en el ERP y la compañía es sumamente práctico y sencillo de implementar, ya que, en la opción de aplicaciones, se selecciona y únicamente hace clic en el botón de “instalar”, el sistema lo adiciona automáticamente y lo relaciona internamente con los demás módulos, creando así una vinculación de todo el sistema e interactuando en una sola base de datos, lo que permite tener un sistema integrado.

Se agregaron al sistema los módulos que tienen peso en la estructura de la organización, tomando en cuenta que se pueden adicionar más en un futuro. Se instalaron los módulos que Biarritz hoy por hoy necesita para el buen funcionamiento de sus operaciones.

Razón por la cual pasaremos al proceso más importante el cual consiste en crear los parámetros de cada módulo o la creación de información para que estos interactúen de forma correcta y consistente en la organización, de tal forma que sea fiable y veraz para el manejo de sus datos.

A continuación, empezaremos con las parametrizaciones y cargas de información esencial para el manejo del sistema.

- **Gestión de la relación con el cliente**

La gestión de la relación con el cliente es una de las partes más importantes de una empresa, se simplifica con el sistema Odoo CRM pues le permite a la empresa realizar el seguimiento de sus actividades de venta de manera fácil y sencilla basada en la satisfacción del cliente.

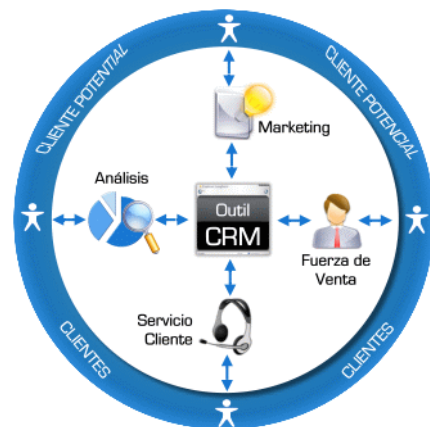


Ilustración 12 Esquema de la relación del CRM con los clientes

La herramienta permite a las empresas:

- Gestionar las iniciativas y oportunidades de ventas recogidas en el formulario de contacto de su sitio web.
- Efectuar seguimiento de los correos y documentos intercambiados con los clientes.
- Creación de iniciativas emprendidas sobre las acciones a seguir con clientes potenciales.
- Monitorear el estado de las oportunidades de negocio que pueden derivarse en futuros presupuestos.
- Gestión de los contactos (libreta de direcciones, cuentas, creación de categorías, etc.)

Debido a que el CRM va acompañado de la venta, se debe instalar el módulo de ventas que incluye:

- Pedidos
- Presupuesto
- Clientes
- Catálogo y productos
- Tarifas
- Informes

- Ventas

Podemos explicar el CRM de Odoo como una serie de eventos que comienzan con la identificación de un cliente potencial, quien pasa por diversas etapas, una de ellas es la propuesta o envío de una cotización hasta llegar a la venta o rechazo de la cotización.

Si fue venta, se realiza un seguimiento posterior y a partir de este punto se crean más oportunidades que en un futuro podrían llegar a ser ventas y por tanto se convierte en una rentabilidad para la empresa.

- **Crear un cliente**

Una persona que se agregue a la base de datos de Odoo es un cliente potencial y la manera de ingresarlo es la siguiente.

En la pestaña ventas buscar el menú pedidos y luego clientes, finalmente en crear, aparecerá la siguiente pantalla:

The screenshot shows the 'Crear un cliente' (Create a client) form in Odoo. The form is for an 'Individual' client. It includes fields for 'Nombre' (Name), 'Dirección' (Address), 'Sitio web' (Website), 'Etiquetas' (Tags), 'Puesto de trabajo' (Job position), 'Teléfono' (Phone), 'Móvil' (Mobile), 'Fax', 'Correo electrónico' (Email), 'Título' (Title), and 'Idioma' (Language). There are also summary statistics at the top right: 'Activo' (Active), 'Oportunidades' (Opportunities), 'Reuniones' (Meetings), 'Actividades' (Activities), 'Facturado' (Invoiced), and 'Ventas' (Sales). At the bottom, there are tabs for 'Contactos y direcciones', 'Notas internas', 'Ventas y Compras', and 'Contabilidad', along with a 'Crear' (Create) button.

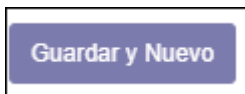
Ilustración 13 Pantalla de crear un cliente.

La herramienta muestra la opción individual como primera alternativa, en caso desee ingresar a un cliente empresarial, debe seleccionar la opción Compañía. Para tener una información bastante completa de cada cliente individual o empresa, se sugiere llenar todos los campos, aunque Odoo permitirá dejar algunos vacíos. En esta pantalla puede agendar reuniones, ingresar datos de la empresa donde labora, o crear notas internas en donde se ponga un comentario que nos ayude a identificar mejor al cliente o características que hacen sentir al cliente como el unico cliente.

A continuación, una breve descripción de algunos botones:



Se utiliza cuando desea guardar toda la información ingresada del contacto y salir a la pantalla principal.



Se utiliza para guardar toda la información ingresada del contacto y luego abre una nueva pantalla para continuar creando nuevos contactos.

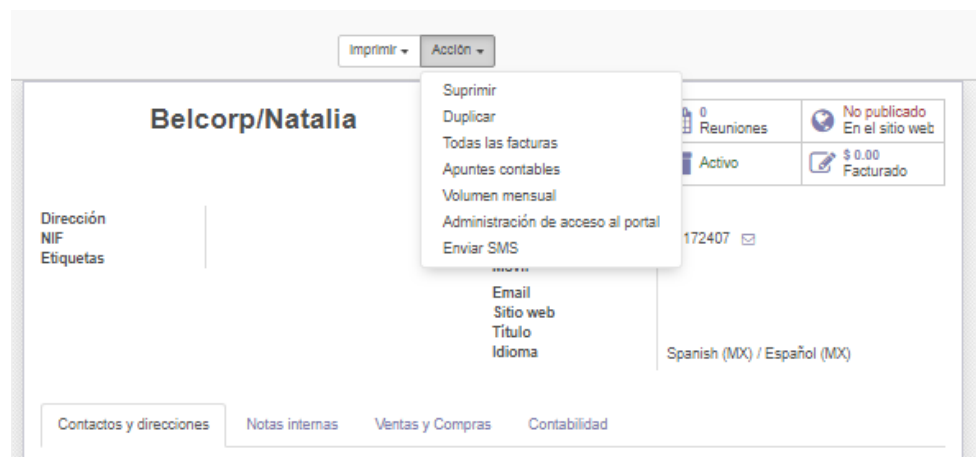


Ilustración 14 Acciones disponibles en la edición de contactos

Odoo también permite en esta misma pantalla, suprimir contactos, duplicarlo, verificar todas sus facturas, visualizar cuánto genera de volumen al mes, administrar acceso al portal web y enviar SMS.

- **Ingresar un producto:**

Ingresa en la pestaña de ventas y busca la opción catálogo, aparece la siguiente pantalla:



Seleccionar la opción **Productos** y luego **crear**, aparece la siguiente pantalla:

Ilustración 15. Ingreso de productos

A screenshot of the Odoo 'Crear producto' (Create product) form. The form is titled 'Nombre del producto' and has a 'Guardar' (Save) button and a 'Descartar' (Discard) button. The form contains several fields: 'Tipo de producto' (Consumible), 'Categoría' (All), 'Referencia interna' (empty), 'Código de barras' (empty), 'Precio de venta' (1.00), and 'Precio de coste' (0.00). There are also checkboxes for 'Puede ser vendido' and 'Puede ser comprado', and a status indicator 'Activo'.

Ilustración 16 Editar nombre de productos.

Colocamos el nombre del producto o servicio y toda la información requerida , la cual, puede ser editada en cualquier momento, una vez completa todos los campos, seleccionamos guardar.

Además de la información general del producto podemos agregar una fotografía en el campo correspondiente para tener una mayor referencia, una vez llena la información del producto y dar clic en guardar, despliegala pantalla de la siguiente manera:

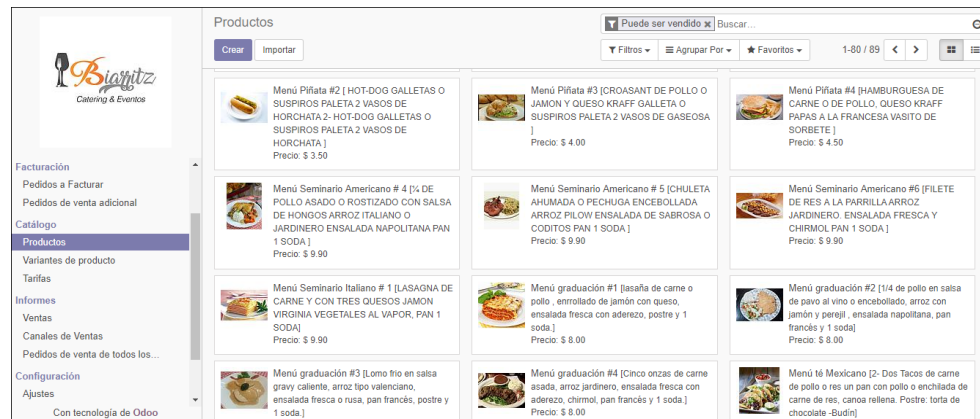


Ilustración 17 Vista productos editados

- **Crear de oportunidades**

En el menú CRM, en la pestaña oportunidades se crean cotizaciones,

posibles ventas y un seguimiento pos venta agendado. Al crear una oportunidad se despliega la siguiente de la izquierda.

Ilustración 18 Crear oportunidades

Una vez creada la oportunidad, ésta se mueve de forma manual según sea la etapa en la que se encuentre, Odoo permite que puedan personalizarse de acuerdo con las necesidades de la empresa, un ejemplo es el siguiente:

The screenshot shows the 'Oportunidades' (Opportunities) dashboard in Odoo. At the top, there's a search bar and filters. Below, a progress bar indicates the stages of an opportunity: 'Nuevo Cliente' (0), 'Calificado' (\$1,000), 'Propuesta' (0), and 'Ganadas' (0). A tooltip for the 'Calificado' stage shows a specific opportunity: 'Banquete Oro' with a value of '\$ 1,000.00, Alexander Iraheta' and a rating of three stars.

Ilustración 19 Etapas de las oportunidades creadas.

Si cliente lo pide, puede enviarle una cotización, también se hace desde Odoo, módulo de ventas, selecciona pedido y luego crear, así como lo muestra la siguiente pantalla:

The screenshot shows the 'Nuevo' (New) quotation form in Odoo. It includes fields for 'Cliente' (Client), 'Plantilla de presupuesto' (Template), 'Fecha de caducidad' (Validity Date), 'Tarifa' (Tariff), and 'Plazos de pago' (Payment Terms). Below these is a table for 'Líneas del pedido' (Order Lines) with columns for 'Producto' (Product), 'Descripción' (Description), 'Ctdad pedida' (Quantity), 'Precio de Unidad' (Unit Price), 'Impuestos' (Taxes), and 'Total'. At the bottom, there's a summary section for 'Base imponible' (0.00), 'Impuestos' (0.00), and 'Total' (0.00).

Ilustración 20 Campos a llenar para elaborar cotización.

Una vez llena esta ventana se realiza la cotización que posteriormente se enviará al cliente en formato PDF, puede ser revisada en la previsualización, de la manera siguiente:

EVENTOS Y CATERING

BIARRITZ
 Colonia Médica diagonal Dr. Arturo Romero N° 415
 San Salvador
 El Salvador

Oscar Bolaños

Presupuesto # SO002

Fecha del presupuesto: 18/06/2019 18:40:40 Comercial
 biarritz sv

DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO DE UNIDAD	IMPUESTOS	PRECIO TOTAL
[2- Dos Tacos de carne de pollo o res un pan con pollo o enchilada de carne de res, canoa rellena. Postre: torta de chocolate -Budin] Menu te Mexicano	75.000	4.00		\$ 300.00
Subtotal				\$ 300.00
Total				\$ 300.00

Ilustración 21 PDF - Cotización

- **Ingresar proveedores**

Es importante tener una base de datos de los proveedores de la empresa, Odoo nos permite crearla ingresando al módulo contabilidad, opción compras, datos principales y finalmente la pestaña proveedores /crear como se muestra a continuación:

Proveedores / Nuevo

Nombre

Compañía

Dirección

Calle...

Calle 2...

Ciudad Estado C.P.

País

NIF Por ejemplo, ESA0000000

Etiquetas

Puesto de trabajo Por ejemplo, Director de Ventas

Teléfono

Móvil

Email

Sitio web Por ejemplo, www.odoo.com

Título

Idioma Spanish (MX) Español (MX)

Contatos y direcciones

Notas internas

Ventas y Compras

Contabilidad

Ilustración 22 Ingreso de proveedores

- **Sitio web.**

Odoo es una aplicación web y puede implementarse en cualquier dispositivo y sistema operativo que ejecute navegadores de Internet y todos los sistemas operativos compatibles, puede usarse en pc's, tablets o celulares.

Pueden desarrollarse sitios web funcionales sin mucho conocimiento técnico, ya que cualquier usuario puede capacitarse para el uso y administración de este.

Los beneficios del sitio web son:

- Publica información de la empresa con datos actualizados.
- Facilita el comercio electrónico.
- Agiliza la atención al cliente.

Para crear la página web debe ingresar como administrador.

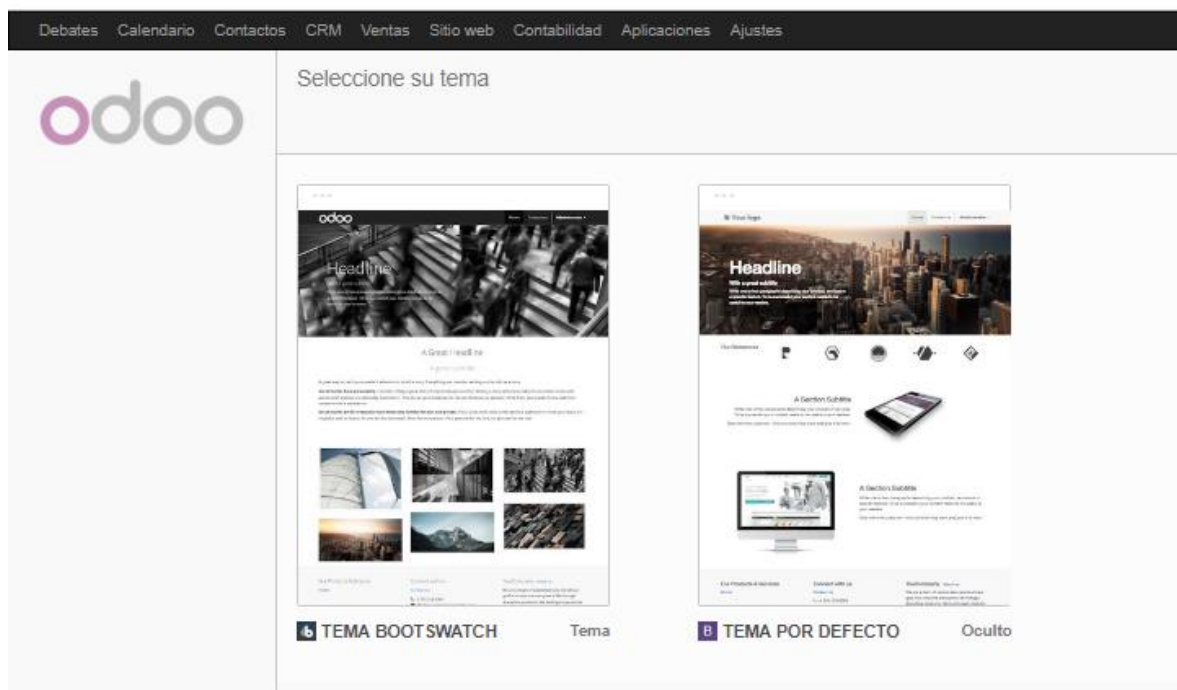


Ilustración 23 Creador de sitio web en Odoo

2.3.2 Socialización acción clave de éxito

La acción clave de éxito en Biarritz se fue atendiendo mediante una serie de visitas en las cuales se abarcaron los distintos puntos principales para desarrollarla, lograr que los empresarios se familiarizaran con la propuesta e hicieran uso de ella en la operación diaria del negocio.

En una empresa a punto de cumplir cuarenta años de existencia, cambiar la cultura organizacional no es tan fácil y por esa razón la socialización de esta acción clave se hizo por etapas.

2.3.2.1 Etapa 1: Determinación de la acción clave de éxito.

Inicia con la primera reunión con ambos propietarios de sala de té Biarritz en donde de distintas opciones se seleccionó como acción clave el área de mercadeo y ventas, con sus subáreas:

- Gestión de ventas
- Comunicación
- Relación con los clientes



Ilustración 24. Reunión con empresarios

El día 13 de febrero tuvimos la presentación del equipo consultor con los empresarios, este fue el inicio y reto de nuestra consultoría, definimos que todos los sábados y los días que fueran necesarios nos reuniríamos para comenzar en la herramienta para hacer el diagnóstico de la Sala de té.

2.3.2.2 Etapa 2: Acercamiento.

Se visitó la Sala de té Biarritz y se muestra a los empresarios las bondades del sistema Odoo, con la finalidad que ellos lo conocieran de manera general, y especialmente mostrar los beneficios que traería a Biarritz.



Ilustración 25. Visita a las instalaciones de Biarritz

2.3.2.3 Etapa 3: Capacitación a responsables de utilizar sistema Odoo.

Una vez presentado el sistema Odoo, se realizaron una serie de visitas para mostrar al empresario como se manejaba y empezar a implementarlo de manera periódica en la operación de Sala de té Biarritz, en estas ocasiones se brindaron capacitaciones para solventar todas las dudas respecto al sistema.



Ilustración 26. Visita a Biarritz



Ilustración 27. Visita a Biarritz

2.3.2.4 Etapa 4: Capacitación en el uso de redes sociales.

En Sala de té Biarritz es de vital importancia hacer un buen uso de las redes sociales ya que es por este medio donde se efectúa la mayoría de las negociaciones con el cliente.



Ilustración 28. Capacitación en redes sociales.



Ilustración 29. Capacitación en redes sociales.

En esta capacitación se mostró cómo usar esta red social tanto en la computadora, así como en los teléfonos móviles.



Ilustración 30. Demostración a empresarios.

Adicionalmente se realizó capacitación sobre Facebook ADS ya que se lanzó una campaña publicitaria obteniendo resultados positivos. En esta parte se asistió a eventos para tomar fotos y que estas fuesen publicadas en Facebook y además conocer a detalle cómo se realiza cada uno de los eventos con el fin de analizar el mercado, los clientes y la operación en general.



Ilustración 31. Eventos atendidos

2.3.2.5 Etapa 5: Asesoría sobre costeo.

A pesar que la acción clave se enfocó en el área de Mercadeo y ventas, se observó en el proceso de consultoría que en Sala de té Biarritz no se contaba con un costeo adecuado de los productos, y se elaboró un archivo en Excel que sirva de guía para tener un adecuado costeo, si bien no se implementó a profundidad, por cuestiones de tiempo ya quedan las bases para costear de una mejor manera así como también un guía en caso de tener futuras consultorías en la Universidad Tecnológica de El Salvador



Ilustración 32. Seguimiento

2.3.2.6 Etapa 6: Cierre del proceso de consultoría colaborativa.

En esta etapa se solventaron las ultimas dudas respecto a todo el proceso de consultoría integral colaborativa, quedando el compromiso de un seguimiento por 2 meses más del equipo consultor para ayudar a los empresarios en caso de hacer mejoras en el proyecto.

2.4 Fundamentación teórica de la acción clave.

El marco teórico presentado a continuación, hace referencia a la acción clave de éxito implementada para la empresa Biarritz.

2.4.1 ¿Qué es un ERP?

La planificación de recursos empresariales (ERP) muchos son los autores que lo han conceptualizado, a continuación, se citarán algunos de ellos:

“Las herramientas ERP comparten un proceso y un modelo de datos comunes, que abarcan procesos operativos de extremo a extremo, amplios y profundos, como los que se encuentran en finanzas, recursos humanos, distribución, fabricación, servicio y la cadena de suministro”. (Brislen, Krishnakumar y O'Donnell, 2017)



Ilustración 33. ERP

“Las aplicaciones ERP automatizan y soportan una variedad de procesos administrativos y operativos de negocios en múltiples industrias, incluida la línea

de negocios, atención al cliente, aspectos administrativos y de gestión de activos de una empresa”. (Gartner, 2019)

2.4.2 Objetivo del ERP

Muchos son los autores o empresas que hablan de ERP y su uso en las empresas, pero podemos resumir los más importantes:

- Integración de los procesos.
- Crear valor y reducir costos.
- Proporcionar una solución informática para llevar el control de la empresa.

