



*Asesorías y Tutorías para la Investigación Científica en la Educación Puig-Salabarría S.G.
José María Pino Suárez 460-2 esq a Lerdo de Tejada, Toluca, Estado de México. 7223898475*

RFC: ATI120618V12

Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores.

<http://www.dilemascontemporaneoseducacionpoliticayvalores.com/>

Año: VII

Número: Edición Especial

Artículo no.:85

Período: Febrero, 2020.

TÍTULO: Plataformas digitales para el control y ventas en restaurantes del cantón Quevedo.

AUTORES:

1. Máster. Andrea Raquel Zúñiga Paredes.
2. Máster. Ítalo Mecias Serrano Quevedo.
3. Máster. Ángel Ivan Torres Quijije.

RESUMEN: La investigación aplicada se enfoca en el estudio de tecnologías usadas en restaurantes para el manejo de control de ventas y facturación en la ciudad de Quevedo. Se encontraron restaurantes como: Ají de mesa, La Española, Zelai Bar-Restaurant, Mamá Silvia, Jade, Miel y frutas café, la Casa de Montiel, Toro Sangría, Juan Camarón, Lokos D' Asar, entre otros, dedicados a la venta de comida, y según información recolectada son pocos los que utilizan plataformas digitales para cubrir con las expectativas del cliente; a sabiendas que el sistema permitiría la automatización en los procesos de control y gestión de ventas y facturación de forma eficiente, que conlleva a mejorar la gestión de la información para la toma de decisiones en el negocio.

PALABRAS CLAVES: plataforma digital, gestión, facturación electrónica, sistemas de información.

TITLE: Digital platforms for control and sales in restaurants in Quevedo canton.

AUTHORS:

1. Máster. Andrea Raquel Zúñiga Paredes.
2. Máster. Ítalo Mecias Serrano Quevedo.
3. Máster. Ángel Ivan Torres Quijije.

ABSTRACT: The applied research is focused on the study of technologies used in restaurants to manage sales control and billing in the city of Quevedo. There were found restaurants as: Ají de mesa, La Española, Zelai Bar-Restaurant, Mamá Silvia, Jade, Miel y frutas café, la Casa de Montiel, Toro Sangría, Juan Camarón, Lokos D' Asar, among others, dedicated to the sale of food, and according to the information collected few use digital platforms to cover the expectations of the client; knowing that the system would allow the automation in the control and management processes of sales and invoicing in an efficient way, which leads to improving the management of information for decision making in business.

KEY WORDS: digital platform, management, electronic invoicing, information systems.

INTRODUCCIÓN.

La presente investigación se realiza en Quevedo que pertenece a la Provincia de Los Ríos en Ecuador, denominado como un país rico en gastronomía por la variedad de cada región: costa, sierra, oriente e insular, logrando una cocina con mucha cultura, tradición y conocimiento, incluyendo en cada plato productos como: frutos (naranja, pera, manzana, mango, banano, mora, frutilla, etc), granos (maíz, arveja, frejol, chochos, habas, etc) y plantas (ajos, cebollas, coles, caña de azúcar, etc.), acompañado de carnes: chancho, borrego, pavos y las gallinas.

Las nuevas tecnologías en los restaurantes sirven para mejorar el rendimiento en gestión y control en cada producto y servicio que ofrezca, dado que cada vez se debe aplicar nuevas tecnologías orientadas a la satisfacción de los clientes y optimizar la información.

Un negocio necesita una administración eficiente y ordenada; para ello el dueño de negocio debe comprender que la importancia de obtener información de las operaciones para aplicar o mejorar estrategias que generan ganancias es importante la información que se obtiene al hacer esas operaciones, para entender si el negocio está en buenas condiciones o está decayendo y así desarrollar las estrategias para aumentar la competitividad.

El presente informe se enfoca en el estudio de tecnologías que están usando los restaurantes de la ciudad de Quevedo, en función de indagar sus procesos de reservación, facturación, gestión y control de insumos en cada local, en función de mejorar su rendimiento. Este tiene como objetivos conocer la situación actual de restaurantes de la ciudad de Quevedo para determinar la influencia de las tecnologías en el proceso de facturación y control de ventas; en la investigación se aplica investigación de campo y bibliográficas con técnicas como la encuesta y entrevista por ser considerada de tipo cualitativo y cuantitativo por los datos estadísticos trabajados.

