

# MEJORANDO ÁREAS FINANCIERAS, TECNOLÓGICAS, OPERATIVAS Y DE MERCADEO MEDIANTE LA IMPLEMENTACIÓN DE UN SISTEMA ERP ODOO EN UNA PEQUEÑA EMPRESA

## Expositor e investigador

René Ernesto García Rivas

*Departamento de Operaciones y Sistemas*

---

Hay una gran diferencia entre gestionar los datos de los clientes y las ventas con una hoja de cálculo Excel y utilizar una aplicación con base de datos que nos permita ejecutar reportes en tiempo real. Con la ayuda de la tecnología de la información, las organizaciones pueden gestionar sus operaciones y planificar su crecimiento con mayor eficiencia. Sin embargo, se ha identificado que las pequeñas y micro empresas (PYMES) no cuentan con dichas tecnologías, tales como un ERP, CRM y otras. El objetivo de dicho estudio de caso es evidenciar los beneficios, dificultades, costos y oportunidades tras una implementación de un sistema ERP ODOO en un restaurante en las áreas operativas, financieras, tecnológicas y de mercadeo en una pequeña y mediana empresa, específicamente, en un restaurante.

## 1. Introducción

Las grandes empresas procuran acelerar su avance hacia sistemas que les permitan analizar y predecir el comportamiento del consumidor, gerenciar operaciones y tener reportes automáticos de los principales indicadores de un negocio. Sin embargo, la PYME todavía no posee recursos tecnológicos para aspirar a ese tipo de resultados, pero puede utilizar sistemas para gestionar la información de sus ventas y clientes de forma más eficiente. La instalación y uso de sistemas de gestión permite lograr una

mejor organización al interior de la empresa y al mismo tiempo es posible localizar y analizar datos que permitirán gestionar mejor el proceso de ventas.

Las PYMES deben evaluar la conveniencia de instalar sistemas para la gestión y planeamiento de recursos (ERP), sistemas de gestión de datos de clientes (CRM) o una solución de inteligencia de negocios (BI) que permitan analizar datos y determinar tendencias a tener en cuenta en el negocio. El objetivo de la investigación es implementar un ERP (Planificación de Recursos Empresariales) en la nube, que consiste en la instalación del ERP, lo cual vendrá a fortalecer las áreas deficientes de la empresa y a maximizar la operatividad del Restaurante Brisas del Lago, dichas áreas fueron obtenidas a partir de un análisis de la entidad con intervención directa del empresario.

## 2. Marco teórico

### 2.1 ODOO como ERP para PYMES

Un Enterprise Resource Planning System (ERP), también conocido en español como Sistema de Planificación de Recursos Empresariales. Los sistemas ERP son soluciones de software de gestión de información que se ocupa de las necesidades de las empresas de manera integral, a través de la automatización de procesos

operativos, dichos sistemas nacen como respuesta a las necesidades de comunicación y planificación organizacional al disponer de una base de datos compartida y procesos para administrar correctamente la información. El ERP funciona como un sistema integrado y, aunque pueda tener menús modulares, es un todo. Es decir, es un único programa con acceso a una base de datos centralizada (Bonilla, 2018) y (Aner, 2018).

ODOO ERP es una solución completa y totalmente integrada para las operaciones de cualquier empresa; permite llevar toda la gestión de operaciones, control financiero, productivo y de recursos humanos de principio a fin. Además, esta solución open source (código abierto) permite integrar en la misma instalación la función de ventas, comunicación, marketing y web. Siendo uno de los pocos desarrollos libres completos de principio a fin. Actualmente, ODOO cuenta con más de 4 millones de usuarios, es un entorno de desarrollo y un conjunto de aplicaciones de negocio completamente integradas y modulares

que permiten brindar una solución completa y construir un sistema acorde a las necesidades del restaurante. (Enelia Estudio, 2018).

### 3. Estudio de caso

#### 3.1 Fase previa

Se realizó un diagnóstico integral a partir de una herramienta, con un alcance de 12 áreas, las cuales fueron evaluadas para determinar fortalezas y áreas de oportunidad, determinando las áreas que debían ser intervenidas para mejorarlas. Por ello, se realizaron visitas, reuniones y entrevistas con el empresario, con el fin de obtener los insumos de cada una de las áreas y desarrollar el referido diagnóstico.