2.4.3 Características de un ERP

Al igual que los objetivos, de hecho, existen muchísimos autores y libros que hablan del tema y en la mayoría se menciona un factor común: debe proveer información segura, confiable y oportuna, en tiempo real.

En el mundo empresarial, hablando de ERP muchos conocen o han escuchado hablar de SAP o de ORACLE por ejemplo, en este documento los dejaremos a un lado y se hablará específicamente de Odoo porque es en este sistema que Biarritz comenzará a trabajar.

Bytacora Soluciones Informáticas (2015), menciona que las principales características de Odoo ERP son las siguientes:

- Es un sistema de código abierto.

- Multiplataforma.
- Posee una importante comunidad de desarrolladores.
- Integración con otras aplicaciones.
- Puedes contratar únicamente lo que necesites.

2.4.4. Ventajas de un ERP

Por ser un software de código abierto tiene muchas ventajas respecto a otros softwares, destaca su capacidad de personalización para adaptarse a las necesidades específicas de cada empresa.

Según Villaverde Page (2018) las ventajas más representativas son las siguientes:

- **Es una solución integral para su empresa.**

Odoo es un paquete de software empresarial que cubre todas sus necesidades. Incluye módulos de inventario, ventas, CRM, contabilidad, fabricación, recursos humanos y muchos más.

- **Bajo costo de implementación.**

Odoo tiene un costo relativamente bajo de implementación, y también bajos costos recurrentes. Una de las razones es por las licencias. La versión Community de Odoo no tiene coste de licencia, aunque carece de algunas

características y también carece de la posibilidad de recurrir a los servicios de consulta o de atención al cliente.

- **Personalizable.**

Los partners de Odoo pueden hacer modificaciones para adaptarlo a las necesidades individuales de su negocio.

Por lo tanto, incluso si tiene una necesidad específica que vaya más allá de la tienda de aplicaciones de Odoo, un partners puede desarrollar esa función para usted. Esto es extremadamente valioso, porque la instalación de un ERP para toda la compañía a menudo implica grandes cambios en los procesos de trabajo por parte de sus empleados y personal. Cuanto más pueda hacerse para que el software Odoo ERP se ajuste a sus necesidades, menos tendrá que cambiar sus prácticas de trabajo. Y también contribuirá a que su proyecto de implementación de Odoo sea un éxito.

- **Fácil integración.**

Al igual que la personalización, la facilidad de integración reduce la cantidad de cambios de comportamiento que su empresa necesita para adoptar su nuevo ERP.

- **Fácil de implementar.**

En vista que Odoo tiene una estructura modular puede implementarse en un enfoque por fases, por ejemplo, un módulo a la vez. Esto le permite avanzar a un ritmo manejable.

- **Escalable.**

Durará mucho tiempo por su capacidad de desarrollo. No solo verá el presente, sino también su futuro, Odoo puede crecer con usted. Cuando crece el número de empleados, simplemente puede agregar más usuarios, si aumentan sus necesidades de nuevas funcionalidades en su negocio (por ejemplo, agregar eCommerce, fabricación, etc.), puede agregar nuevos módulos.

- **Múltiples opciones para elegir.**

Odoo permite el alojamiento en las instalaciones o solo alojamiento en la nube, otra opción es elegir entre las versiones Community y Enterprise.

- **Comunidad poderosa.**

Hay una comunidad además de la compañía editora que trabajan para mejorar el producto. Los desarrolladores analizan constantemente el software en busca de errores, y agregarán nuevas funciones y aplicaciones que pueden ser útiles para usted. Odoo incorpora muchas de estas características cuando lanza su nueva versión todos los años.

- **Seguridad.**

Otro beneficio del código abierto es que conduce a una mayor seguridad. Los desarrolladores de la comunidad pueden encontrar agujeros en el código fuente y corregirlos antes de que se aprovechen de ellos.

- **Interfaz de usuario intuitiva.**

La página principal después de iniciar sesión muestra los diferentes módulos a los que cada usuario tiene acceso y pueden navegar en ellos.

2.4.5 Pilares de un ERP

Implementar un proyecto de software no siempre es fácil, implica un proceso complejo, una buena planificación y soporte continuo. Uno de los factores clave es tener a todo el personal de la empresa implicado y esto es porque cuando llegue el momento de explicar los procesos o utilizar la herramienta, deben estar en completa disposición. Desligarse de los procesos habituales en la empresa a veces se vuelve un poco complicado y por ello debe realizarse un proceso de selección de soluciones previamente, es decir, tener los requerimientos a detalle y escoger la solución ideal.

Los últimos 2 pilares, pero no los menos importantes, hacen referencia a la selección de un buen proveedor que para este caso, es la elección del software y estar preparado para el cambio, aprovechar la transición para lograr

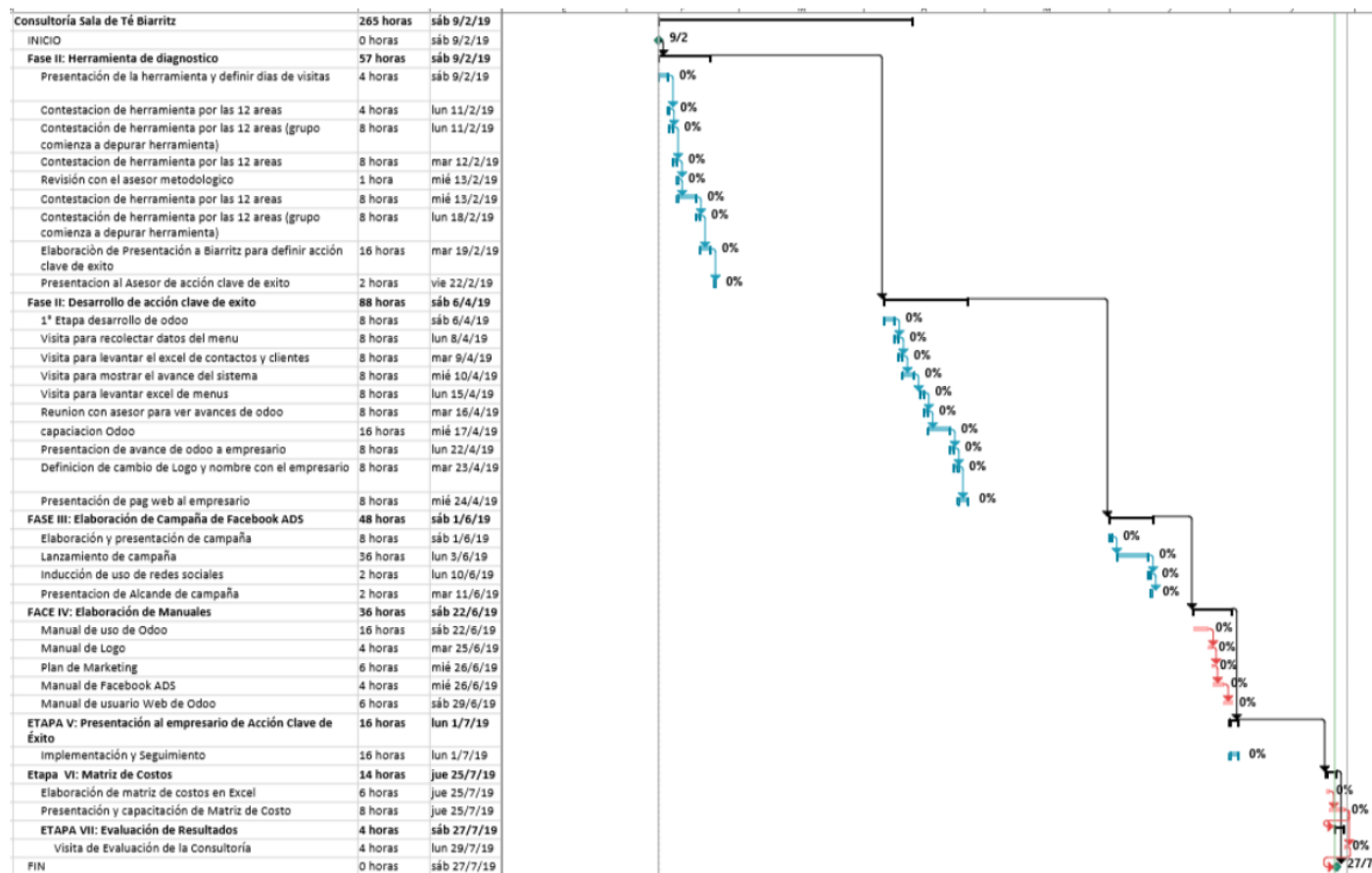
una mayor eficiencia de los colaboradores. El compromiso de todos es vital para poner en marcha el ERP.

De acuerdo a Martínez (2012), se establecen 15 criterios para la selección de proveedores de software, se detallan a continuación:

- Criterios económicos
- Criterio de afinidad o cercanía
- Reputación del software
- Sectorización del software
- Especialización de la consultoría
- Demostrada eficiencia de las empresas del sector
- Software cerrado
- Software a medida
- Conectividad
- Soporte y servicios de mantenimiento
- Adaptación a la normativa vigente
- Plataforma y evolución del software
- Migración de datos
- Seguridad de la información
- Popularización de la herramienta

2.5 Plan de implantación de la acción clave de éxito

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



III. Resultados de la implementación acción clave de éxito.

A continuación, en la siguiente tabla se resumen los principales resultados obtenidos de la intervención realizada por el equipo consultor en el periodo comprendido entre los meses de enero y julio 2019.

3.1. Acción clave de éxito: Elaboración e implementación de ERP.

Área intervenida: Mercadeo y Ventas.

Subáreas intervenidas:

Gestión de ventas.

Comunicaciones.

Relación con los clientes.

Antes de la intervención	Después de la intervención	Evidencias
Falta de una adecuada gestión de ventas.	Mejora el control en el proceso de ventas, en Odoo los empresarios ahora pueden: Crear oportunidades. Identificar clientes potenciales. Elaborar presupuestos. Controlar anticipadamente la disponibilidad de fechas para	Configuración de los siguientes módulos en Odoo: Ventas. CRM. Calendario.

	eventos. Hacer uso de los reportes disponibles en Odoo.	
Falta y pérdida de oportunidades de negocio por una gestión deficiente.	Se realizó la configuración para que los empresarios puedan: Realizar marketing por email. Tener la base de clientes actualizada y accesible.	Configuración de los siguientes módulos en Odoo: Marketing por email. Contactos.
Falta de una metodología y agilidad en el proceso comunicacional	Se muestra a los empresarios como hacer uso de las herramientas de gestión disponibles en Odoo.	Configuración de los siguientes módulos en Odoo: Chat en vivo. Sitio web Configuración de formulario “contáctenos” en página web.

Tabla 7. Intervenciones

3.2. Otras intervenciones:

Dashboard en Excel para el control de costos de recetas.

Los empresarios manifestaron su intención de utilizar Odoo y aprovechar al máximo sus bondades, los módulos que desean incluir posteriormente son

contabilidad, costos e inventario; para ello como equipo consultor hicimos énfasis que primero deben ordenar sus controles, registros y sobre todo, contar con la información actualizada como por ejemplo, cuentas contables, ingresos por ventas, categorías de productos y recetas definidas.

Fue pensando en este último punto que se creó un dashboard en Excel, el cual servirá para ingresar por categorías, todos los productos que manejan. Tal como se detalla en la ilustración a continuación:



Costos Biarritz

Menú

DESECHABLES	ABARROTES	FRUTAS Y VERDURAS	LACTEOS	AVES Y CARNES	MARISCOS	PANADERÍA Y OTROS	EMBUTIDOS
GORROS	AZUCAR EN SOBRE	ACHIOTE MOLIDO	QUESILLO CORRIENTE	POLLO	CAMARON MEDIANO	PAN PEGADITO	JAMON FAMILIAR FUD
BOLSAS ZIPLOC	SAL EN SOBRE	AGUACATE	QUESILLO ESPECIAL	RECORTE DE POLLO	CABEZA DE PESCADO	PAN FRANCES CORRIENTE	JAMON DE PAVO
GUANTES DE LATEX	CAFÉ EN LIBRA	AJO	QUESO DURO	PECHUGA DESHUESADA	LONJA DE TIBURON	PAN PAVITO	SALCHICHAS DE PAVO FUD
GUANTES DE POLIPEL	ACEITE	ALCAPATE	QUESO PETACONES	CARNE MOLIDA DE POLLO	JAIBA	PAN DE CAJA PULLMAN	LONGANIZA FUD
TENEDOR GRANDE	LASCA DE LASAGÑA	APIO	QUESO CREMA	CARNE MOLIDA DE RES	PESCADOS ENTEROS	PAN DE HAMBURGUESA	CHORIZO ARGENTINO
CUCHILLO	MAYONESA	ARRAYAN	QUESO FRESCO	CHOQUEZUELA	LONJA BOCA ROJA	CROASAND MEDIANO	
PAPEL ALUMINIO	ADEREZO	AYOTES	QUESO AMARILLO tipo KRAF	SALÓN		CROASAND GRANDE	
CUCHARA PEQUEÑA	MOSTAZA	BERRO	CREMA CORRIENTE	POSTA DE GALLINA		PAN DE CENA	
CUCHARA GRANDE	SALSA INGLESA	BROCOLI	CREMA ESPECIAL	HUESO CORRIENTE DE RES		PAN DE HOT DOG	
CONITOS PARA AGUA	VINO PRESIDENTE	CANELA EN RAJA	LECHE LIQUIDA	TRIPA		PAN CHANCLETA	
BANDEJA TAQUERA #2	WELCH'S	CANELA MOLIDA	SUSTITUTO	TORTITAS DE POLLO		PAN EN POLVO	
BOLSA DE GABACHA #3	VINAGRE BALSAMICO	CEBOLLA BLANCA	LECHE EN POLVO	TORTITAS DE RES		VOLOVANT	
BOLSA TRANSPARENTE 5X8	CHAMPIÑONES	CEBOLLA MORADA		CHULETAS DE CERDO		MINI VOLOVANT	
BOLSA GABACHA #1	PASTA DE TOMATE	CHILE CIRUELA SECO		LOMO ROLLIZO		MINI TARTARITA	
POLIPEL	TE DE MANZANILLA EN SOBRE	CHILE JALAPEÑO		COSTILLA DE CERDO		PAN CHAPATA	
BOLSA TRANSPARENTE 6X10	CREMORA	CHILE VERDE		PATA DE RES		PAN FOCACCIA	
PALILLOS EN CAJITA	CODITOS	CHILE PIMIENTO ROJO		CARNE PARA DESILAR		PAN BOCA REDONDO	
BOLSA TRANSPARENTE 3X8	MACARRONES	CHIPILIN		NERVIO		PAN BOCA LARGUITO	
SERVILLETA CUADRADA	CONSÔME DE POLLO	CILANTRO		HIGADO DE RES		BROWNIE	
PAJILLA FORRADA	CONSÔME DE RES	CIRUELA				3 LECHES	
VASO #8	CONSÔME DE CAMARON	COLIFLOR				PAN DULCE VARIADO	
BANDEJA 8X8	CHAO MEIN	EJOTE				MINI CUP CAKE	
BANDEJA 6X6	GELATINA	ELOTE AMARILLO				BRAZO GITANO	
PLATO #6	ATUN	ELOTE BLANCO				TORTA DE CHOCOLATE	
PLATO #9	CHILE EN BOTE	ELOTE RASPADO				TORTA DE ZANAHORIA	
PAJILLA TRANSPARENTE	CREMA DE HONGOS MAGGUI	ESPINACA				TORTA DE MANZANA	
PAPERÓ	CREMA DE MARISCOS MAGGUI	FRESAS				EMPANADA CHILENA	
SERVILLETA RECTANGULAR	SOPA DE GALLINA KNORR	GUISQUIL CHAPIN				TORTILLA CAFETIN	
PAPEL HIGIENICO	MAIZENA 380GR	HIERBA BUENA				TORTILLA TACOS	
PAPEL TOALLA	SPLENDA SOBRE	KIWI				TORTILLA DE HARINA TRIGO	

Ilustración 34. Categorías de productos

Una vez ingresados y definidos los productos por categorías, tiene la opción de ingresar todo lo gastado en el mes y con ello obtener la representación que tiene cada categoría sobre los gastos.

Ilustración 35. Ingreso de facturas por productos.

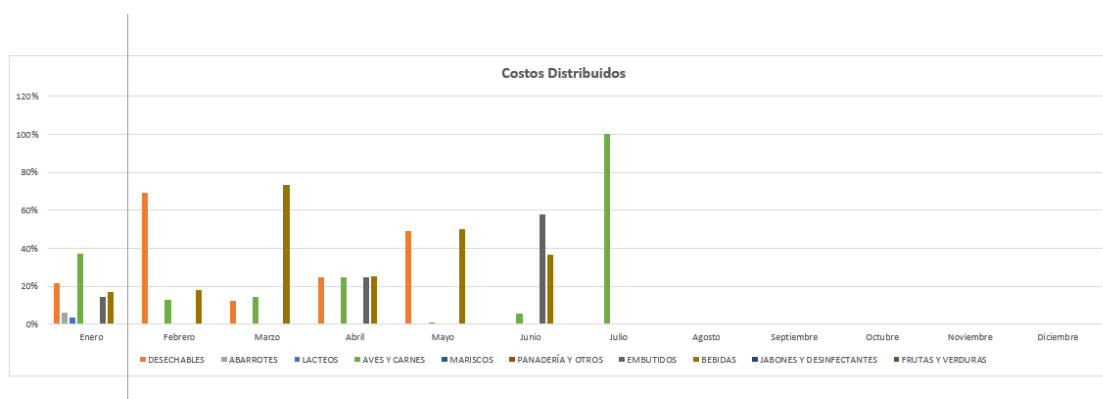


Ilustración 36. Representación gráfica de gastos por productos.

Una vez definidos los productos, los empresarios deben asignar un precio, unidad de medida en la cual se va a costear e ingresar los ingredientes de todas las recetas disponibles, eso es así porque la siguiente pantalla servirá para identificar el costo de recetas individuales sin la necesidad de estar

buscando en toda la base, solamente deberán ingresar la categoría y el nombre de la receta.

Categoría

ESTÁNDAR

Receta

LASAGNA DE POLLO 40 PAX

Número de porciones

40

Unidad de medida por persona

Kgrs

Complete únicamente las celdas de color naranja

Costo

Costo por porción

\$ 30.41

Costo por receta

\$ 1,216.43

Precio del Menú

\$ 40.00

Margen por porción

\$ 9.59

Menú

% UTILIZABLE: Porción del ingrediente SIN lo que no sirve.

Conceptualmente
Si la receta utiliza 1 kilo de manzanas y usted tiene esa cantidad en manzanas enteras, probablemente tendrá que usar más manzanas, porque no toda la manzana es utilizable. Por lo tanto, al calcular el costo deberíamos tener en cuenta eso.

Si el costo por unidad es de 0,98 y la parte utilizable es 93%, el costo por unidad debería ser 0,98/93%.

Ingredientes	Cantidad de la Receta			Costo del rendimiento				Costo Receta
	Cantidad	Peso	Volumen	Costo x unidad	Unidad	% utilizable	% / Unidad	
LASCA DE LASAGÑA	2	Libras		\$ 2.92	Libras	98%	\$2.98	\$ 5.96
POLLO	1.5	Libras		\$ 61.01	Libras	95%	\$64.22	\$ 96.33
CARNE MOLIDA DE POLLO	2	libras		\$ 227.01	libras	100%	\$227.01	\$ 454.02
QUESO DURO	12		Onzas	\$ 55.01	Onzas	100%	\$55.01	\$ 660.12
RETOÑO DE SOYA				\$ 0.01				
ZANAHORIA				\$ 1.01				
WELCHS				\$ 2.01				
VOLOVANT				\$ 3.01				
VAINILLA				\$ 8.01				
TORTILLA DE HARINA TRIGO				\$ 14.01				

Ilustración 37. Costo de recetas por categorías

Conclusiones del Equipo Consultor

A continuación, se presentan las conclusiones del proceso de consultoría realizado:

Sala de té Biarritz inició sus actividades en el año de 1982 por lo cual ya cuenta con más de 35 años de presencia y trayectoria en el mercado, poniendo a disposición de sus clientes la experiencia adquirida en la realización de eventos y celebraciones sociales.

La señora Haydee de Alfaro fue la fundadora y quien, de acuerdo con los comentarios de sus hijos, aprovechó el auge de las salas de té en los años 80's y con ello logró abrir camino en el mundo de los emprendedores.

Desde el comienzo de sus actividades se especializaron en la elaboración de alimentos y la prestación de servicios, específicamente atendiendo eventos sociales en el departamento de San Salvador como cumpleaños, bodas, fiestas rosas, baby showers, etc. En la actualidad sus hijos: el Ingeniero Mario Salinas Alfaro y la Ingeniera Antonieta de Díaz conservan la empresa y la consideran un patrimonio familiar, de hecho, por ello solicitaron una consultoría para renovarse e identificar nuevas oportunidades que les permitan brindar un buen servicio y calidad en los productos.