Las nuevas tecnologías se están orientando en servicios de reserva y consumo dentro y fuera del restaurante, mejorando reservaciones, ventas, atención al cliente y facturaciones en mejor tiempo y con reducción de errores, ya que todos los datos de los clientes ingresados por sus reservaciones con anticipación se encuentran, registrados en el software que se ha creado para un mejor rendimiento en la administración de negocios.

El uso adecuado de un sistema de información genera ventajas competitivas, porque en la actualidad es necesario que los negocios se adapten al uso de las nuevas tecnologías de información para estar a nivel competitivo en el mercado. La implementación de un sistema genera muchos beneficios como la automatización de cada proceso, rapidez en las tareas de la gestión de la información, que conlleva a una mejor administración en los negocios.

DESARROLLO.

Al interior del Ecuador, los restaurantes que se encuentran en el nivel mediano y pequeño persisten con la problemática que se relacionan con un atraso en el ámbito tecnológico, los métodos de gestión y su forma de producir, vender y administrar. Hoy por hoy, las empresas que poseen este tipo de negocio reciben y emiten facturas en papel, con lo cual se encarecen procesos y el documento puede contener errores por el procesamiento manual de la información, por lo que no es aprovechado el potencial de las tecnologías en una de las fases más críticas del proceso contable como es facturación. La solución más viable para abaratar los costos implica el adquirir un sistema de facturación digital, con lo cual se desarrollará un aplicativo para el pc que realice las siguientes funciones que cumplan con los parámetros requeridos por el restaurante.

Publicidad de restaurant online.

Existen muchas plataformas digitales que vienen con el paquete de difusión y promoción de locales entre ellos:

- **Redes Sociales para Restaurantes.**

Incluye las principales Redes Sociales en el cual un restaurante puede tener presencia:

- **TripAdvisor.**

Muchos viajeros buscan restaurantes donde comer, especificando la zona en TripAdvisor y obtiene opiniones de otros usuarios antes de decidirse.



Figura 1: Ejemplo de publicidad con TripAdvisor. Fuente: (Ecommerce Efectivo, 2018).

- **Instagram.**

Red social con gran auge en el sector de la gastronomía. La publicación de fotos de calidad de la oferta gastronómica del restaurante, puede ser un reclamo muy importante para atraer a posibles clientes.



Figura 2: Ejemplo con Instagram. Fuente: (Ecommerce Efectivo, 2018).

- **Instagram, Hi5, Facebook.**

La red social más utilizada, la calidad de las fotos que publicamos y la frecuencia con que lo hacemos debe ser con mucha calidad ya que sirve para promocionar un negocio dentro de determinados grupos de Facebook, este debe ir acompañado de promociones, sorteos para mantener la fidelidad de los clientes.



Figura 3: Ejemplo con Facebook. Fuente: (Ecommerce Efectivo, 2018).

- **Afiliación con otros restaurantes.**

En las redes existen estrategias de marketing que ayudan a llegar al público deseado, con plataformas de terceros que cuentan con una amplia presencia digital y un gran número de seguidores, en la investigación se encontró como ejemplos a “Just eat” grupo fundado en el 2001, compañía que lidera en el mercado de comida en 13 países, con el uso de plataforma web y app enlaza a amantes de la comida con restaurantes que quieren expandir su oferta gastronómica en todos los locales afiliados en Europa, con el propósito de ofrecer variedad de opciones a los clientes desde cualquier lugar (Grupo Just Eat, 2019).

- **Publicidad online para restaurantes**

Promocionar un restaurante sembrando resulta muy bien, se trata de mostrar el anuncio al público indicado con diversas opciones. Mientras más segmentada mejor; por ejemplo, si tenemos un restaurante que va dirigido a un público adulto y nuestra especialidad es el pescado ahumado.

Plataformas digitales para restaurantes.

Una plataforma digital es un sistema que permite la construcción de diversas aplicaciones bajo un mismo entorno, proporcionando a los usuarios la posibilidad de acceder a ellas a través de Internet; en locales de comida tienen el objetivo de mejorar la experiencia del usuario, mejorar los tiempos de compra, espera y servicio, además mejoran el trabajo del equipo de personas (Escuela Marketing Gastronómico, 2014).

Una plataforma digital puede estar relacionada con diversas áreas, tecnologías y acciones de marketing que podrían ayudar a una empresa a conquistar sus objetivos marcados. En el caso de un restaurante, este tipo de productos se enfocaría a aumentar las reservas de mesas y con ello la facturación, además de fidelizar a los clientes (Ecommerce Efectivo, 2018).