En la presentación realizada al empresario, se plantearon las fortalezas, áreas de oportunidad y consecuencias positivas al superar estas últimas, que fueron identificadas en el proceso de diagnóstico. En la Tabla 1 se muestran áreas de mejora seleccionada y la solución propuesta mediante la implementación de los módulos de dicho ERP.

**Tabla 1. Áreas de mejora según consultoría y solución propuesta**

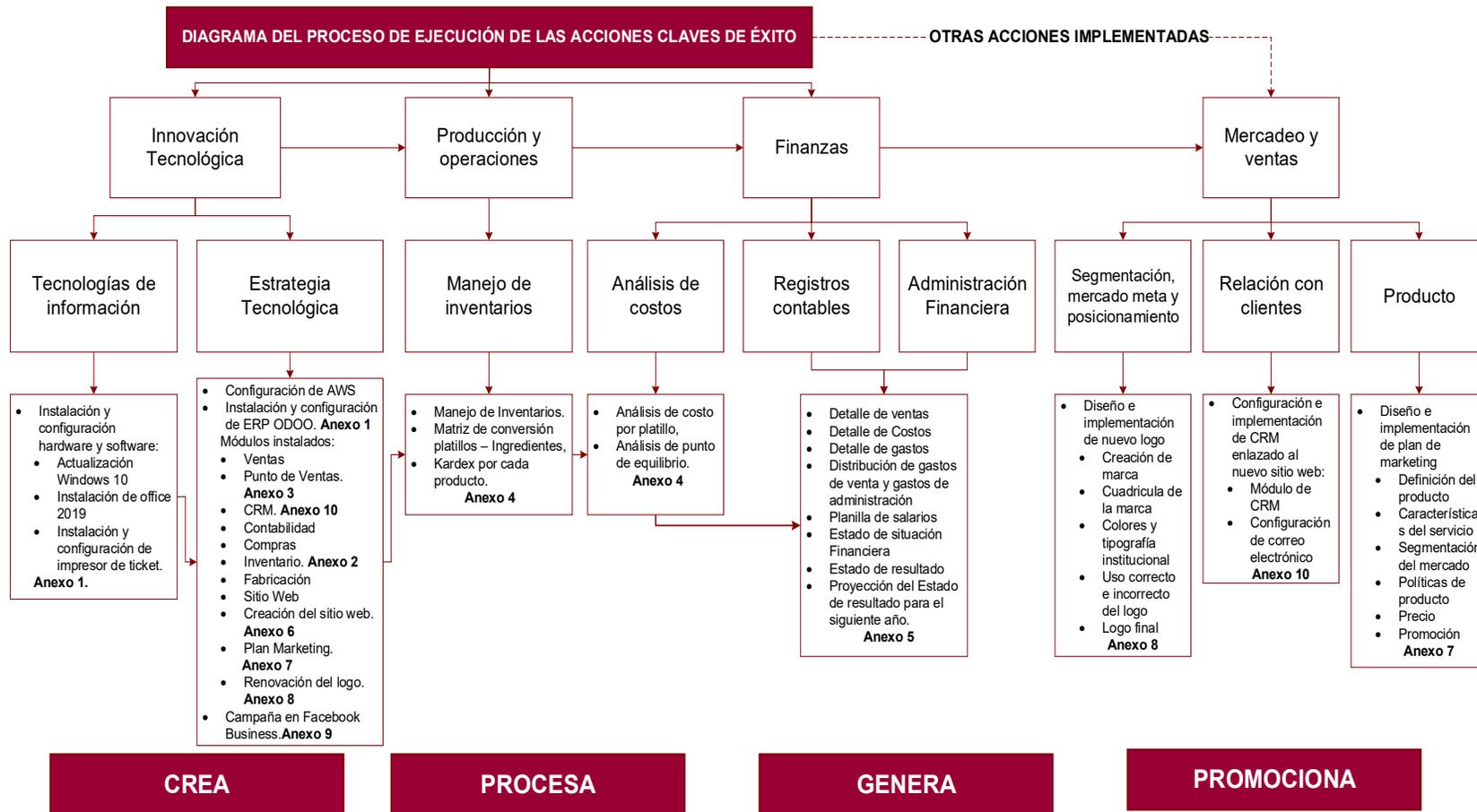
Áreas de Mejora	Sub áreas	Solución propuesta
Producción y Operaciones.	Manejo de Inventarios.	Implementación de un sistema ERP ODOO para el control de la producción, operaciones e inventarios, el cual contiene los siguientes módulos automatizados: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Módulo de compras.</li> <li>• Módulo de ventas.</li> <li>• Punto de venta.</li> <li>• Módulo de fabricación.</li> <li>• Módulo de contabilidad.</li> <li>• Informes.</li> </ul>
Finanzas.	Registros contables.	
	Análisis de costos y Administración financiera.	