Con el transcurso de los años han ido incorporando nuevas líneas de productos con la finalidad de proveer a sus clientes una solución mucho más completa e integral de acuerdo a sus necesidades.

Como resultado del diagnóstico realizado se identificaron 5 fortalezas, las cuales son:

Áreas de fortaleza	
Área	Sub Área
Dirección estratégica	• Historia de la empresa
Análisis del entorno	• Comprensión del sector
Mercadeo y Ventas	• Precio
Producción y operaciones	• Análisis de proveedores
Recursos humanos	• Desempeño del personal

Tabla 8. Fortalezas

Como equipo consultor se transmitieron estas fortalezas a los empresarios, con la intención de dar a conocer todo aquello que funciona bien y les permite mantener la productividad de su organización y saber aplicar adecuadamente estrategias de acción.

Además, el diagnóstico reflejó el resultado de 7 áreas de oportunidad, de las cuales se propusieron soluciones para el fortalecimiento y desarrollo de la empresa, estas son:

Áreas de Mejora	Subáreas
Dirección Estratégica	• Misión – Visión

Dirección Estratégica	• Objetivos Estratégicos
Mercadeo y Ventas	• Gestión de Ventas
Mercadeo y Ventas	• Comunicaciones
Mercadeo y Ventas	• Relación con clientes
Producción y Operaciones	• Planificación de la Producción
Dirección y Liderazgo	• Instrumentos de Gestión

Tabla 9. Áreas de oportunidad

En seguida, el detalle y una breve descripción de la solución propuesta para cada una de ellas, de las cuales, posteriormente los empresarios elegirían las más relevantes de acuerdo a su punto de vista.

Áreas de Mejora	Subáreas
Dirección Estratégica	• Misión – Visión
Dirección Estratégica	• Objetivos Estratégicos
Formular e implementar un Plan Estratégico para el control de la gestión empresarial.	

Tabla 10. Áreas de oportunidad 1 y 2

El planeamiento estratégico nos ayudará a entender temas del entorno empresarial; mejorar la visión, misión, objetivos estratégicos y valores de la empresa, así como las metas a lograr y los grupos de interés involucrados.

Formular el plan estratégico es importante para Biarritz porque unirá las fortalezas comerciales con las oportunidades de mercado y brindará la dirección a seguir para poder cumplir con los objetivos, el plan estratégico será el mapa de ruta para la empresa.

El plan tendrá los siguientes elementos:

- Análisis FODA.
- Documentación de:
- Misión.
- Visión.
- Objetivos estratégicos.
- Creación de plan estratégico para corto, mediano y largo plazo.
- Cuadro de mando integral.
- Socialización del plan estratégico y todos sus elementos.

Áreas de Mejora	Subáreas
Mercadeo y ventas	• Mercadeo y ventas
	• Gestión de ventas.
	• Comunicaciones.
Elaboración de un CRM para la gestión de marketing y ventas.	

Tabla 11. Áreas de oportunidad 3, 4 y 5

La importancia de implantar un buen CRM y optimizarlo al máximo es vital para cualquier empresa, específicamente a Biarritz le permitirá tener un control de sus ventas, un seguimiento y servicio de atención al cliente definido, rápido y eficaz y desarrollar aspectos de marketing importantes, como la segmentación de clientes o la interacción con los mismos.

El CRM tendrá los siguientes elementos:

- Planificación.
- Prospección de clientes.
- Marketing por email.
- Contactos.
- Cotizaciones.

- Productos.
- Sitio web.

Áreas de Mejora	Subáreas
Producción y operaciones	• Planificación de la producción.
Elaboración de un CRM enfocado en la producción.	

Tabla 12- Área de oportunidad 6

El CRM tendrá los siguientes elementos:

- Módulo de operaciones.
- Ordenes de producción.
- Productos.
- Inventario.
- Lista de materiales.

Áreas de Mejora	Subáreas
Dirección y liderazgo	• Instrumentos de gestión
Elaborar modelos de gestión con enfoque en: estrategias y procesos	

Tabla 13. Área de oportunidad 7

El modelo de gestión será elaborado en plantillas de Excel y tendrá los siguientes elementos:

- Inteligencia de negocios.
- Indicadores.
- Cuadro de mando integral.
- Medición de la satisfacción de clientes.

De acuerdo con las áreas de oportunidad presentadas y explicadas, los empresarios las analizaron y consideraron seleccionar aquellas soluciones en el área de mercadeo y ventas que permitieran tener una mayor factibilidad e impacto y a su vez contribuyeran al mejoramiento de la empresa, planteadas en acciones clave de éxito, las cuales son:

Áreas de Mejora	Subáreas
Mercadeo y ventas	• Gestión de ventas
	• Comunicaciones
	• Relación con los clientes
Elaboración de CRM para la Gestión de Marketing y Ventas	

Tabla 14. Área de oportunidad elegida.

Se implementó la versión comunitaria del ERP Odoo y sus respectivos módulos de ventas con el fin de eliminar la inversión inicial que realizará el empresario, pues es una versión gratuita del ERP que permite tener las

diferentes áreas de la empresa integradas; se realizó por medio de la nube de Amazon Web Services (AWS) gratis por un año.

La elaboración e implementación del CRM para la gestión de marketing y ventas tiene como objetivo principal establecer el rumbo de la estrategia comercial, permitir a Biarritz tener información oportuna y precisa de sus clientes y las ventas generadas. Se ingresó el catálogo de productos y los módulos de ventas, clientes, proveedores, calendario, etc.

Como valor agregado y complementario para el área de mercadeo y ventas se creó usando siempre el ERP Odoo un nuevo sitio web y se vinculó un dominio adquirido en la página Godaddy, el elegido por los empresarios fue <http://www.biarritzeventosycatering.com:8069/>

La página web vendrá a fortalecer la relación directa con el cliente pues le permitirá a Biarritz mostrar los diferentes productos y servicios ofrecidos, los cuales pueden actualizarse periódicamente de ser necesario, también tener mayor contacto con los clientes que llenen el formulario instalado y así brindar una pronta solución a sus consultas.

Como parte de la gestión de mercadeo y ventas, se llevó a término una campaña publicitaria de 3 días en Facebook, en ese tiempo se mostró el nuevo logo, los platos e instalaciones de Biarritz en video e imágenes profesionales para captar la atención del público objetivo.

Odoo de manera general permitirá a Biarritz lo siguiente:

- Crear oportunidades de ventas
- Tener un mejor seguimiento a sus clientes.
- Controlar a sus proveedores
- Tener un sitio web integrado con ERP Odoo.
- Mejorar atención al cliente.

El equipo consultor, adicional a las tareas necesarias para llevar a cabo la acción clave de éxito seleccionada por Biarritz, como valor agregado, implementó otras acciones:

Elaboración de nuevo logo:

El primer símbolo o elemento gráfico que posibles clientes o consumidores relacionan con la empresa es el logotipo, el cual tiene como objetivo principal conectar a la gente con la marca.

Los colores utilizados en los logotipos pueden transmitir diferentes emociones, el logo anterior utilizado por Biarritz es en tonos claros y no termina de conectar con el público objetivo, en el mismo no existe ningún símbolo que



Ilustración 38 Logo Anterior

haga referencia al giro de la empresa, las marcas se mueven, cambian y deben adaptarse a nuevos usos y situaciones, por ello el logotipo fue rediseñado. El logotipo anterior se muestra a continuación:

A los empresarios se les presentaron 2 opciones:



Ilustración 40. Opción 1



Ilustración 39. Opción 2

La propuesta aceptada fue la siguiente:



Ilustración 41. Propuesta aceptada

Con este logo se transmite versatilidad y es el que será utilizado en todo tipo de medios como redes sociales, documentos impresos y página web; será fundamental para la imagen corporativa de la empresa. La identificación del logo por parte de los clientes dependerá de la disciplina en su aplicación.

Campaña de Facebook ADS

Con el fin de atraer nuevos clientes y fidelizar los ya existentes se lanzó una campaña con Facebook Ads, un sistema en el cual se puede promocionar la Fan Page de Biarritz, sitio web y los diferentes eventos; pueden crearse anuncios de texto, gráficos o de video que son mostrados en el inicio, perfil, o fotos de los usuarios, pagando solamente por clics recibidos.

La campaña tuvo una duración de 72 horas y una inversión de \$15 diarios tiempo en el que se logró identificar los principales indicadores antes y después de la campaña. El objetivo principal era generar clientes potenciales y aprovechar al máximo la información obtenida de los usuarios para identificar características que permitan crear nuevas campañas orientadas a targets muy precisos.

A continuación, se muestran gráficos con información de datos obtenidos durante la campaña en Facebook Ads y después de ella.

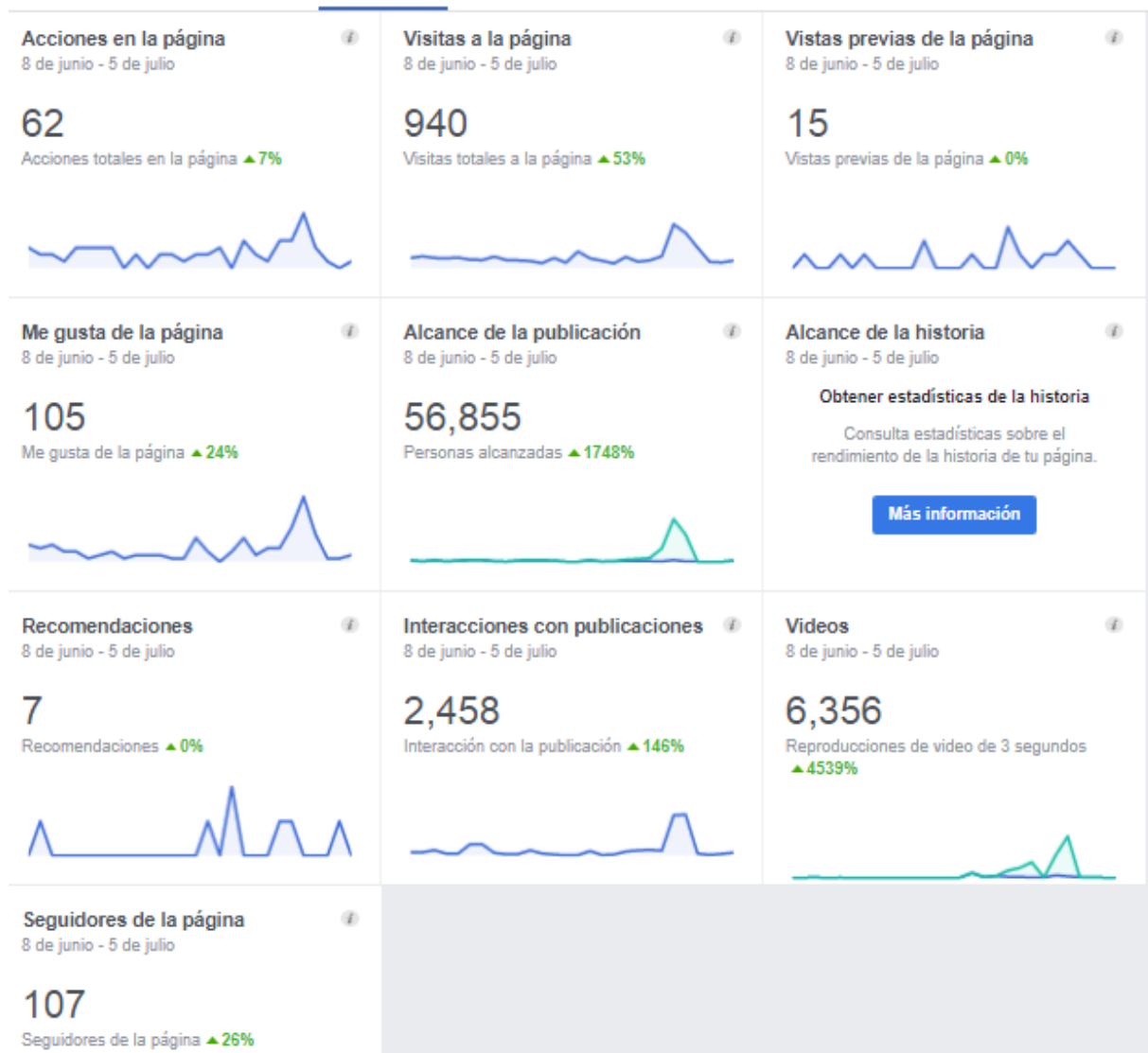


Ilustración 42. Comportamiento en campaña

De acuerdo con las estadísticas, se obtuvo incremento sustancial en todos los aspectos: seguidores, likes, interacciones, visitas a la página y alcance de las publicaciones.

Después de la campaña:

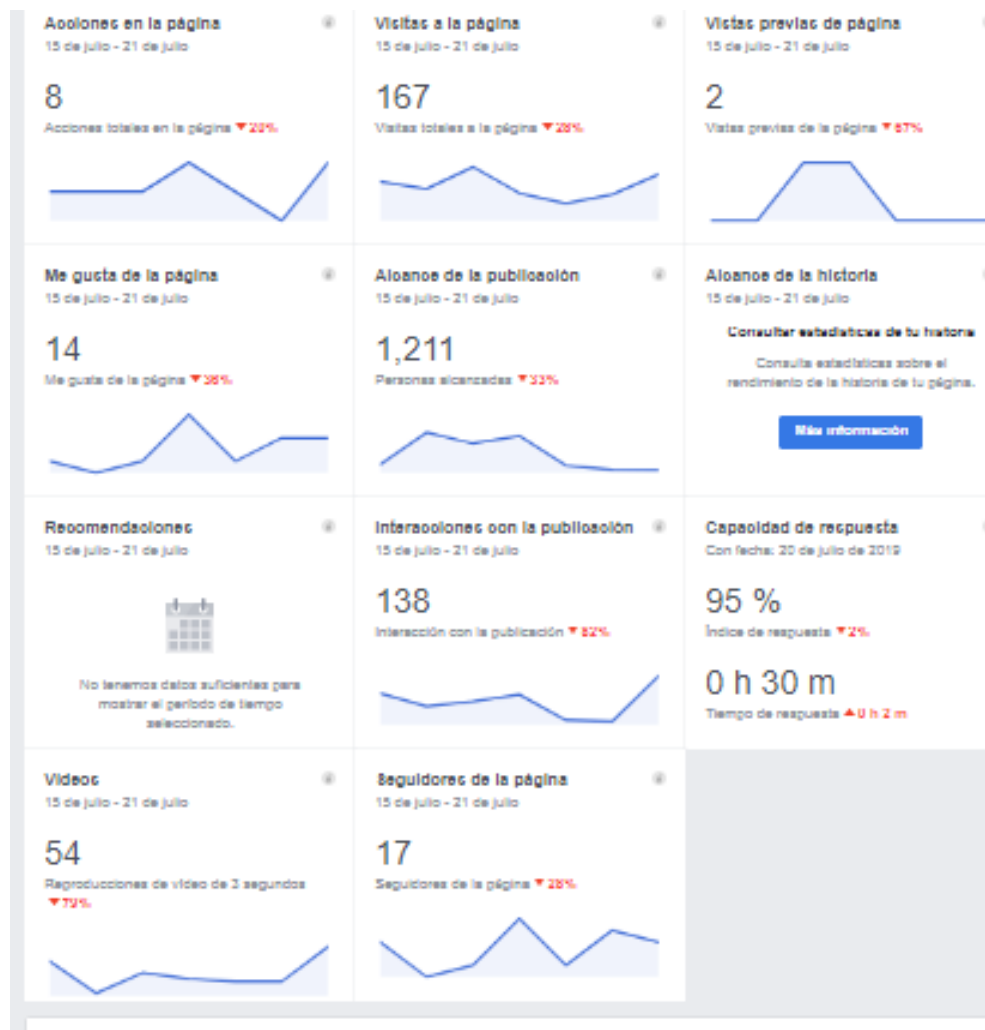


Ilustración 43. Comportamiento después de la campaña

Haciendo la comparación, definitivamente los números después de la campaña han tenido un descenso en todos los indicadores, por tanto, queda en evidencia que es necesario para Biarritz tener constancia en la publicidad por esta vía e interactuar con los usuarios, en los 3 días de campaña se registró

mayor tráfico de mensajes y algunos de ellos se convirtieron en cotizaciones y posteriormente en reservaciones de eventos.

	En campaña	Después de la campaña
Acciones en la página	62	8
Visitas a la página	940	167
Vistas previas de la página	15	2
Me gusta de la página	105	14
Alcance de la publicación	56,855	1,211
Recomendaciones	7	0
Interacciones con publicaciones	2,458	138
Reproducciones videos	6,356	54
Seguidores de la página	107	17

Tabla 15. Resultados campaña Facebook Ads.

Con la finalidad de garantizar una buena experiencia del cliente, a Biarritz se le entrega el Manual para el uso de redes sociales, el cual se le creó con los principales puntos que debe cumplir al momento de tener contacto con ellos por este medio.

Los principales puntos contenidos en el manual son:

- Definir objetivos.

- Canales para utilizar, para el caso de Biarritz la mejor opción es Facebook.
- Conocer a la audiencia, producto o servicio
- Tener estrategia de contenido, qué va a publicar, cuando lo hará y cómo.
- Generar indicadores, KPIs
- Contestar comentarios y mensajes en positivo.
- Calendario de contenidos.

Recomendaciones del Equipo Consultor

Como toda empresa, Biarritz no debe descuidar la actualización de sus procesos y es por ello que como equipo consultor recomendamos lo siguiente:

- Actualizar su contabilidad para desarrollar a corto plazo dicho módulo en ERP Odoo.
- Para registrar y comprar el nuevo dominio, se ingresó el correo de Biarritz, cuando sea momento de renovar el pago, deben hacerlo.
- Odoo implementado no tiene costo, no obstante, el servidor de Amazon sí y es por ello que debe considerarse el pago una vez al año.
- Definir encargado para el mantenimiento de Odoo cuando sea requerido.
- En las redes sociales, establecer pautas de comunicación y respuestas concretas a sus clientes, generar publicaciones y contenido de manera periódica orientada a generar publicidad segmentada.

Referencias

- Brislen, P., Krishnakumar, K. R. y O'Donnell, J. (2017). *ERP (Planificación de recursos empresariales o enterprise resource planning)*. Recuperado de <https://searchdatacenter.techtarget.com/es/definicion/ERP-Planificacion-de-recursos-empresariales-o-enterprise-resource-planning>
- Bytacora Soluciones Informáticas. (2015). *Por qué escoger Odoo como ERP*. Recuperado de <http://www.bytacora.es/openerp-2/por-que-escoger-odoo-como-erp/>
- Gartner. (2019). *Enterprise resource planning (ERP)*. Recuperado de <https://www.gartner.com/it-glossary/enterprise-resource-planning-erp/>
- Martínez, S. (19 de noviembre del 2012). 15 criterios para la elección del proveedor de software [Entrada en el blog]. Recuperado de <https://www.mundoerp.com/blog/15-criterios-para-eleccion-proveedor-de-software/>
- Villaverde Page, E. (2018). *Las 10 ventajas que ofrece Odoo ERP*. Recuperado de <https://www.engagebs.com/2018/07/30/las-10-ventajas-de-odoo-erp/>

Anexos

Manuales de aplicación Odoo.

Manual de usuario Odoo.

Manual de identidad.

Manual de usuario Página web.

Manual de Facebook Ads.

Manual para el buen uso de redes sociales.

Manuales de aplicación Odoo

MANUAL DE USUARIO ODOO



Objetivos

Proporcionar una herramienta que ayude al crecimiento e innovación de Biarritz Evento & Catering

Alcance

Este procedimiento aplica a todo el personal de la Biarritz Evento & Catering que haga uso del sistema Oddo.

Responsables

Los dueños son los responsables de actualizar y difundir este manual a todo el personal.

Introducción

La palabra ERP (Enterprise Resource Planning) y el software ERP no son nuevos en el mundo de los negocios, tiene su origen en las segundas guerras mundiales desarrollado por el ejército de los Estados Unidos, luego entre los años 1960- 1970 surgen software para el control de inventarios, y gestionar la cadena de suministros y en los años 1990 ya se obtiene el ERP como tal en donde todas las áreas de la empresa se centran en una sola solución (Horus, 2017).

El módulo clásico, como Contabilidad, Inventario y Fabricación, fue el componente principal en las soluciones ERP anteriores. Sin embargo, el paisaje es totalmente diferente hoy y cambia constantemente. Hoy en día, una solución ERP eficiente incorpora funcionalidades como comercio electrónico, M-commerce, análisis de datos, toma de decisiones, almacenamiento y administración en la nube, control remoto, etc. En otras palabras, el ERP de hoy es más como un sistema de toma de decisiones inteligente en lugar de una decisión sistema de apoyo por así decirlo. Los módulos integrados y las herramientas de análisis de vanguardia combinadas con las enormes posibilidades de Internet imparten capacidades tan enormes a un sistema ERP.