Las plataformas digitales son sistemas informáticos desarrollado en diferentes plataformas orientado a satisfacer las necesidades de los restaurantes, estos sistemas llevan características personalizadas para este sector como el manejo en redes sociales, manejo de blog para socializar eventos del local. (Marketing Gastronómico, 2013)

Se menciona aplicaciones digitales en el mercado:

Carta Móvil: sistema informático enfocado a brindar servicio al sector gastronómico – hostelero, ideada para potenciar restaurantes de forma fácil e intuitiva; permite administrar, gestionar y controlar servicios del restaurante.

ConMenu.com: web app multiplataforma para restaurantes en España, muestra los menús del día, menús degustación y demás menús a precio cerrado.

sirvemeHD: APP que usa el Smartphone para hacer pedidos desde la mesa, dando a los clientes más opciones al momento de hacer sus pedidos en el restaurante.

Dual Link TPV y Comandero: herramientas de gestión para hostelería – restaurant creada a la altura de las exigencias del sector, considerado como herramienta "útiles, sencilla y eficiente".

HolaSoft: programa de gestión y facturación. Se trata de un TPV, terminal punto de venta rápido y sencillo que acelera la entrada de comandas y pedidos en restauración.

Unamesaporfavor.com: app que ofrece lugares donde comer “Menú del día, cenar” Busca y reserva restaurante para cada ocasión. Muestra las mejores ofertas de restaurantes: baratos, de lujo, románticos, para grupos y parejas. Consulta los restaurantes dependiendo la zona.

Pedir sin esperas: Sírveme APP conecta las mesas del establecimiento con la cocina de manera inmediata. Usa códigos QR, para que los clientes puedan acceder a la carta y realizar su pedido de manera ágil, evitando esperas innecesarias y haciendo que el servicio sea más ágil y efectivo.

La mayoría de las aplicaciones mencionadas permite facturación digital, que según (Ballesteros, 2001) explica que “la factura es el documento en el que se fijan las condiciones de venta de las mercancías y sus especificaciones”. (p.263).

En una factura deben figurara los siguientes datos: fecha de emisión, nombre y dirección del exportador y del importador extranjero, descripción de la mercancía, condiciones de pago y términos de entrega (Ballesteros, 2001; p.263).

Métodos.

En el desarrollo del presente trabajo se utilizó el aporte de varios autores que han trabajado con plataformas digitales en negocios de restaurantes en el control y gestión de los mismos; en el estudio de los sujetos encontrados se realizó una síntesis de Universidades que aplican esta tecnología, contrastando con una Investigación de campo realizada por estudiantes de UNIANDES – Quevedo, indagando aplicaciones usadas por restaurantes.

La investigación fue basada en restaurantes como: Ají de mesa, La Española, Zelai Bar-Restaurant, Mamá Silvia, Jade, Miel y frutas café, la Casa de Montiel, Toro Sangría, Juan Camarón, Lokos D’ Asar, Guacamole Grill and Lounge, Grills Barbecue and Bar, Las redes, del Mar, Los Moros, Juan Diego, Tipitapa, Sport Fish, La Choza del sabor y Telmo’S Bar Restaurant. La investigación se

desarrolló con método científico incluyendo procedimientos como: planteamiento del problema, hipótesis e instrumentos de investigación, con el uso de métodos del nivel teórico: análisis, inducción deducción, histórico lógico, sistemático; métodos empíricos como: observación científica y las técnicas de encuesta y entrevista.

La muestra con la que se trabajó fue la cantidad 20 locales, aplicando la formula, con un 5% de margen de error y un 95% de nivel de confianza.

Tipo de Investigación.

La aplicación de una investigación de campo permitió realizar encuestas a los restaurantes con el fin de obtener datos del uso plataformas digitales; asimismo la Investigación Bibliográfica para obtener información de libros, artículos científicos, escritos electrónicos, páginas web, que ayudaron a alcanzar los objetivos planteados.

Resultados.

La encuesta detallada, en el Anexo 1, se le realizó a 20 restaurantes de la ciudad de Quevedo.

Interpretadas mediante gráficos mostrados de la siguiente manera:

Gráfica 1.



Figura 4: Conocimiento de plataformas digitales. Fuente: investigación.

La figura 4 representa una respuesta afirmativa ante la tecnología que se puede manejar en estos locales, que en su mayoría los gerentes de restaurantes tienen conocimiento.