### 3.2 Implementación

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

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

Figura 1. Diagrama del proceso de implementación de acciones clave de éxito.



### 3.3 Beneficios de las acciones implementadas

Los principales beneficios obtenidos en las diversas áreas de la empresa son los siguientes:

#### Producción y operaciones – Manejo de Inventarios:

- Mejor control de las entradas y salidas de productos.
- Política de abastecimiento de materia prima mediante un reporte automático.
- Aumento en la ventaja competitiva frente a otras organizaciones de su sector en el mercado por la gestión efectiva del inventario.

#### Finanzas-Administración Financiera:

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

#### Mercadeo y ventas-Relación con clientes:

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

### Referencias bibliográficas

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

**Digital Research, S. L.** (2018). *Ficha descriptiva de ERP Odo*. Recuperado el 4 de mayo de 2019, <https://papelesdeinteligencia.com/odoo-erp/>

**Enelia Estudio, S. L.** (2018). *Las 10 Ventajas que ofrece ERP Odo*. Recuperado el 18 de abril de 2019, <https://www.engagebs.com/2018/07/30/las-10-ventajas-de-odoo-erp/>

**Ferrel, O. C., y Hartline, M. D.** (2018). *Estrategia de marketing*. Recuperado el 11 de mayo de 2019, [https://www.academia.edu/14415348/Libro\\_Estrategia-de-Marketing\\_Ferrell](https://www.academia.edu/14415348/Libro_Estrategia-de-Marketing_Ferrell)

**Figuera La Riva, C. A.** (2012). *Estrategias de diseño y marketing 2.0*. (Tesis de Maestría en Diseño, Universidad Nueva Esparta). Recuperado el 20 de mayo de mayo de 2019, [https://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/tesis\\_maestria/detalle\\_proyecto.php?id\\_proyecto=1544](https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/tesis_maestria/detalle_proyecto.php?id_proyecto=1544)

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

**Martin Andino, R.** (2006). *Sistemas ERP*. Recuperado el 12 de abril de 2019, <https://docplayer.es/1438735-Sistemas-erp-ramon-martin-andino-operaciones-y-logistica-mba-edicion-2006.html>

**Odoó, E.** (2017). *Documentación de Contabilidad*. Recuperado el 17 de abril de 2019, <https://www.odoo.com/documentation/user/11.0/es/accounting.html>

**Ortiz González, J.** (2015). *Los Estados Financieros y su Función en las Pymes*. Recuperado el 15 de marzo de 2019, <https://finanzasyproyectos.net/estados-financieros-funcion-en-la-pyme/>

**Puente, R., & Cervilla, M.** (2007, julio). Prácticas de la gerencia de relaciones con el cliente (CRM) en empresas venezolanas: Un estudio de casos. *Revista Latinoamericana de Administración* (39), pp. 1-28. Recuperado el 6 de mayo de 2019, [https://www.academia.edu/24376072/Prácticas\\_de\\_la\\_gerencia\\_de\\_relaciones\\_con\\_el\\_cliente\\_CRM\\_en\\_empresas\\_venezolanas\\_un\\_estudio\\_de\\_casos](https://www.academia.edu/24376072/Prácticas_de_la_gerencia_de_relaciones_con_el_cliente_CRM_en_empresas_venezolanas_un_estudio_de_casos)

**Tiempo de Negocios.** (2018). *Conoce el Marketing según Philip Kotler y aplícalo en tu estrategia*. Recuperado el 19 de mayo de 2019, [https://tiempodenegocios.com/philip-kotler-marketing/#La\\_mezcla\\_marketing\\_y\\_las\\_4Ps](https://tiempodenegocios.com/philip-kotler-marketing/#La_mezcla_marketing_y_las_4Ps)