Las ventajas de utilizar un ERP para las Micro y Pequeñas empresas en El Salvador:

- Aumento de la productividad.
- Eficiente gestión de los recursos económicos.
- Información oportuna
- Accesos remotos.
- Toma de decisiones oportuna.
- Aumento de la competitividad de la MIPYME.
- Todas las áreas manejan la misma información.

Los ERP son software de paga y por lo mismo se vuelven poco accesibles para las Micro y Pequeñas empresas en el país, es de ahí que surge los ERP libres los cuales son accesibles ya que es una plataforma abierta, la cual día a día está aumentando sus usuarios constantemente ya que el ERP abierto brinda las mismas soluciones que ERP propietario, algunas de sus bondades:

- Asistencia técnica
- Ayuda de comunidades en línea
- Versión gratuita.

Algunos de los ERP libres son:

- Oddo
- Openbravo
- ERPNext
- Odoo como solución a la MIPYME en El Salvador.

Por ser un software libre en donde los usuarios tienen la libertad de ejecutarlo según su necesidad, algunos de los beneficios de implementar odoo son los siguientes:

Odoo ofrece más de 10,000 aplicaciones para personalizar su ERP ideal.

Se adapta a su empresa y se asegura de integrar perfectamente todas las actividades de los diferentes departamentos

Busca automatizar por completo los procesos de su empresa.

Las categorías de Odoo son las siguientes:

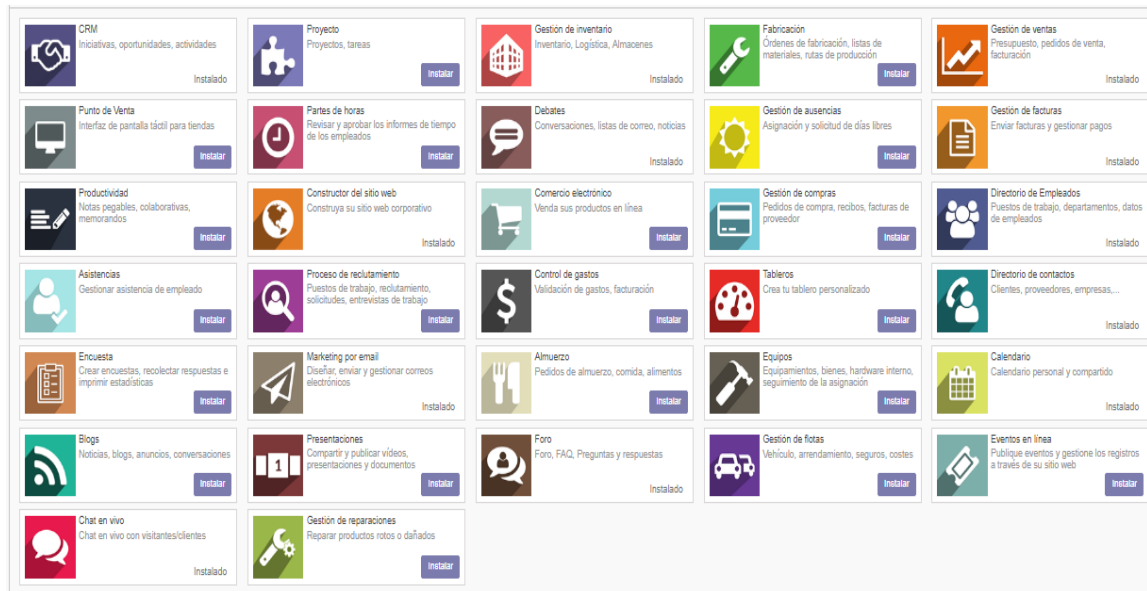


Ilustración 44. Módulos Odoo

Con odoo se logra un análisis más profundo gracias a los informes en tiempo real y los diagramas de flujo que cualquiera puede crear y compartir.

Además, se programan actividades en función de sus estrategias de venta: llamadas, reuniones, listas de correo y presupuestos. Obtenga toda la información que necesita directamente en la oportunidad: páginas del sitio web vistas, correos recibidos, etc.

También se obtiene un resumen en tiempo real, así como la revisión fácil de resultados y próximas actividades.

Podemos con Odoo Comparar cuál ha sido el rendimiento real frente a los objetivos mensuales y organizar su flujo de trabajo en función de sus siguientes acciones planificadas.

Como aumentar la eficiencia en Odoo.

Es posible ejecutar multitud de aplicaciones sin necesidad de tener que aumentar la capacidad de la informática local. Los recursos pueden ser agregados según sea necesario utilizarlos por las distintas aplicaciones que tenga que ejecutar en la nube.

El acceso a un ERP en la nube se hace a través de una conexión a Internet, lo cual permite llegar desde la empresa hasta los servidores que están alojados de forma remota en el centro de datos de un proveedor.

La nube es particularmente valiosa para las pequeñas y medianas empresas (PYMES) porque proporciona acceso a aplicaciones con mucha funcionalidad a un precio razonable, sin necesidad de hacer un gran gasto inicial, ni de hardware ni de software. Además, cuando el negocio crece o la empresa se une a otra a través de una compra o fusión, el ERP en la nube se puede escalar rápidamente.

Selección e instalación de módulos o aplicaciones para Biarritz eventos & catering.

Odoo es sumamente práctico y funcional en su uso y completamente integrado los diferentes módulos que se deben utilizar como mínimo en una empresa.

Con base a la consultoría y análisis propia de la empresa se instalaron los siguientes módulos para el sistema con el que operara Biarritz eventos & catering Los cuales se detallan a continuación.

- Ventas.
- Puntos de venta.
- CRM.
- Pag Web.
- Marketing de email.
- Tableros de Indicadores.
- Calendario o agenda.

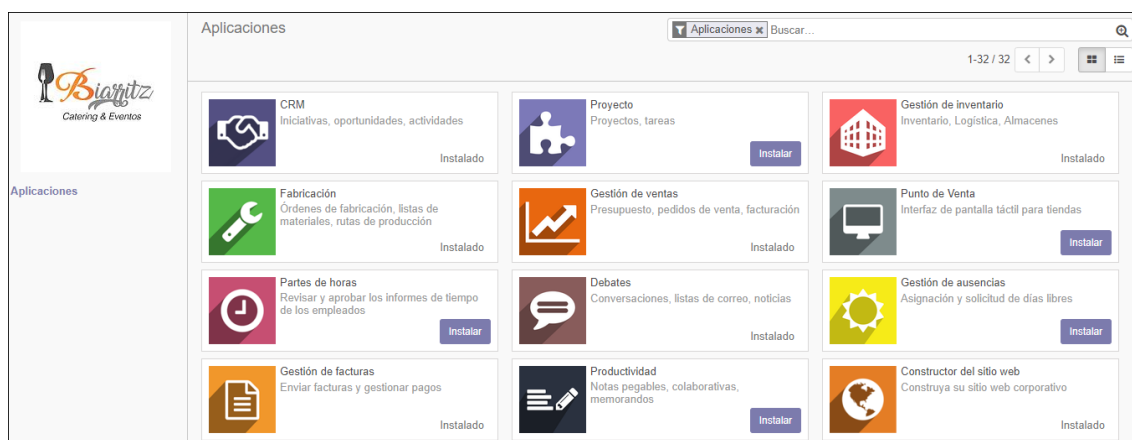


Ilustración 45. Aplicaciones Odoo

El proceso de la instalación de cada módulo es sencillo nos colocamos en el módulo que deseamos instalar y le damos clic en el botón de “instalar”, tal como se muestra en la ilustración 1, el sistema lo adiciona automáticamente y lo relaciona internamente con los demás módulos que tiene relación, creando así una vinculación de todo el sistema e interactuando en una sola base.

Se agregaron al sistema los Módulos que tienen peso en la estructura de la organización con posibilidad agregar cualquier modulo adicional en un futuro.

Lo antes mencionado es para la instalación de los módulos requeridos, y los cuales se instalan con las parametrizaciones nativas del sistema, y demás datos propios de cada sistema, o en su defecto se instalan sin dato alguno.

Razón por la cual pasaremos al proceso más importante el cual consiste en las parametrizaciones básicas de cada módulo o la creación de información para que estos interactúen de forma correcta y consistente en la organización, de tal forma que sea fiable y veraz.

A continuación, empezaremos con las parametrizaciones y cargas de información esencial.

- Crear un cliente

Una persona que se agrega a la base de datos de odoo es un cliente potencial y la manera de ingresarlo es la siguiente.

Primero en ventas presionar clientes, luego el botón crear y aparecerá la siguiente pantalla:

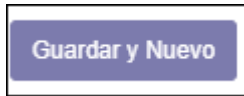
Ilustración 46 Pantalla para llenar generales clientes

Se ingresa en este menú el nombre del cliente con sus datos personales, numero de teléfono, dirección, correo electronico y se llenan los campos acorde a la necesidad del usuario, ya que se puede agendar reuniones, ingresar datos de la empresa donde labora, o si es una empresa el cliente, se puede asi mismo crear notas internas en donde se ponga un comentario que nos ayude a identificar mejor al cliente.

Se llenan todos los campos solicitados y se tienen 2 opciones según sea la necesidad, se guarda y se sale de la pestaña de contactos



Esta guarda el contacto y sale de la opcion contactos



Esta opción al darle click guarda y abre una nueva pantalla para crear un nuevo contacto.

Así sucesivamente se va creando la base de contactos.

Llenar todos los campos solicitados es de mucha ayuda para tener al contacto actualizado.

Una vez creado el contacto del cliente se puede suprimir el contacto, duplicarlo, enviarle información a su correo electrónico, así como medir el volumen de ventas mensuales que se obtiene de él.

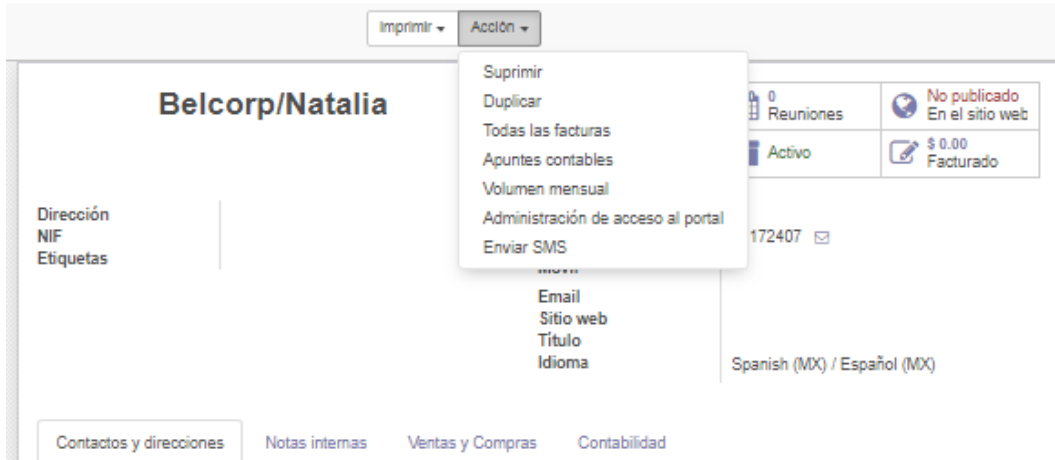


Ilustración 47 Pantalla de complemento de datos clientes

Pantalla de ingreso de clientes

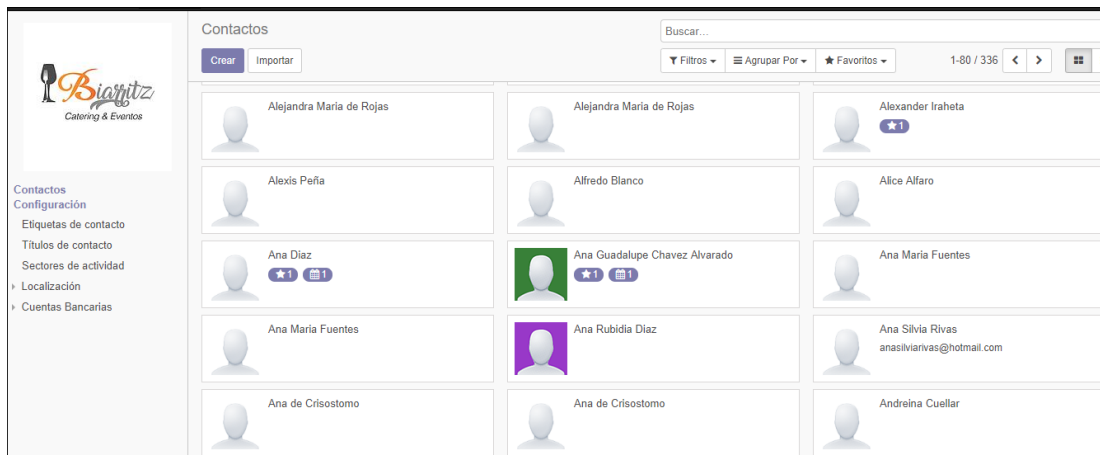


Ilustración 48 Pantalla de ingreso de contactos persona natural



Ilustración 49 Pantalla de contactos persona jurídica

Para vender cualquier producto se debe agregar a nuestro inventario , en ventas, parece la siguiente pantalla:

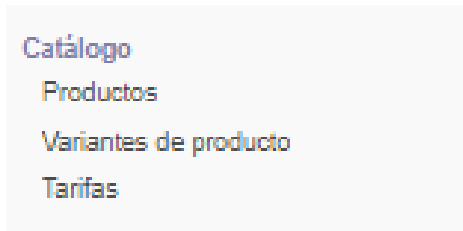


Ilustración 50 Pantalla de Productos

Seleccionar la opción producto y luego crear, posteriormente aparece la siguiente pantalla:

Ilustración 51 Pantalla para ingresar productos nuevos

Colocamos el nombre del producto o servicio y toda la información requerida, es importante mencionar que la información del producto puede ser editada en cualquier momento, una vez listo seleccionamos guardar.

Además de la información general del producto podemos agregar una fotografía en el campo correspondiente, una vez llena la información del producto, dar click en guardar.

Una vez ingresados los productos se verá la pantalla de la siguiente manera:

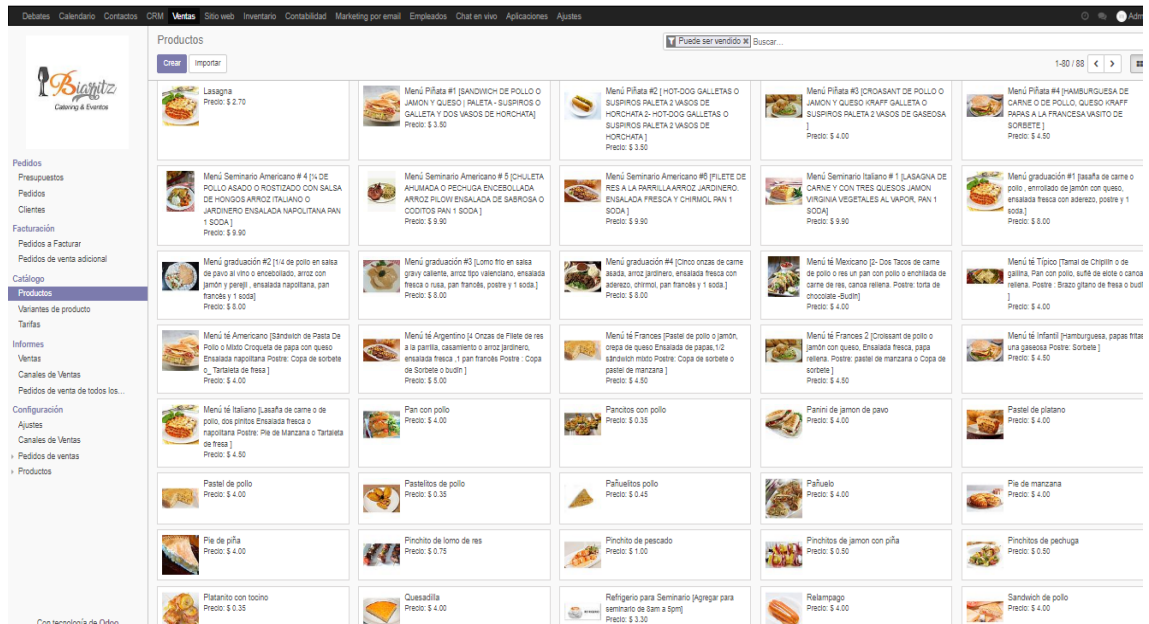


Ilustración 52 Productos ingresados

Crear de oportunidades

En el menú CRM, en la pestaña oportunidades se crean cotizaciones, posibles ventas y un seguimiento pos venta agendado, y ordenando en donde tanto el cliente como el usuario Odoo está en la misma sintonía de las reuniones, propuestas o ventas.

Al crear una oportunidad se despliega la siguiente pantalla:

Crear una oportunidad

Título de oportunidad

Cliente

Ingreso estimado

Prioridad

Ya una vez creada la oportunidad esta se mueve de manera manual según sea la etapa en la que se encuentre, en donde cabe mencionar que la bondad de odoo es que estas pueden personalizarse de acorde a las necesidades de la empresa, un ejemplo es el siguiente:

Oportunidades Mi ciclo de ventas X

Nuevo Cliente	+	Calificado	+	Propuesta	+	Ganadas	+	No ganada	+	Seguimiento pos venta	+	+
		0		0	\$1,000		0		0		0	

Banquete Oro
\$ 1,000.00, Alexander Iraheta
☆☆☆

Almadr nueva columna

Una vez el cliente lo solicite debe enviarse una cotización la cual se hace también en Odoo en el módulo de ventas, luego pedido y crear, así como lo muestra la siguiente pantalla:

Nuevo

Cliente

Fecha de caducidad

Plantilla de presupuesto

Tarifa

Plazos de pago

Líneas del pedido

Productos sugeridos

Otra información

Base imponible:

0.00

Impuestos:

0.00

Total:

0.00

Una vez llena esta ventana se realiza la cotización que posteriormente se enviará al cliente no sin antes ser revisa en la previsualización, de la manera siguiente:

Nuestra oferta

Puede elegir una descripción por producto. Odoo creará un presupuesto automáticamente con las descripciones de todos los productos de la propuesta. La tabla de contenidos de la izquierda se genera de forma automática con los estilos que haya usado en la descripción (encabezado 1, encabezado 2...)

Si modifica un presupuesto desde la "Vista previa" del mismo, conseguirá actualizar el presupuesto para ese cliente exclusivamente. modifica la plantilla del presupuesto (desde el menú Configuración), todos los presupuestos utilizarán la plantilla modificada a partir de entonces.

Precio

Productos	Cantidad	Precio de Unidad	Precio total
[FILETE DE RES A LA PARRILLA ARROZ JARDINERO. ENSALADA FRESCA Y CHIRMOL PAN 1 SODA] Menú Seminario Americano #6	25,000 Unidad(es)	\$ 9,90	\$ 247,50
Total:			\$ 247,50

Aceptar

Opinión

Rechazar

La cotización enviada al cliente será en formato pdf para su facil descarga.

Ingresar proveedores

Así como los clientes es importante tener la base de datos de los proveedores de la empresa, así como su información correspondiente es por eso que odoo nos permite crearla ingresando al módulo contabilidad, luego datos compras, después principales y finalmente la pestaña proveedores /crear como se muestra a continuación:

Proveedores / Nuevo

Guardar Descartar

Individual Compañía

Nombre

Compañía

Reuniones 0

No publicado En el sitio web

Activo

Dirección

Calle...

Calle 2...

Ciudad Estado C.P.

País

NIF

Por ejemplo, ESA00000000

Etiquetas

Etiquetas...

Puesto de trabajo

Por ejemplo, Director de Ventas

Teléfono

Móvil

Email

Sitio web

Por ejemplo, www.odoo.com

Título

Idioma

Spanish (MX) / Español (MX)

Contactos y direcciones

Notas internas Ventas y Compras Contabilidad

Crear

Sitio Web:

Para administrar tu página web, te mostramos como acceder en 4 pasos:

Ingresar como administrador a Odoo

Base de datos

ODOOBD Seleccionar

Correo electrónico

Contraseña

Iniciar Sesión

Ilustración 53 Pantalla de Ingresar como administrador a Odoo

Elegir la opción **sitio web** y luego **ir a sitio web**

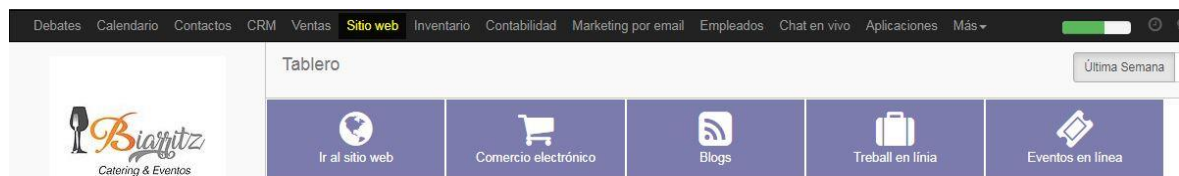


Ilustración 54 Opciones de tableros en Odoo

Seleccionar **editar**



Listo, al lado izquierdo de la pantalla encontrará toda una serie de características que permitirán darle una estructura a su página web.