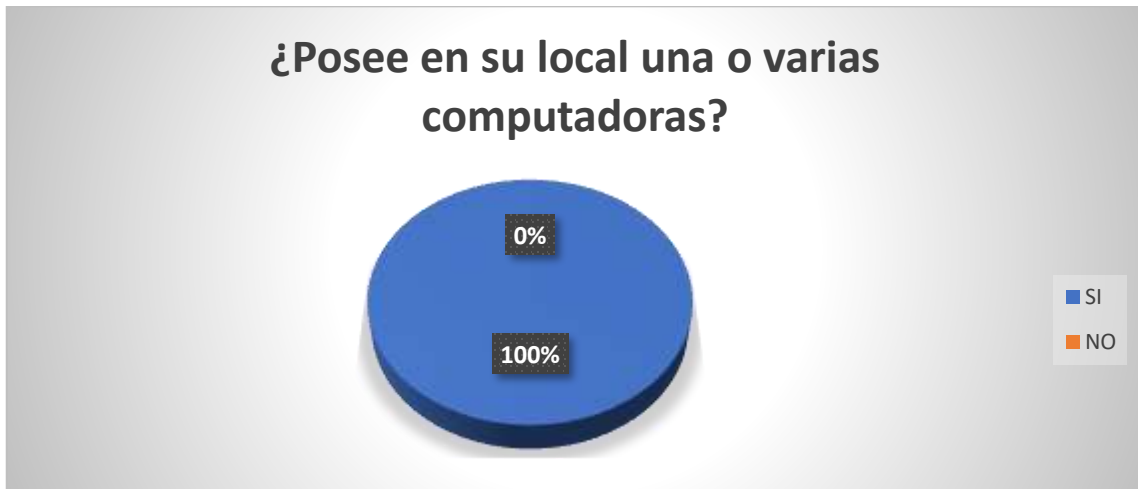


Figura 5: Posee computadoras. Fuente: investigación.

De acuerdo con los datos obtenidos, los veinte locales encuestados, que corresponde al 100% tienen en su local una o varias computadoras.

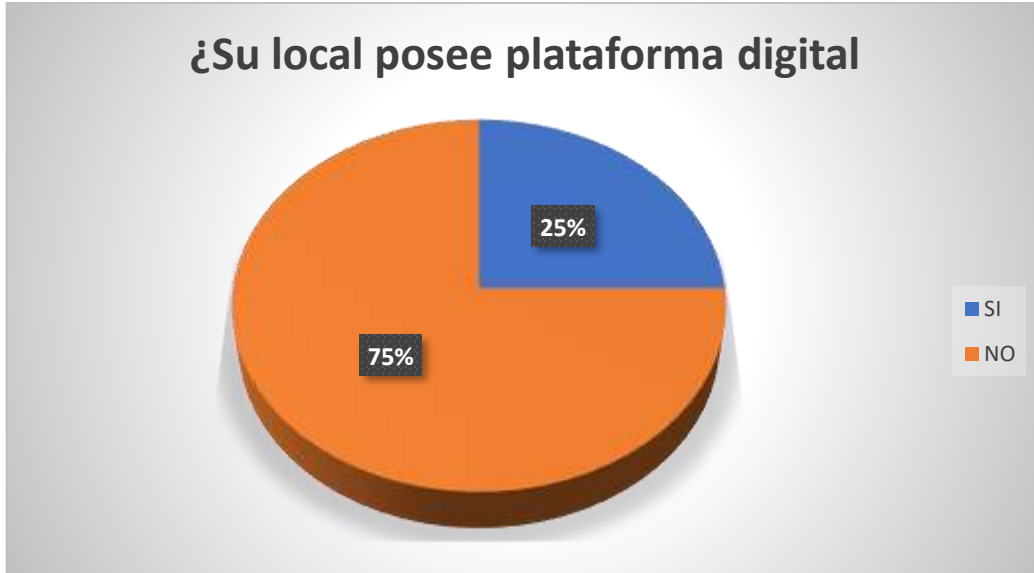


Figura 6. Posee plataforma digital. Fuente: investigación.



Figura 7: Importancia de un sistema de gestión. Fuente: investigación.