Editar pestañas

- Inicio
- Quiénes somos
- Menú
- Galería
- Contáctenos

En cualquier momento puede añadir y editar el contenido de su página web.

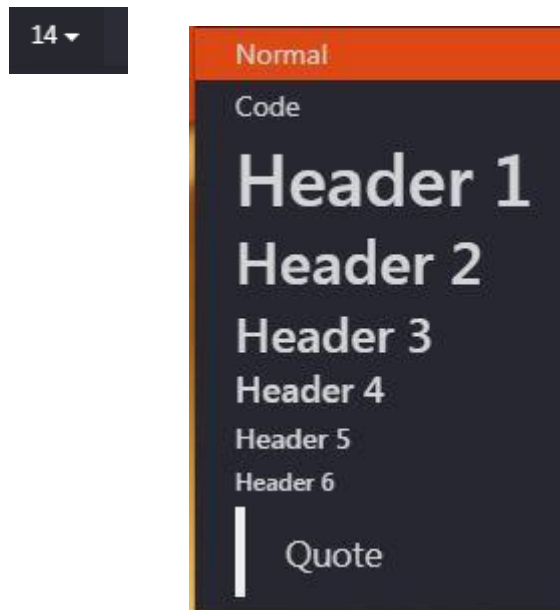


Para ello, se posiciona en la pestaña que desea modificar y luego hace  clic en **editar**. En este ejemplo utilizaremos la pestaña **inicio**, pero el proceso aplica para cualquier pestaña, es decir: **quienes somos, menú, galería, etc.** Si desea modificar cualquier texto, únicamente habilita el cursor haciendo clic en el texto. Una vez realizados los cambios, Odoo le permite aplicar formatos, a continuación, se explica.

Funcionalidad de cada ícono.



Style: aplica formato al texto seleccionado.

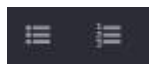


Formatos: negrita, cursiva, subrayado y remueve estilo de fuente.

Tamaño de letra: Odoo brinda un tamaño por defecto, pero es posible modificarlo.



Color de fondo y de letra: con esta opción puede elegir entre una diversidad de colores para adaptar el color de la letra y si necesita un fondo, también puede aplicarlo.



Lista con viñetas o con numeración: al igual que en un procesador de texto, puede establecer una lista y aplicarle una viñeta o seguir la numeración.

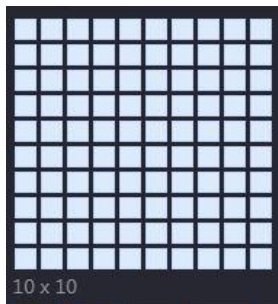


Alineación del texto: permite alinearlo a la izquierda, centro, derecha,

justificarlo o aplicarle sangría.



Tabla: desplazándose por la flecha hacia abajo, puede insertar una tabla de hasta 10 x 10



Link: si considera necesario hacer referencia a una información almacenada en una página web, puede utilizar esta opción, al hacerlo abrirá una nueva ventana y debe completar la información solicitada.

Enlazar con

Descripción del vínculo

URL o correo electrónico

Tamaño

Media

Color

☐

Abrir en una ventana nueva

Previsualizar

Guardar

Descartar



Insertar documento o imagen: es permitido mostrar en la página web imágenes, pero también puede mostrar documentos, pictogramas y videos, para ello, previamente debe utilizar la opción “subir imagen”, en caso desee un

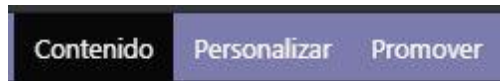
video, debe seleccionar la pestaña con ese nombre y pegar el link que desea mostrar. Podrá observar una pre visualización.



Deshacer y rehacer: si se equivocó realizando algún paso, siempre podrá deshacerla, si se arrepiente, también podrá rehacerla.

Administrar el sitio web

Si su intención es administrar el contenido de la página web, personalizarla y promoverla, debe hacer uso de las siguientes opciones:



A continuación, una breve descripción de su funcionalidad:

Contenido **Editar menú:** aquí podrá establecer el orden de cada pestaña mostrada en la web, definir submenú o añadir nuevos.

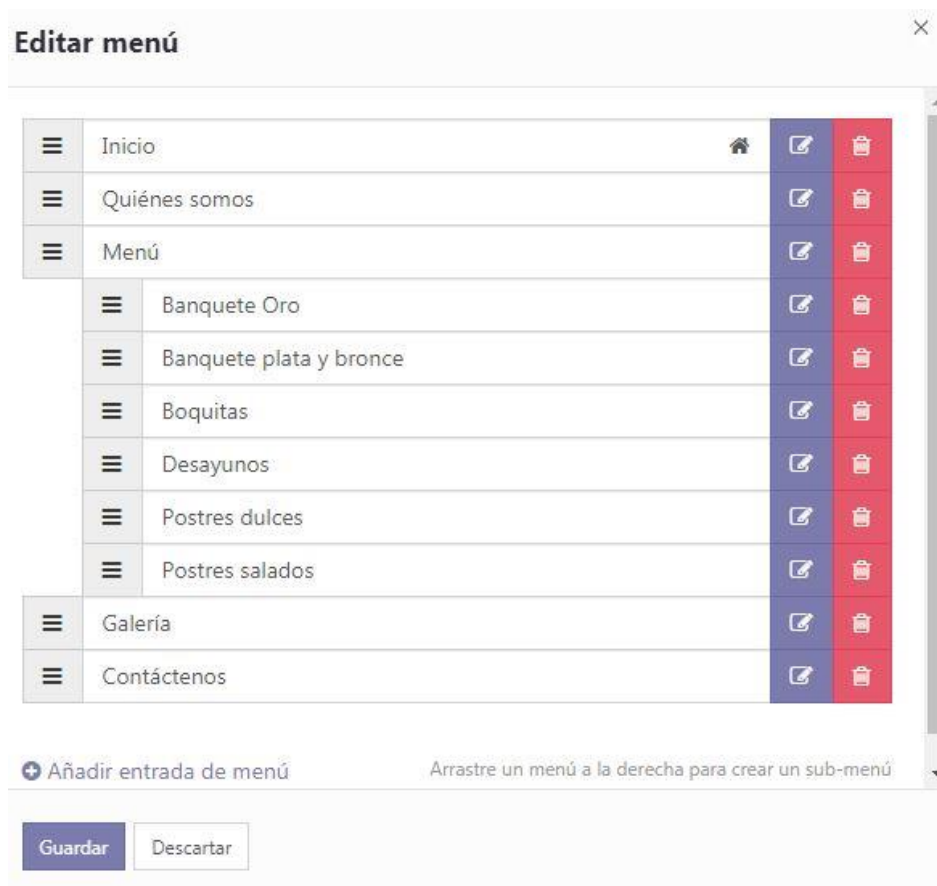


Ilustración 55 Pantalla para editar menús

Contenido **Administrar páginas:** podrá editar su código, duplicar su contenido o eliminarla.

Administrar sus páginas

Ordenar por nombre ▾ Buscar...

Nombre	URL	✕	👁	🔒	⚙️ ✎ 📄 🗑
About us	/aboutus	✕	✓	✓	⚙️ ✎ 📄 🗑
Banquete plata y bronce	/banquete-plata-y-bronce	✓	✓	✓	⚙️ ✎ 📄 🗑
Boquitas	/boquitas	✓	✓	✓	⚙️ ✎ 📄 🗑
Contact Us	/contactus	✓	✓	✓	⚙️ ✎ 📄 🗑
Desayunos	/desayunos	✓	✓	✓	⚙️ ✎ 📄 🗑
Eventos	/eventos	✓	✓	✓	⚙️ ✎ 📄 🗑
🏠 Home	/	✓	✓	✓	⚙️ ✎ 📄 🗑
Menú	/menu	✓	✓	✓	⚙️ ✎ 📄 🗑
Paquete Oro	/paquete-oro	✓	✓	✓	⚙️ ✎ 📄 🗑
Postres dulces	/postres-dulces-1	✓	✓	✓	⚙️ ✎ 📄 🗑
Postres salados	/postres-salados	✓	✓	✓	⚙️ ✎ 📄 🗑
Quiénes somos	/quienes-somos	✓	✓	✓	⚙️ ✎ 📄 🗑
Servicios	/servicios	✕	✓	✓	⚙️ ✎ 📄 🗑

Ilustración 56 Administración de página web

Contenido **Propiedades de la página:** se visualiza el nombre y la url de la página y la forma de publicarla.

Propiedades de la página ✕

Nombre Publicar

Mostrar en el menú superior ☒

Usar como página de inicio ☒

Indexado ? ☒

Publicar ☒

Fecha de publicación

Guardar Descartar

Personalizar

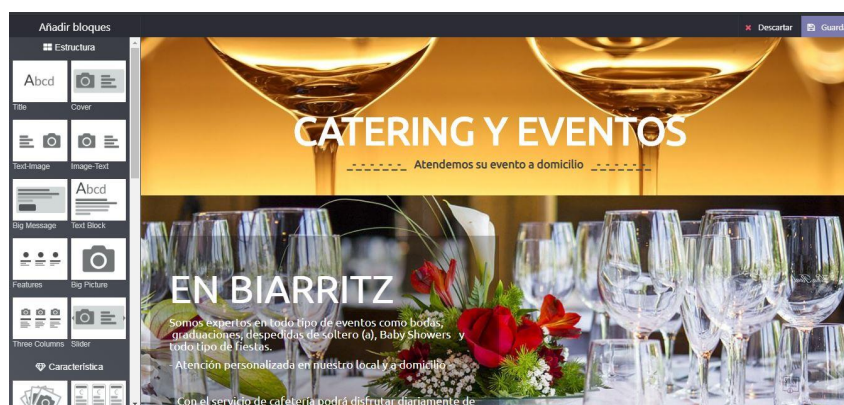
WEBSITE ▾ Contenido **Personalizar** Promover

Puede personalizar el tema utilizado por la página web, editar HTML/CSS y realizar ajustes.



Promover: en este apartado puede establecer el título de la página y agregarle una breve descripción para que aparezca al realizar la búsqueda en los navegadores web, sin olvidar, definir las palabras clave con las cuales puede encontrarse con mayor facilidad su página web.

Se basa en una interfaz que debe ser el centro de cualquier estrategia online. Está aplicación nos servirá para dar a conocer la nueva marca de Biarritz y los nuevos eventos que promocionará.



Calendario:

Se basa en una interfaz simple y fácil de usar. La aplicación del calendario permite llevar el control de las actividades y eventos contratados en Biarritz, de esta manera no duplican los eventos con sus clientes.

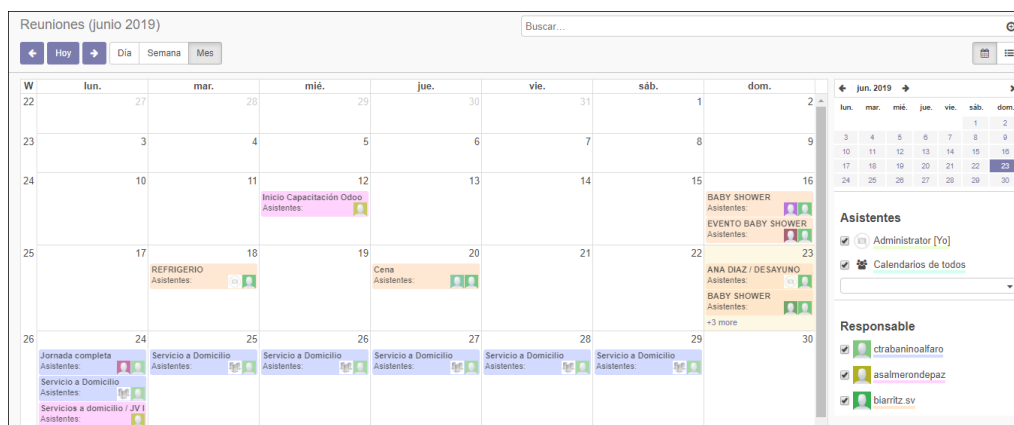


Ilustración 57 Pantalla del calendario de Biarritz

Marketing por email:

Se basa en una interfaz de marketing digital que sirve para comunicarse con potenciales clientes y clientes mediante el envío de correos electrónicos personalizados o masivos.

MANUAL DE IDENTIDAD



Manual de Identidad

Objetivos

Desarrollar una personalidad visual que fortalezca la marca de Biarritz logrando así un sentido de pertenencia de sus empleados y reconocimiento de marca de la empresa a su público.

Alcance

Transmitir a los clientes la nueva marca corporativa refrescar el logo es el comienzo de la innovación que Biarritz esta realizar para el buen servicio de sus clientes.

Responsables

Es responsabilidad de los propietarios de Biarritz la divulgación del manual de identidad de la marca para el buen uso del logo en las diferentes documentaciones que utilicen.

Introducción

Este manual contiene indicaciones sobre el uso correcto y aplicaciones graficas del logo en todas sus posibles expresiones. Ha sido creado pensando en las necesidades de las personas responsables de su uso en los diferentes medios digitales e impresos.

El contenido es de suma importancia para mantener los estándares de identidad corporativa, servirá de guía para las diferentes aplicaciones y usos detallando medidas colores y fondos a utilizar para cada evento.

Conceptos:

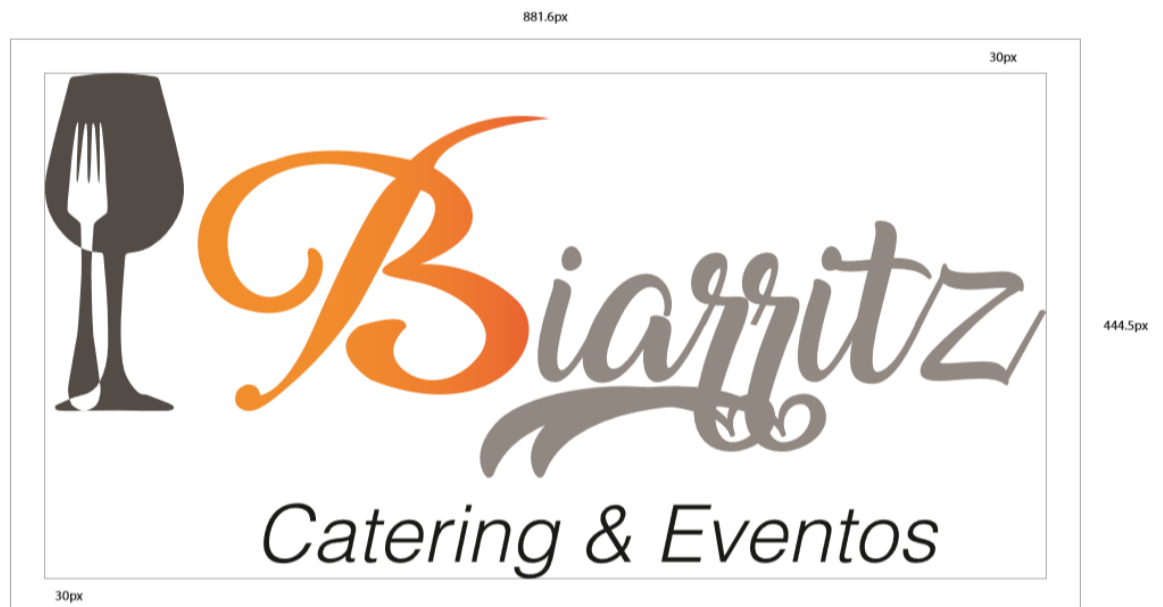
- Simbología Básica
- Logotipo corporativo
- Logotipo dimensiones
- Área de seguridad y productividad
- Colores del logo
- Tipografía
- Normas para uso de logo
- Versiones correctas
- Aplicaciones correctas
- Expresiones textuales de la marca
- Uso de elementos

Simbología Básica

Para evitar resultados no deseados en la puesta en práctica del logo Biarritz se tienen que seguir una serie de normas genéricas. El logo Biarritz está construido a base de un símbolo, un logotipo y colores corporativos que se deberán respetar para su uso correcto.

Logotipo corporativo

El logo tipo será el identificador principal de la sala de té y el que se utilizará en todas sus aplicaciones como parte de su identidad.



Logotipo dimensiones



Área de seguridad

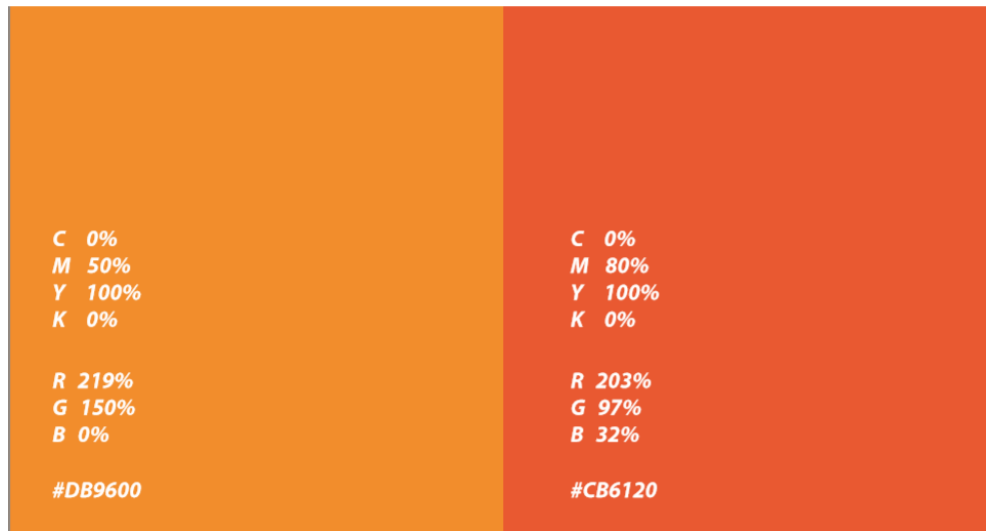
Para asegurar la óptima aplicación y percepción del logo símbolo en todos los soportes y formatos, se ha determinado un área de seguridad que establece una distancia mínima respecto a los textos y elementos gráficos.

El tamaño mínimo de área de seguridad al que el logotipo puede ser reproducido es a 10mm de ancho.

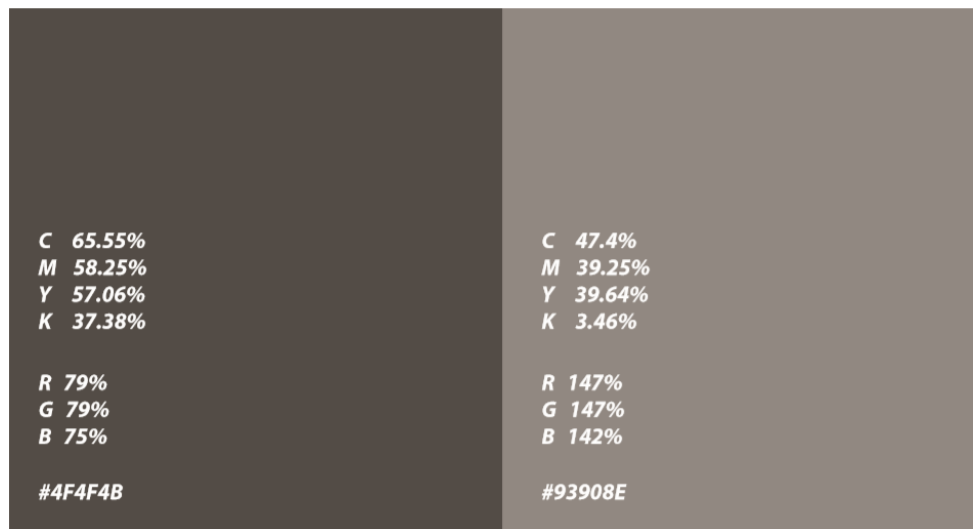


Colores del logo

El color anaranjado será el color principal del logo, es el que predominara como elemento principal.



El color gris y negro serán los colores secundarios para el complemento de los elementos.



Tipografía

La tipografía principal será amarillo para la palabra “Biarritz” y Helvética para “Catering & Eventos”

Normas para el uso del logo

Para evitar resultados no deseados en la puesta en práctica del logo “Biarritz” se tiene que seguir una serie de normas genéricas.

El valor del logo o marca depende en gran medida de la disciplina en su aplicación.

El objetivo de las normas es generar un valor de identidad a través de la imagen visual ante el mercado meta.

Versiones correctas

Siempre que sea posible se aplicará la marca en su versión principal. En el caso que no sea posible por razones técnicas se utilizará la versión en blanco y negro

Aplicaciones correctas

La máxima visibilidad, legibilidad y contraste tienen que asegurarse en todas las aplicaciones. Si el logotipo se tiene que aplicar sobre fondos no corporativos o fotografías, debe aplicarse en blanco o negro, en función de la luminosidad del fondo.

Expresiones textuales del logo

Cuando el logo Biarritz Catering & Eventos esté mecanografiado, se escribirá tal y como se muestra en el ejemplo:



Escritura correcta

Biarritz

Catering & Eventos

Escritura incorrecta

BIARRITZ

CATERING & EVENTOS

Uso de Elementos

Para efectos de medios digitales se podrá utilizar el elemento que mayor representatividad tenga en logo en general. Se podrá utilizar en los diferentes tonos convenientes al tipo de fondo que mejor visión tenga.

Uso en fondos blancos:

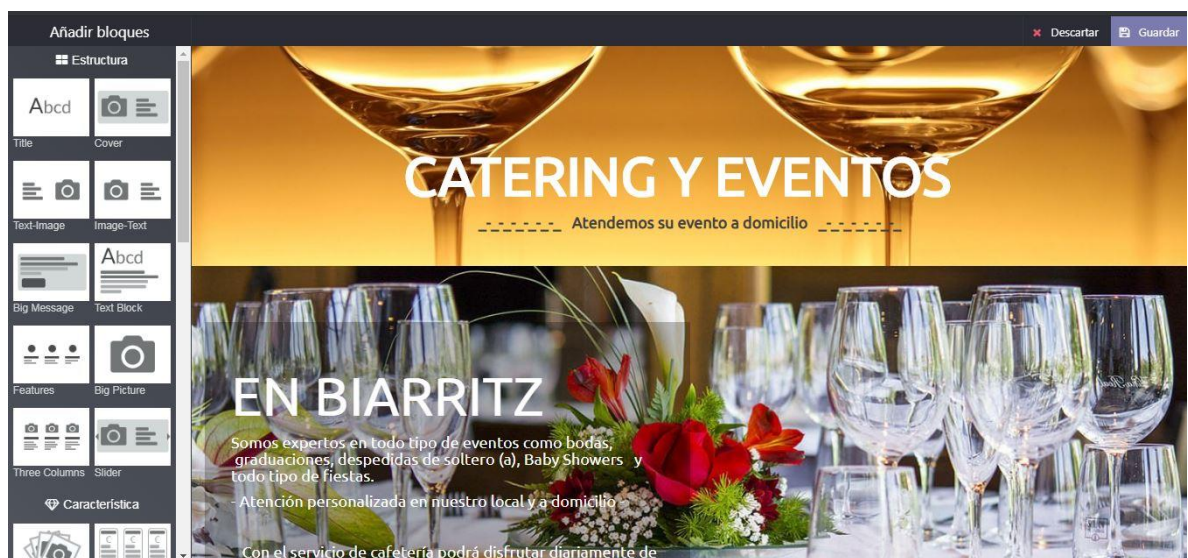


Uso en fondos de colores:



Manual de usuario

Página web



Manual de usuario Página web

Por qué usamos Odoo

Odoo tiene un conjunto bastante completo de aplicaciones de negocio que permiten generar soluciones eficientes a la gestión empresarial, en esta versión de Odoo (11.0-20190429) sin importar que el usuario sea profesional o principiante, pone a disposición todo lo necesario para planificar, crear, publicar y hacer crecer su sitio web.

La aplicación es muy amigable e intuitiva, fácil de usar, en pocas palabras: solamente debe elegir el diseño, completar los contenidos que desee mostrar a sus clientes y finalmente publicarla.

Información general de la aplicación

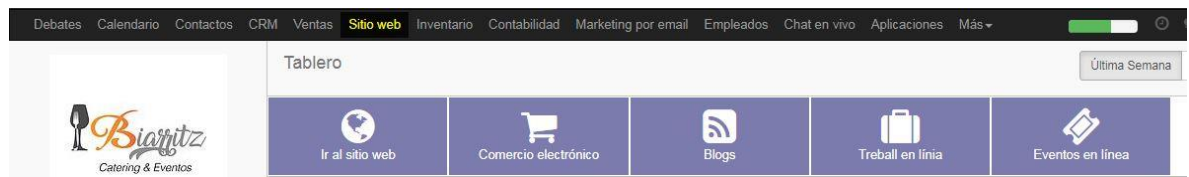
Para administrar tu página web, te mostramos como acceder en 4 pasos:

Ingresar como administrador a Odoo



The image shows a login interface for Odoo. At the top, it says "Base de datos" (Database). Below this, there is a text input field containing "ODOOBD" and a button labeled "Seleccionar" (Select) with a dropdown arrow icon. Underneath, there is a label "Correo electrónico" (Email) followed by a text input field. Below that is a label "Contraseña" (Password) followed by a text input field. At the bottom of the form is a red button labeled "Iniciar Sesión" (Log In).

Elegir la opción **sitio web** y luego **ir a sitio web**



Seleccionar **editar**



Listo, al lado izquierdo de la pantalla encontrará toda una serie de características que permitirán darle una estructura a su página web.



Editar pestañas

Inicio

Quiénes somos

Menú

Galería

Contáctenos

En cualquier momento puede añadir y editar el contenido de su página web.



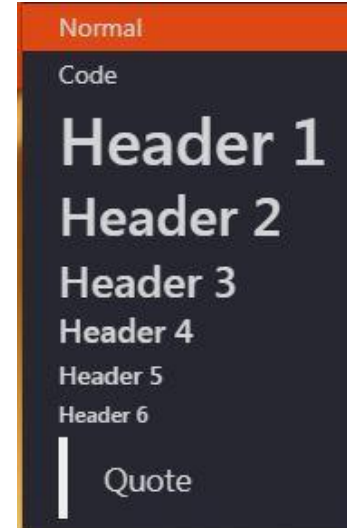
Para ello, se posiciona en la pestaña que desea modificar y luego hace clic en **editar**. En este ejemplo utilizaremos la pestaña **inicio**, pero el proceso aplica para cualquier pestaña, es decir: **quienes somos, menú, galería, etc.** Si desea modificar cualquier texto, únicamente habilita el cursor haciendo clic en el texto.

Una vez realizados los cambios, Odoo le permite aplicar formatos, a continuación, se explica.

Funcionalidad de cada ícono.

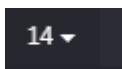


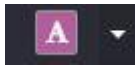
Style: aplica formato al texto seleccionado.



Formatos: negrita, cursiva, subrayado y remueve estilo de fuente.

Tamaño de letra: Odoo brinda un tamaño por defecto, pero es posible modificarlo.





Color de fondo y de letra: con esta opción puede elegir entre una diversidad de colores para adaptar el color de la letra y si necesita un fondo, también puede aplicarlo.



Lista con viñetas o con numeración: al igual que en un procesador de texto, puede establecer una lista y aplicarle una viñeta o seguir la numeración.



Alineación del texto: permite alinearlo a la izquierda, centro, derecha, justificarlo o aplicarle sangría.

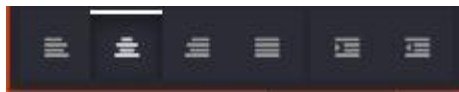
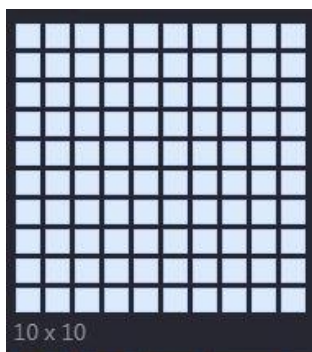


Tabla: desplazándose por la flecha hacia abajo, puede insertar una tabla de hasta 10 x 10



Link: si considera necesario hacer referencia a una información almacenada en una página web, puede utilizar esta opción, al hacerlo abrirá una nueva ventana y debe completar la información solicitada.

Enlazar con

Descripción del vínculo

URL o correo electrónico

Tamaño

Media

Color

☐

Abrir en una ventana nueva

Previsualizar

Guardar

Descartar

Insertar documento o imagen: es permitido mostrar en la página web imágenes, pero también puede mostrar documentos, pictogramas y videos, para ello, previamente debe utilizar la opción “subir imagen”, en caso desee un video, debe seleccionar la pestaña con ese nombre y pegar el link que desea mostrar. Podrá observar una pre visualización.

Seleccione un recurso

Imagen

Documento

Pictograma

Video

Q

< Anterior

Siguiente >

Subir una imagen

— o —

Añadir una URL de imagen

Añadir

magen

Documento

Pictograma

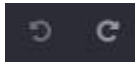
Video

Código de video (URL o incrustación)

Copie y pegue su URL o su código de incrustación aquí

Acepta Youtube, Instagram, Vine.co, Vimeo, Dailymotion y Youku videos

138

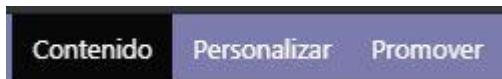


Deshacer y rehacer: si se equivocó realizando algún paso, siempre podrá deshacerla, si se arrepiente, también podrá rehacerla.

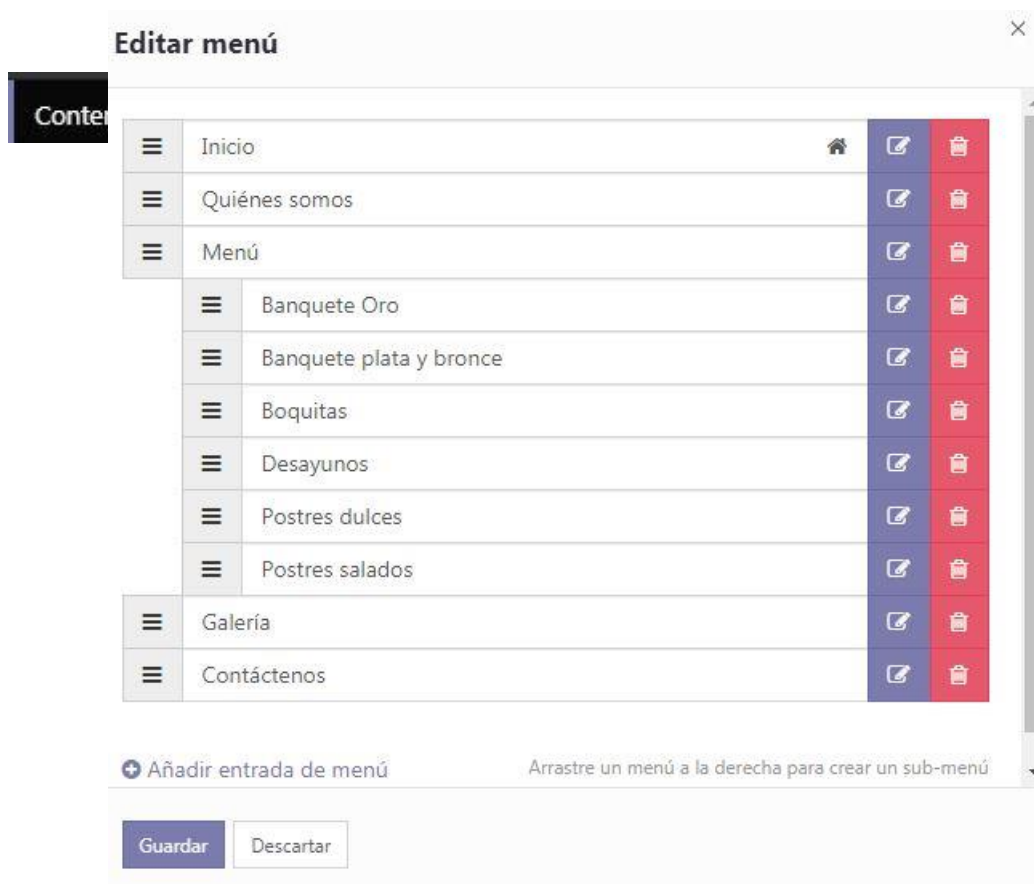
Administrar el sitio web

Contenido

Si su intención es administrar el contenido de la página web, personalizarla y promoverla, debe hacer uso de las siguientes opciones:



A continuación, una breve descripción de su funcionalidad:



Editar menú: aquí podrá establecer el orden de cada pestaña mostrada en la web, definir submenú o añadir nuevos.

Administrar páginas: podrá editar su código, duplicar su contenido o eliminarla.

Administrar sus páginas

Ordenar por nombre ▾

Buscar...

Q

Nombre	URL	📌	👁	🔔	
About us	/aboutus	✖	✓	✓	⚙️ ✎ 📄 🗑
Banquete plata y bronce	/banquete-plata-y-bronce	✓	✓	✓	⚙️ ✎ 📄 🗑
Boquitas	/boquitas	✓	✓	✓	⚙️ ✎ 📄 🗑
Contact Us	/contactus	✓	✓	✓	⚙️ ✎ 📄 🗑
Desayunos	/desayunos	✓	✓	✓	⚙️ ✎ 📄 🗑
Eventos	/eventos	✓	✓	✓	⚙️ ✎ 📄 🗑
🏠 Home	/	✓	✓	✓	⚙️ ✎ 📄 🗑
Menú	/menu	✓	✓	✓	⚙️ ✎ 📄 🗑
Paquete Oro	/paquete-oro	✓	✓	✓	⚙️ ✎ 📄 🗑
Postres dulces	/postres-dulces-1	✓	✓	✓	⚙️ ✎ 📄 🗑
Postres salados	/postres-salados	✓	✓	✓	⚙️ ✎ 📄 🗑
Quiénes somos	/quienes-somos	✓	✓	✓	⚙️ ✎ 📄 🗑
Servicios	/servicios	✖	✓	✓	⚙️ ✎ 📄 🗑

Contenido

Propiedades de la página: se visualiza el nombre y la url de la página y la forma de publicarla.

Propiedades de la página

Nombre

Publicar

Mostrar en el menú superior

☒

Usar como página de inicio

☒

Indexado ?

☒

Publicar

☒

Fecha de publicación

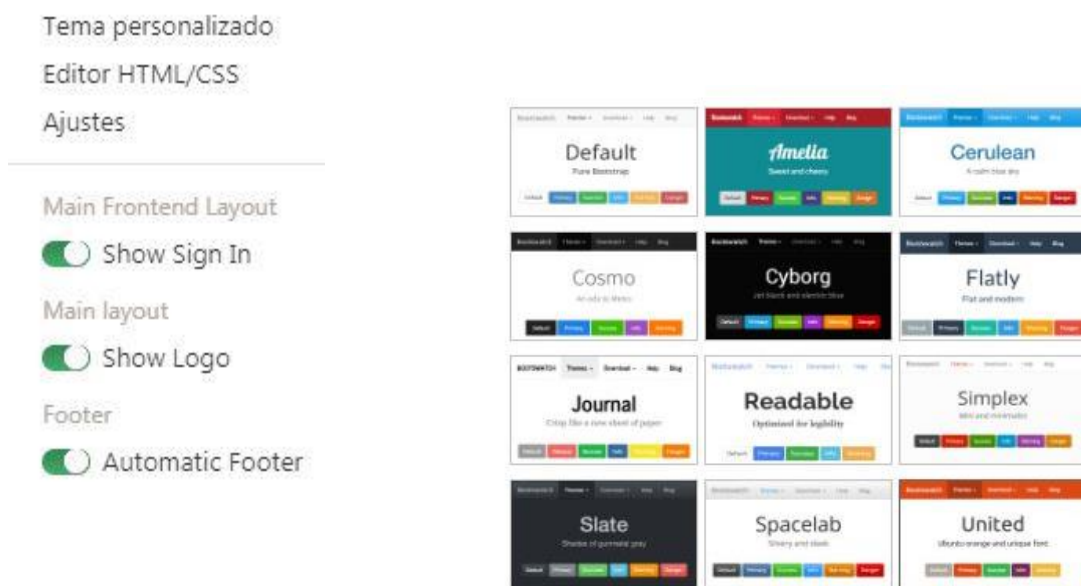
📅

Guardar

Descartar

Personalizar

Puede personalizar el tema utilizado por la página web, editar HTML/CSS y realizar ajustes.



Promover: en este apartado puede establecer el título de la página y agregarle una breve descripción para que aparezca al realizar la búsqueda en los navegadores web, sin olvidar, definir las palabras clave con las cuales puede encontrarse con mayor facilidad su página web.

Promover página Haga que esta página sea referenciada eficientemente en los motores de búsqueda para atraer más visitantes.

Título de la página	BIARRITZ	Previsualizar cómo se incluirá su página en Google
Descripción	Somos expertos en todo tipo de eventos como bodas, graduaciones, despedidas de soltero(a) Baby Showers y todo tipo de fiestas. En nuestro local y a domicilio.	BIARRITZ http://ec2-18-216-77-1-us-east-2.compute.amazonaws.com:8069/ Somos expertos en todo tipo de eventos como bodas, graduaciones, despedidas de soltero(a) Baby Showers y todo tipo de fiestas. En nuestro local y a domicilio.

Definir palabras clave describiendo el contenido de su página

Palabra clave	Spanish / Español	Añadir
Sugerido Temas más buscados relacionados con sus palabras clave, ordenadas por importancia:		
Guardar	Descartar	



MANUAL

DE

FACEBOOK ADS



Objetivo

Crear una campaña enfocada en despertar interés por los productos y servicios, que ofrece Biarritz Evento & Catering y así ganar reconocimiento de marca en el mercado de salas de té y hoteles.

Alcance

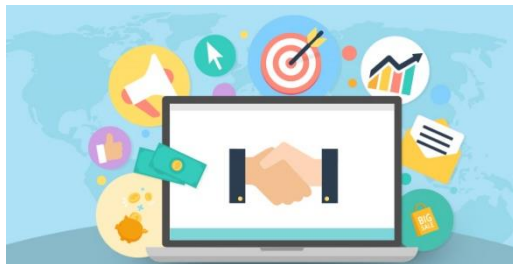
Conocer el número de personas que ven los anuncios que Biarritz publica, así como la frecuencia con la que estos aparecen durante sus visitas a Facebook. Para mejorar las publicaciones.

Responsable

Es responsabilidad de los propietarios el asignar un encargado para que alimente y de mantenimiento a esta página para que la campaña vaya actualizando según sea la necesidad que tenga Biarritz en el mes.

Introducción

El Sistema publicitario de Facebook en donde se pueden ser promocionadas empresas, tiendas en línea, eventos, etc. Fue creado por Mark Zuckerberg durante su paso en Harvard en el año 2004, la primera forma de anuncio fue llamada flyer y eran banners donde eran anunciadas eventos o fiestas de los alumnos, su precio oscilaba entre los \$10 y \$40.



Ilustracion 58. Facebook Ads

Facebook ha logrado llegar con su publicidad a millones de usuarios alrededor del mundo logrando así aumentar la rentabilidad de muchas empresas que han logrado darse a conocer por este medio.

Facebook Ads como una opción para las MIPYMES en El Salvador.

Debido a la necesidad de ser conocidos local e internacionalmente las empresas deben hacer publicidad, y Facebook ads es una opción económica, fácil usar y con millones de usuarios esperando ver publicidad acorde a sus gustos e intereses.

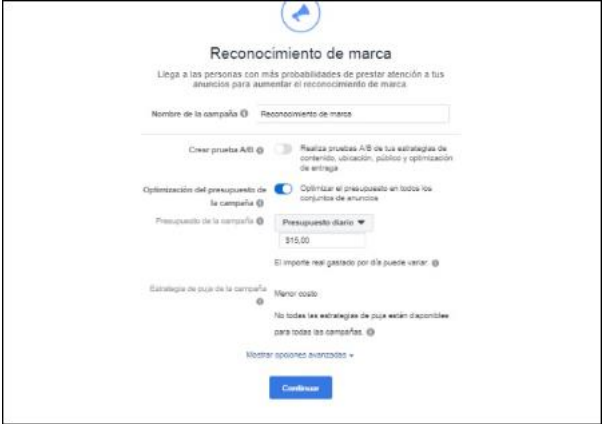
Gracias a su contenido dinámico, novedades y tendencias del mundo los usuarios están buscando posibles productos y servicios, y es donde las

empresas pueden en base a clicks realizar investigaciones e incluso tomar decisiones para aumentar su rentabilidad es por eso que nuestras campañas de publicidad para la Biarritz las hicimos en esta aplicación porque nos pareció la más cómoda y novedosa que no dudamos les ayude a incrementar sus ventas.

Las principales características de Facebook Ads son:

Puede realizar todo tipo de campañas publicitarias

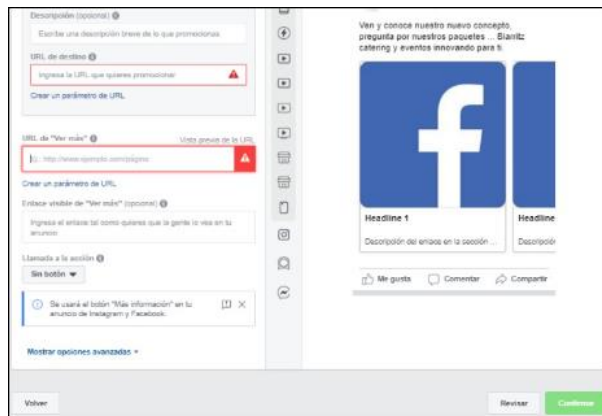
Permite crear publicaciones para diferente tipo de personas, es decir segmenta a los clientes acorde a sus publicaciones.

The image shows a screenshot of the Facebook Ads campaign creation interface for the 'Reconocimiento de marca' (Brand Awareness) objective. The interface is in Spanish and includes the following elements: a blue location pin icon at the top; the title 'Reconocimiento de marca'; a subtitle 'Llega a las personas con más probabilidades de prestar atención a tus anuncios para aumentar el reconocimiento de marca.'; a text input field for 'Nombre de la campaña' with the value 'Reconocimiento de marca'; a toggle switch for 'Crear pruebas A/B' which is currently off; a text input field for 'Presupuesto de la campaña' with the value '\$15.00'; a dropdown menu for 'Presupuesto diario' set to '\$15.00'; a note 'El importe real gastado por día puede variar.'; a section for 'Estrategia de puja de la campaña' with a dropdown set to 'Menor costo'; a note 'No todas las estrategias de puja están disponibles para todas las campañas.'; a link 'Mostrar opciones avanzadas'; and a blue 'Continuar' button at the bottom.

Facebook Ads es diferente a las demás publicidades que se ofrecen en las otras redes, por ejemplo, Facebook permite:

- Interactuar con la audiencia
- Elementos visuales, como por ejemplo puede agregar imágenes y videos.

- La segmentación de los clientes acorde a sus publicaciones o estados de ánimo.
- Bajo costo.



Por ser una de las redes sociales más populares se establecieron objetivos de la campaña de Facebook Ads para la Sala de té Biarritz atraer nuevos clientes y fidelizar los ya existentes:

- Reconocimiento de marca
- Promocionar la empresa
- Llegar a personas cerca del negocio.
- Atraer personas al sitio web.
- Segmentar a los clientes, para tener un mercado meta en la publicidad.

Lo importante de Facebook es que no basta solo con pagar la publicidad, sino que los precios en Facebook son una subasta en donde todos los anuncios

compiten entre sí, no solo por pagar va a tener una mayor prioridad, por tanto, debe acercarse al precio de la subasta que dice Facebook.

Existen dos tipos de anuncio los Costos por clic y Costo por millar.

Costo por clic: El anuncio es pagado por cada clic que el usuario hace.

Costo por millar: Es un costo por cada mil impresiones. En la campaña para Sala de té Biarritz se hará anuncios de costo por millar ya que se quiere llegar a mayor número de personas.

Nuestra campaña publicitaria inició el día 29 de junio y terminó el día 01 de julio, en este caso Facebook brinda rangos de precios y debe escogerse el precio que se encuentre sobre la media en la subasta, para poder así llegar a más usuarios, seleccionamos el costo por millar porque lo que se busca es llegar a más usuarios.

Es importante mencionar que en esta publicidad no tendrá ninguna acción o clic.

Los pasos para la creación de esta publicidad.



- Especificar el presupuesto de campaña
- Definir el periodo de circulación
- Optimizar la campaña por interacción por una publicación, alcance único diario, costo por millar y costo por click.

Debe realizarse una adecuada segmentación del mercado objetivo de la campana, lugares, edad, sexo, idioma, intereses, comportamientos, se puede segmentar también en base a las personas que ya tienen una interacción con la empresa.

Como se paga por Facebook

Es importante saber que los anuncios de Facebook funcionan como una subasta: todos los anuncios compiten entre sí para ser mostrados al público que eligieron segmentar. Se debe fijar bien las fechas en que se va a realizar la campaña, y también buscar la mejor manera de usarlo, para el caso de Biarritz se hará costo por millar, ya que aquí se paga por cada mil impresiones.

Cómo funciona la subasta:

Cada publicación está siendo sometida a una puja o una subasta en donde ganara la que este por sobre la media del precio que da Facebook.

Pasos para la publicidad:

Para realizar la publicidad de la Sala de té Biarritz se siguieron los siguientes pasos:

Se crearon 3 artes



Ilustración 59 Propuestas de artes a utilizar en la campaña publicitaria

Además, se creó un video



Posteriormente se lanzó la campaña por 3 días los pasos que se siguieron fueron los siguientes:

Inicio 29/5/2019 18/25
Fin 18/25

« julio 2019 »

Lun	Már	Mié	Jue	Vie	Sáb	Dom
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

Límites de gasto del conjunto de anuncios ⓘ Este conjunto c que usa optimi, agregar requisi anuncios, pued
Mínimo \$115.00
No podemos ga
El límite mínimo de gasto del conjunto de anuncios es mayor que el presupuesto de la campaña. Cambia el presupuesto de la campaña o el límite de gasto mínimo.
Máximo

Se seleccionaron fechas, así como un límite de presupuesto diario como se observa en la siguiente imagen.

Presupuesto de la campaña ⓘ Presupuesto diario \$15.00
El importe real gastado por día puede variar. ⓘ

Estrategia de puja de la campaña ⓘ Menor costo
No todas las estrategias de puja están disponibles para todas las campañas. ⓘ

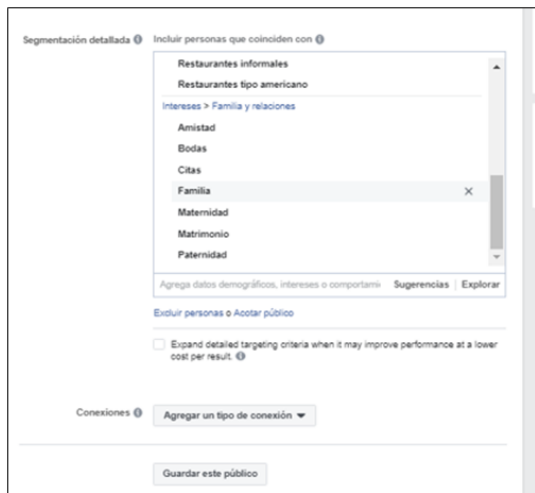
Programación de anuncios ⓘ Publicar anuncios continuamente

Tipo de entrega ⓘ ☒ Estándar: Obtén resultados durante todo el período seleccionado.
☐ Acelerada: Gasta tu presupuesto y obtén resultados cuanto antes

Ocultar opciones avanzadas ▶

Con el fin de agregar a la publicidad y que ella abarcara tanto los 3 artes y el video se selecciona la opción de anuncio por secuencia.

Es muy importante crear una segmentación adecuada a nuestra campaña en nuestro caso ya que es una sala de eventos el objetivo principal son personas próximas por tener cualquier tipo de celebración, del área metropolitana de San Salvador.



Segmentación detallada ⓘ Incluir personas que coinciden con ⓘ

- Restaurantes informales
- Restaurantes tipo americano
- Intereses > Familia y relaciones
 - Amistad
 - Bodas
 - Citas
 - Familia X
 - Maternidad
 - Matrimonio
 - Paternidad

Agrega datos demográficos, intereses o comportamientos Sugerencias Explorar

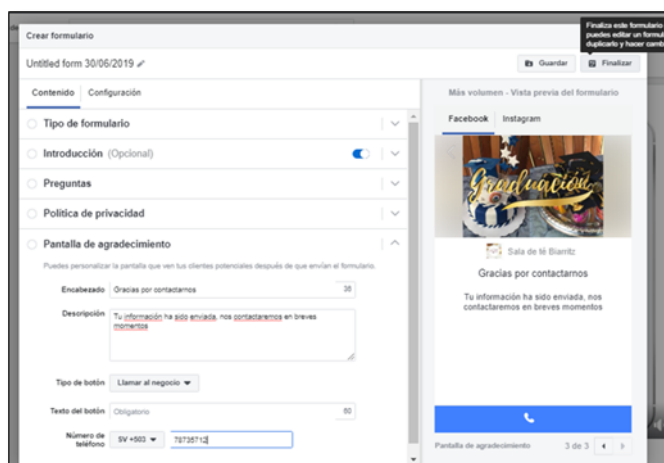
Excluir personas o Ajustar público

☐ Expand detailed targeting criteria when it may improve performance at a lower cost per result. ⓘ

Conexiones ⓘ Agregar un tipo de conexión ▼

Guardar este público

Con el fin de transformar las visitas en clientes se adjuntó a la publicidad un formulario de cotización, los resultados se evaluarán más adelante.



Crear formulario

Untitled form 30/06/2019

Contenido Configuración

Tipo de formulario

Introducción (Opcional)

Preguntas

Política de privacidad

Pantalla de agradecimiento

Puedes personalizar la pantalla que ven tus clientes potenciales después de que envíen el formulario.

Encabezado Gracias por contactarnos 30

Descripción Tu información ha sido enviada, nos contactaremos en breves momentos

Tipo de botón Llamar al negocio

Texto del botón Obligatorio 80

Número de teléfono SV +503 72725712

Más volumen - Vista previa del formulario

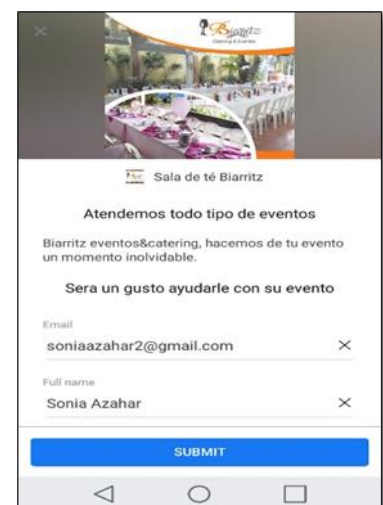
Facebook Instagram

Sala de té Biarritz

Gracias por contactarnos

Tu información ha sido enviada, nos contactaremos en breves momentos

Pantalla de agradecimiento 3 de 3



Sala de té Biarritz

Atendemos todo tipo de eventos

Biarritz eventos&catering, hacemos de tu evento un momento inolvidable.

Sera un gusto ayudarle con su evento

Email soniaazahar2@gmail.com X

Full name Sonia Azahar X

SUBMIT

Durante la ejecución de la campaña publicitaria se tuvo un alto tráfico de mensajes solicitando cotizaciones, de los cuales se tradujeron en ventas reales y futuros clientes potenciales.

FACEBOOK ANALITYCS

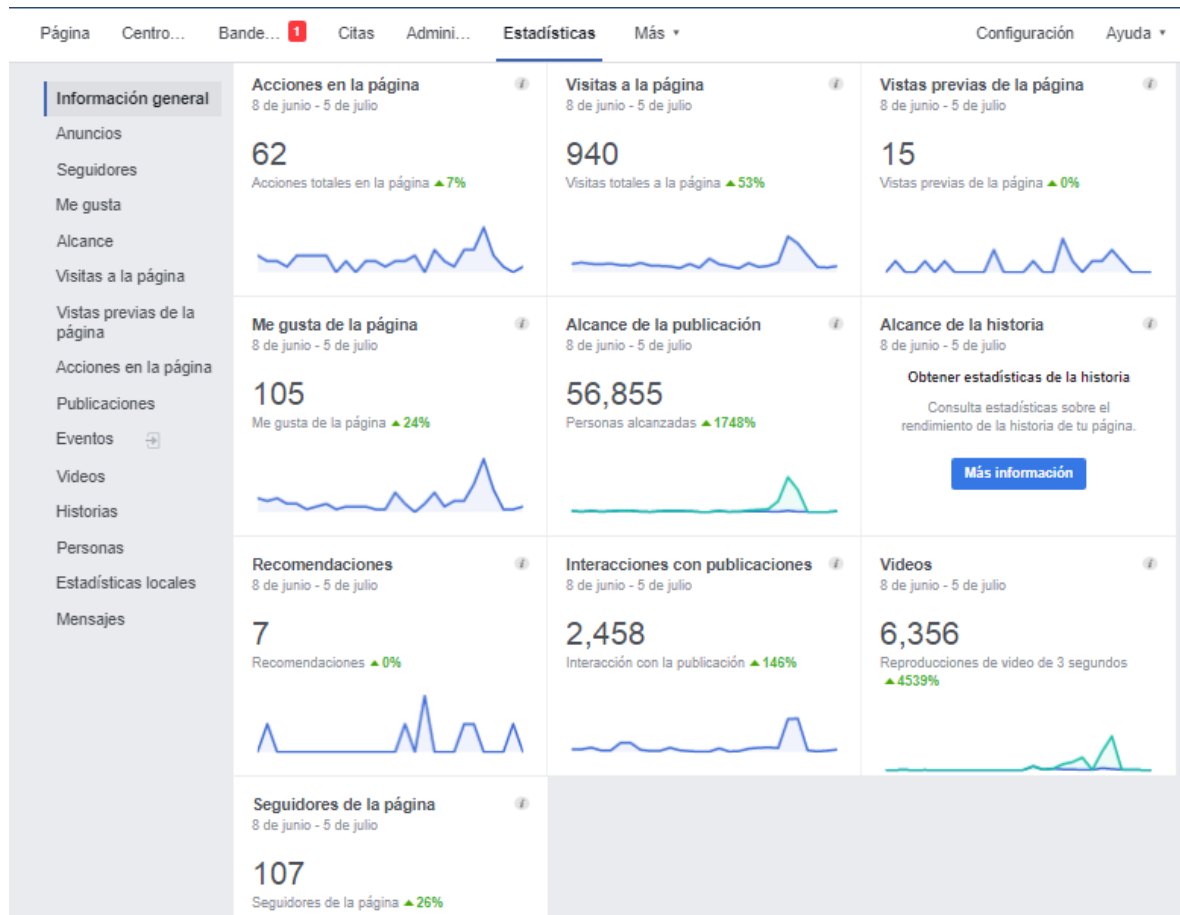
Es importante aprender a medir los resultados en una campaña de marketing y Facebook Analytics nos lo permite para así poder cuantificar los resultados de la misma. Esta nos da información detallada y podemos dar un giro a la información que obtenemos.

Facebook Analytics es gratuita y ofrece novedades como un seguimiento más completo de un embudo de conversión con el cliente.



En la última actualización destacamos sistemas de inteligencia artificial, cuadros de mando actualizados, creación de grupos en función del origen del usuario permite una micro segmentación.

Los datos obtenidos se muestran en el siguiente conjunto de gráficos:





MANUAL

PARA EL BUEN USO DE REDES SOCIALES



MANUAL PARA EL BUEN USO DE REDES SOCIALES

Objetivo

Dar las mejores prácticas de las redes sociales para Biarritz Eventos y Catering en cuanto el manejo de las redes sociales.

Distinguir entre el buen uso y mal uso de las redes sociales para no afectar la marca e identificar cuáles son nuestros clientes potenciales.

Alcance

Nos indica el número de personas a las que estamos llegando con nuestro contenido y es uno de los parámetros que debemos de estar midiendo en forma constante (KPIs básico). Para mejorar nuestra publicidad en las redes sociales.

Responsables

Es responsabilidad de los propietarios de Biarritz el buen uso de las redes sociales este lo puede lograr designando a un encargado que le maneje las redes sociales.

Introducción

La tecnología nos está llevando cada día a ser más dependientes de las redes sociales principalmente WhatsApp, Facebook e Instagram, es por eso que se torna necesario hacer un uso apropiado de estas.

Las redes sociales tienen un contenido muy positivo dándoles un uso adecuado pueden ser una gran ayuda al momento de atraer clientes.

Es importante crear contenido este debe ser apropiado a los usuarios a los que queremos llegar con nuestro servicio de eventos y catering, es por eso que el contenido debe ser dinámico, interactivo, consejos para realizar eventos con elegancia y calidad es muy importante resaltar que este contenido debe ser propio, ya que así se fortalece la credibilidad del cliente en nuestro producto o servicio.

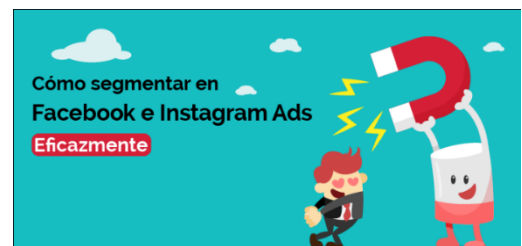
Clasificación de los canales sociales

Los canales sociales sirven para:

Amplificar nuestros mensajes, estos pueden llegar al público que nosotros elijamos el cual puede ser un segmento pequeño o amplio.

Lo podemos delimitar por zona demográfica, estatus social etc.

Conocer a nuestros usuarios, de hecho, Facebook nos da bastante información respecto a esto, así nos ayuda a poder establecer a quien va dirigido el contenido y poder ajustarse a este tipo de personas.



Interacción en tiempo real con los usuarios, los mensajes y el contenido en general se interactúa en el momento lo que propicia una mejor comunicación con el cliente.



Notas importantes para el buen uso de las redes sociales.

Responde tus mensajes en horas hábiles, o tomate el tiempo para analizar cuál será tu respuesta.

Toma el tiempo para realizar de una sola vez la cotización.

Se lo más claro posible en el mensaje a tu cliente. Así te ahorras estar testeando mucho tiempo porque ya tiene la información que necesita.

Realiza una platilla de contestación de mensajes, tú tienes el conocimiento de las preguntas más frecuentes así ahorras tiempo en la redacción y tienes un mensaje generalizado.

Tener embajadores de marca, es decir una persona que nos recomendara y publicara e invitara a sus conocidos a conocer la empresa. Designa a una persona de tu empresa que te apoye con esta actividad para que te este alimentando las redes sociales que sea quien mueva tu marca.



Como manejar adecuadamente las redes sociales En Biarritz Eventos & Catering

Definir objetivos, estos deben ir de la mano con el objetivo del negocio que es el aumento de clientes, esto debe ir de la mano con un compromiso y una empatía con el cliente, en donde se puedan resolver dudas de manera adecuada, así como un buen manejo de los reclamos en caso que hubiere; así también trabajar en la mejora continua del negocio.

Mantén una escucha activa: esto implica saber qué quieren los clientes, responder a sus dudas, pero también a sus quejas. Que se sientan parte de tu proyecto y vean que pueden contar con tu negocio y que pueden ayudar a mejorar tus productos o servicios.



Canales a usar, para el caso de Biarritz Eventos & Catering la mejor opción es Facebook, ya que está enfocado al tipo de consumidor que se busca, además se debe crear un usuario en foursquare para que las personas puedan dejar sus comentarios respecto al servicio o poner estrellas.



Conocer a la audiencia, saber si son mujeres, hombres, edades, empresas, entre más conoce a su audiencia se generan mejores mensajes.

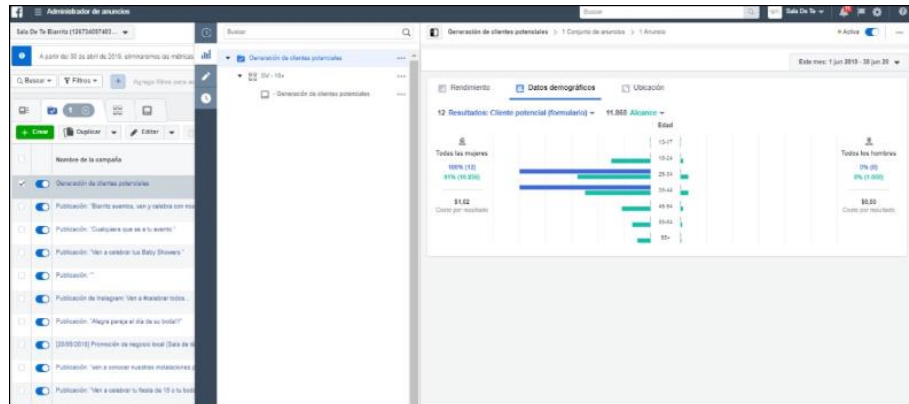


Ilustración 60 Pantalla de KPI'S de FB

Conocer nuestro producto o servicio, con base a esto debemos usar un lenguaje adecuado, evitando el contenido plano. Tener estrategia de contenido, que vamos a publicar cuando lo haremos y como lo haremos.

Generar indicadores, debemos medir el impacto del anuncio, el crecimiento, ver si se lograron los objetivos, redes sociales como Twitter y Facebook tienen gráficos donde podemos monitorear a las personas que están viendo o reaccionando a nuestras publicaciones.



Ilustración 61. Rendimiento

Contestar comentarios y mensajes en positivo, debe evitarse el uso del lenguaje coloquial, así como también mandar la información de manera formal ya sea en Facebook con un documento adjunto en pdf o por correo electrónico con el formato brindado por Odoo.

Calendario de contenidos, debe saber en qué hora y día se va a publicar la publicidad, ya que dependiendo de esto así serán las interacciones que se tendrán, también en este calendario debe especificarse que contenido se va a publicar, ya que esto nos permite tener con anticipación que es lo que se va a publicar.

Calendarización de eventos

Calendarizar actividades estas las puede publicar en las redes sociales los eventos que tendrá, cada una de las interacciones que se realicen con los usuarios que se traduzcan en posibles ventas deben ser calendarizadas.

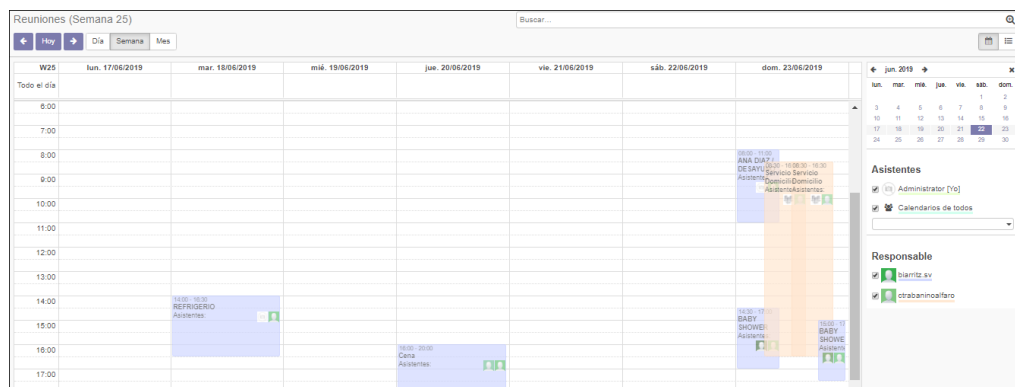


Ilustración 62. Calendario de eventos

Fotografias de Visitas al Empresario.

Invitación a empresario

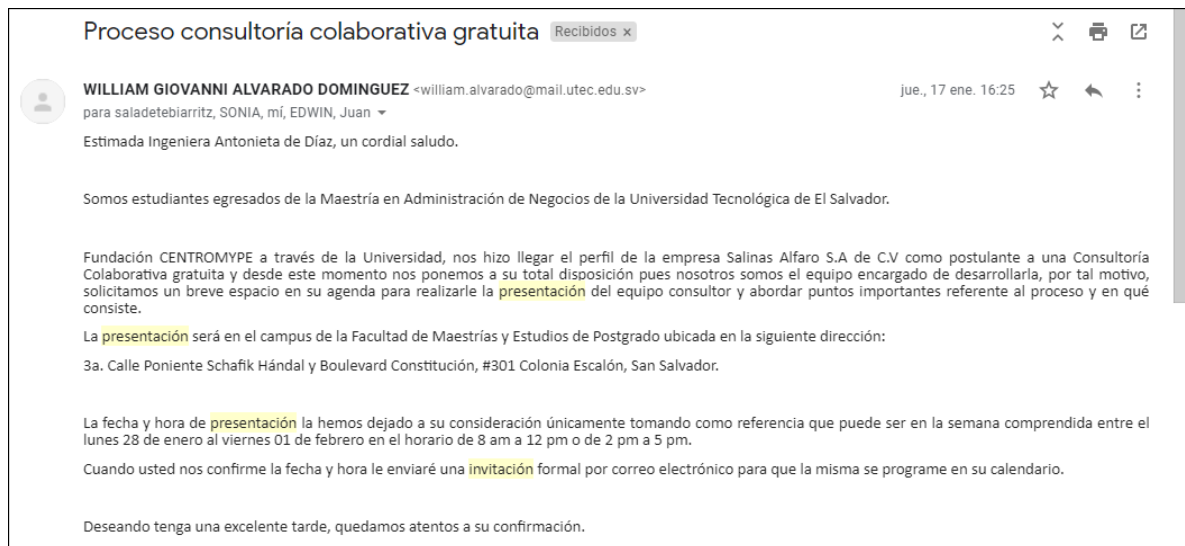


Ilustración 63. Correo para los empresarios



Ilustración 64. Presentación



CARTA DE CONFIDENCIALIDAD



Nombres:

Nombre: Sonia Altagracia Azahar Lopez DUI: 00714348-5
Nombre: Mayra Alejandra Chicas Rodriguez DUI: 03035594-8
Nombre: Edwin Amílcar Salmerón de Paz DUI: 03551080-2
Nombre: William Giovanni Alvarado Domínguez DUI: 03316016-4

Aceptamos brindar Asesoría a la Empresa Salinas Alfaro, S.A de C.V., en el marco de la alianza que la Fundación Promotora de la Competitividad de la Micro y Pequeña Empresa CENTROMYPE, tiene con la Facultad de Maestrías y Estudios de Postgrado de la Universidad Tecnológica.

Reconocemos que mediante este trabajo podremos tener acceso a conocimientos, procedimientos, secretos, patentes, estrategias, programas, productos e información de carácter confidencial, propiedad de la empresa Salinas Alfaro, S.A de C.V., y que la divulgación de dicha información puede causar daños o perjuicios a la empresa beneficiaria, por lo que declaramos bajo juramento, que nos comprometemos a mantener **ESTRICTA CONFIDENCIALIDAD** de dicha información, adquirida en forma impresa, medios electromagnéticos o de forma verbal o por cualesquiera otros medios, por cuanto lo dicho es enunciativo y no taxativo, y utilizarla estrictamente para cumplir con las obligaciones y funciones de Asesor. Asimismo, nos comprometemos a no usar la información para nuestro beneficio personal ni para el beneficio de nuestros patronos, socios, empleados, representantes o clientes y a **NO DIVULGAR** la información obtenida por ningún medio, sin la autorización expresa de Salinas Alfaro, S.A de C.V.. Finalmente aceptamos desde ahora, que en caso de faltar a nuestra declaración de confidencialidad, indemnizar a Salinas Alfaro, S.A de C.V., por cualquier daño o perjuicio que le siga por motivo de mi falta al estricto cumplimiento de la presente declaración y a mantener a la Fundación CENTROMYPE y a la Universidad Tecnológica, en paz y a salvo de cualquier reclamación que pudiera surgir en su contra por motivo o en relación con cualquier violación a lo anterior, sea de la naturaleza que fuera, por lo que nos hacemos responsables de todo costo y gasto que le ocasionare con motivo de ello, inclusive gastos de abogados y legales de cualquier naturaleza.

San Salvador, a los 29 días del mes de enero del dos mil diecinueve.

Firma

Nombre: Sonia Altagracia Azahar Lopez

Firma

Nombre: Edwin Amílcar Salmerón de Paz

Firma

Nombre: Mayra Alejandra Chicas Rodriguez

Firma

Nombre: William Giovanni Alvarado Domínguez

Tel (503) 2275 8030 Fax (503) 2275 8031 E mail info@centromype
Dirección: 63 Av Sur y final pasaje Santa Mónica - 12-A Colonia E
San Sa

Ilustración 65. Carta de confidencialidad



Ilustración 66. Presentación a empresario en UTEC Maestrías



Ilustración 67. Presentación a empresario en UTEC Maestrías



Ilustración 68. Primera visita.

INFORME DE SEGUIMIENTO

Actividad realizada: Visita Sala de té Biarritz

Fecha: 02/12/19

Equipo Consultor:

Nombre y Apellidos	Firma
<u>William Domini Aguado</u>	<u>[Firma]</u>
<u>Sonia Altamirano Azahar</u>	<u>[Firma]</u>
<u>Edwin Amador Salazar de Paz</u>	<u>[Firma]</u>
<u>Mayra Alejandra Celis</u>	<u>[Firma]</u>

Breve descripción de la actividad realizada:

Primera visita a Sala de té Biarritz para conocer el personal, las instalaciones, y preparar el agenda de reuniones. Conocer más sobre sus expectativas

Firma del Empresario: [Firma] 

Se deben anexar fotos donde este todo el grupo como comprobación que todos han participado

Ilustración 69. Seguimiento a visitas



Ilustración 70 Segunda visita, inicio de diagnóstico.



INFORME DE SEGUIMIENTO

Actividad realizada: Visita Solo de té Biarrito

Fecha: 17/2/19

Equipo Consultor:

Nombre y Apellidos	Firma
<u>Mayra Alexandra chico</u>	<u>[Firma]</u>
<u>Edwin AMILAN ESPINOSA</u>	<u>[Firma]</u>
<u>Sonia Atagracia Izahar</u>	<u>[Firma]</u>
<u>William Giovanni Alvarado</u>	<u>[Firma]</u>

Breve descripción de la actividad realizada:

Segunda visita para realizar
vaciado de entrevista, continuación
de diagnóstico.

Firma del Empresario:

[Firma]

Se deben anexar fotos donde esté todo el grupo como comprobación que todos han participado



Ilustración 71 Visita 09 de Marzo, continuación diagnóstico.



Universidad Tecnológica de El Salvador

INFORME DE SEGUIMIENTO

Actividad realizada: Visita Sala de té Biarrito

Fecha: 09/03/2019

Equipo Consultor:

Nombre y Apellidos	Firma
<u>Mayera Alejandra Chicas</u>	<u>[Firma]</u>
<u>Edwin Amilcar Salmeron</u>	<u>[Firma]</u>
<u>Conia Attagracia Azahar</u>	<u>[Firma]</u>
<u>William Giovanni Alvarado</u>	<u>[Firma]</u>

Breve descripción de la actividad realizada:

Visita para realizar diagnóstico de situación actual producto de vaciado de herramienta de excel.

Firma del Empresario: [Firma]



Se deben anexar fotos donde este todo el grupo como comprobación que todos han participado



Ilustración 72 Presentación áreas de oportunidad y acción clave



INFORME DE SEGUIMIENTO

Actividad realizada: Visita Sala de té Biarritz

Fecha: 23/03/19

Equipo Consultor: CONSULPRO

Nombre y Apellidos

Firma

William Giovanni Alvarez

Sonia Altamirano Azabara

Maryra Alejandra Celis

Edwin Amilcar Salmeron de Paz

Breve descripción de la actividad realizada:

Determinación de acción clave de
éxito de manera conjunta con
el empresario.

Firma del Empresario:

Manoel C. Alfaro

Se deben anexar fotos donde este todo el grupo como comprobación que todos han participado



Ilustración 73 Avance de la acción clave de éxito.



INFORME DE SEGUIMIENTO

Actividad realizada: Visita Sala de té Biarritz

Fecha: 06/04/2019

Equipo Consultor:

Nombre y Apellidos

Edwin Amilcar Salmeron
Maryra Alejandra Chicas
Sonia Altagracia Graham
William Giovanni Alvarado

Firma

[Firma]
[Firma]
[Firma]
[Firma]

Breve descripción de la actividad realizada:

Visita a Sala de té Biarritz para
presentación de avances de acción
clave de éxito, así como
presentación de cronograma de
actividades para la implementación

Firma del Empresario:

[Firma]
[Firma]

Se deben anexar fotos donde este todo el grupo como comprobación que todos han participado



Ilustración 74 Capacitación Odoo y página web.



INFORME DE SEGUIMIENTO

Actividad realizada: Visita Sala de té Biarritz

Fecha: 11/05/2019

Equipo Consultor:

Nombre y Apellidos

Firma

<u>Edwin Smilcar Salmerón de Paz</u>	<u>[Firma]</u>
<u>William Giovanni Alvarado</u>	<u>[Firma]</u>
<u>Laura Altamirano Chah</u>	<u>[Firma]</u>
<u>Maira Alejandra Cordero</u>	<u>[Firma]</u>

Breve descripción de la actividad realizada:

Se mostró al empresario Los
beneficios que el sistema
podrá brindar a Sala de té
Biarritz, se capacitó sobre su
uso basado en la acción clave de
éxito determinada, incluyendo pag. web.

Firma del Empresario:

[Firma]

Se deben anexar fotos donde este todo el grupo como comprobación que todos han participado



Ilustración 75. Segunda sesión de capacitación Odoos.

**Universidad Tecnológica
de El Salvador**

INFORME DE SEGUIMIENTO

Actividad realizada: Visita Sala de té Biarritz

Fecha: 15/06/2019

Equipo Consultor:

Nombre y Apellidos	Firma
<u>Edwin Amilean Salmerón de Paz</u>	<u>[Firma]</u>
<u>Sonia Pineda Ochoa</u>	<u>[Firma]</u>
<u>Mayra Alejandra Ceballos</u>	<u>[Firma]</u>
<u>William Giovanni Alvarado</u>	<u>[Firma]</u>

Breve descripción de la actividad realizada:

Capacitación de cam/cep odoos, modelos
de acción clave, considerando el uso y
manejo por parte de las empresarias.
Revisión de todos los módulos
determinados en la acción clave de éxito
y acciones correctivas.

Firma del Empresario: [Firma]



Se deben anexar fotos donde este todo el grupo como comprobación que todos han participado



Ilustración 76 Revisión página web



INFORME DE SEGUIMIENTO

Actividad realizada: Visita Sala de té Biarritz

Fecha: 06/07/19

Equipo Consultor:

Nombre y Apellidos

Firma

<u>William Giovanni Alvarado</u>	<u>[Firma]</u>
<u>Filimon Amilcar Solmerón de Paz</u>	<u>[Firma]</u>
<u>Sonia Altamiranda Azahar</u>	<u>[Firma]</u>
<u>Muyis Alejandra Chics</u>	<u>[Firma]</u>

Breve descripción de la actividad realizada:

Capacitación sobre el uso
de Redes sociales, principalmente
Facebook (Fan page y publicidad
en Facebook ads)

Firma del Empresario:

[Firma]



Se deben anexar fotos donde este todo el grupo como comprobación que todos han participado



Ilustración 77 Revisión página web y arte campaña FB

INFORME DE SEGUIMIENTO

Actividad realizada: Visita Sala de té Biarritz

Fecha: 13/07/2019

Equipo Consultor:

Nombre y Apellidos	Firma
<u>Sonia Altamirano Azahar</u>	<u>[Firma]</u>
<u>Elvis Amelinda Salas de Paz</u>	<u>[Firma]</u>
<u>William Giovanni Alvarez</u>	<u>[Firma]</u>
<u>Mayra Alejandra Ceballos</u>	<u>[Firma]</u>

Breve descripción de la actividad realizada:

Toma de fotografías de
eventos y reunión para presentar
cuadro y herramienta de excel
para el control de sus productos

Firma del Empresario:

[Firma]

Se deben anexar fotos donde esté todo el grupo como comprobación que todos han participado

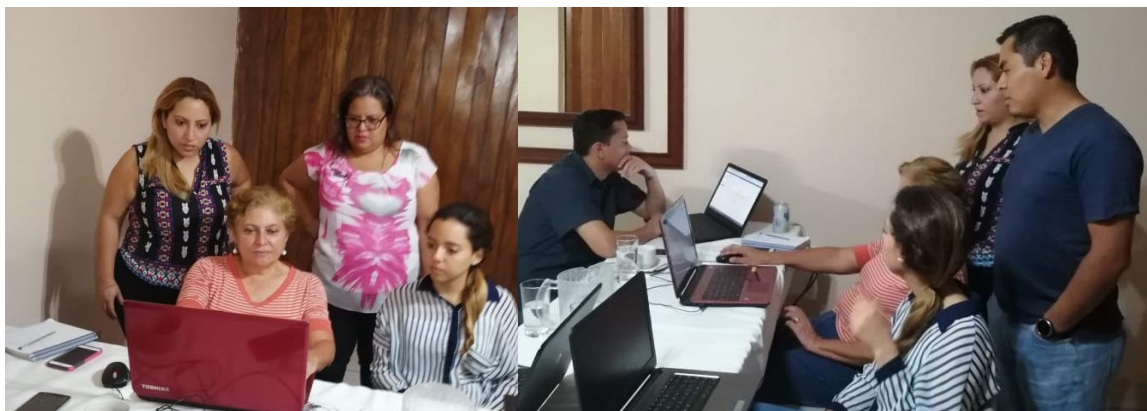
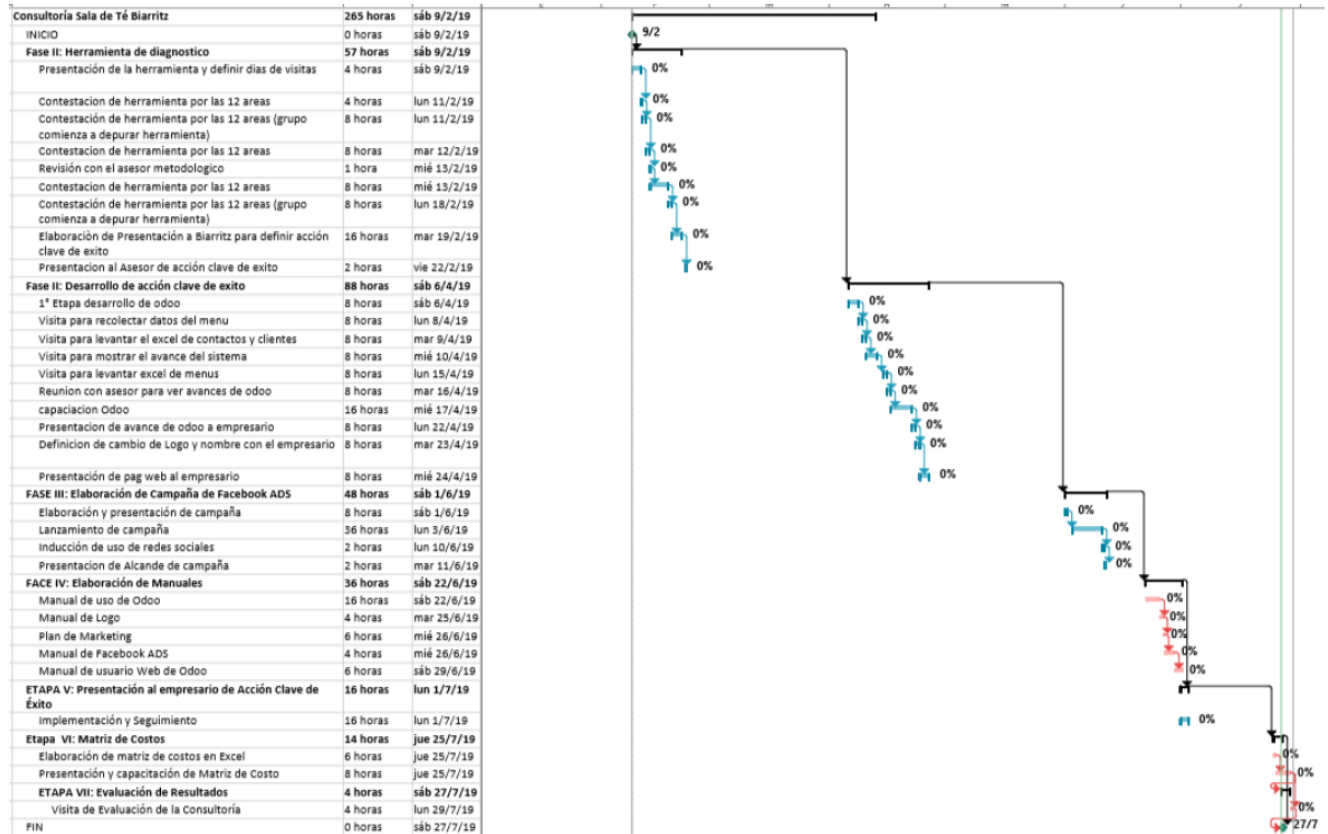


Ilustración 78 Capacitación de Odoo

Cronograma



**TOMA DE
FOTOGRAFIAS
PARA CAMPAÑA DE
FACEBOOK ADS**



Montaje para Baby Shower



Evento de una primera comunión



Baby shower de niño para 60 personas



Vista general del Baby Shower para 60 personas



Mesa de regalos de Baby Shower

Conceptos

WEDDING PLANER: Es una persona que se encarga de la planificación, coordinación y desarrollo de eventos nupciales, ocupándose de todos los aspectos relacionados con la boda, permitiendo descargar en él todo el trabajo y esfuerzo necesario para llevar a cabo la celebración de la boda.

CRM (Customer Relationship Management): Es un término que se usa en el ámbito del marketing y ventas. Traducido al castellano significa gestión de relaciones con clientes, pero dicho así tampoco aclara su significado, por lo que en este artículo te contaré qué es un CRM con palabras normales.

DASHBOARD: Es una representación gráfica de las principales métricas o KPIs que intervienen en la consecución de los objetivos de una estrategia de Inbound Marketing.

KPIs: Indicador clave de desempeño o indicadores de gestión. Los **KPIs** son métricas que nos ayudan a identificar el rendimiento de una determinada acción o estrategia.

INBOUND MARKETING: Es una metodología que combina técnicas de marketing y publicidad no intrusivas con la finalidad de contactar con un usuario al principio de su proceso de compra y acompañarle hasta la transacción final.

ERP: Se le llama ERP a los sistemas de planificación empresariales que administran aspectos de producción, distribución y otros en una compañía.

SITIOS WEB: es un conjunto de archivos electrónicos y páginas **web** referentes a un tema en particular, incluyendo una página inicial de bienvenida generalmente denominada home page, a los cuales se puede acceder a través de un nombre de dominio y dirección en **Internet** específicos.