De acuerdo con los datos obtenidos, diez de los locales encuestados si consideran importante una aplicación que se integre con un sistema de gestión y control



Figura 8: Plataforma digital gestiona procesos. Fuente: investigación

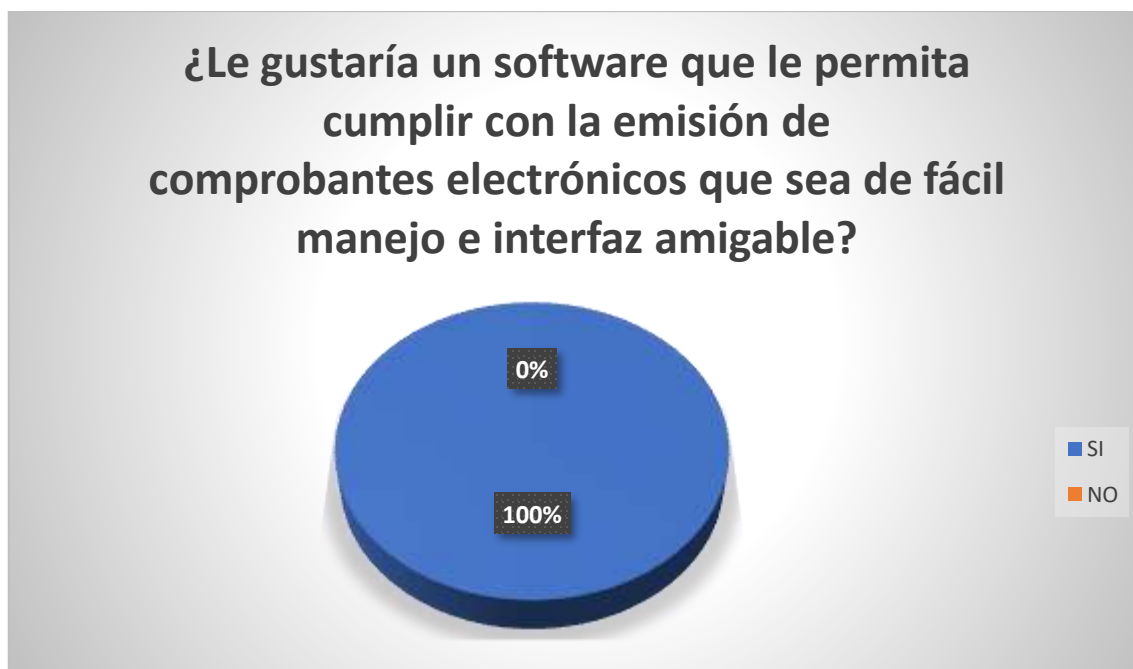


Figura 9: Software de emisión de comprobante. Fuente: investigación.

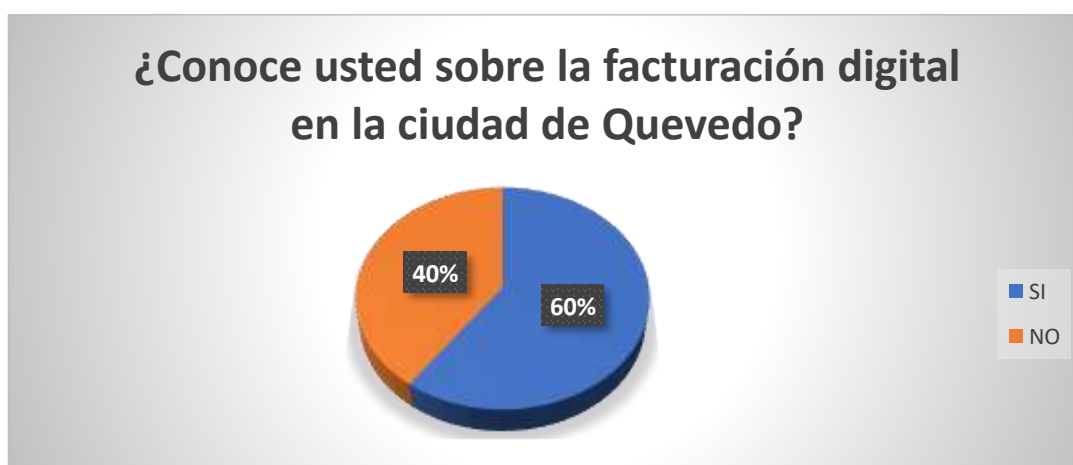


Figura 10: Facturación digital. Fuente: investigación.

De acuerdo con los datos obtenidos, doce de los locales encuestados si conocen sobre la facturación digital en la ciudad de Quevedo, ocho de ellos no conocen.

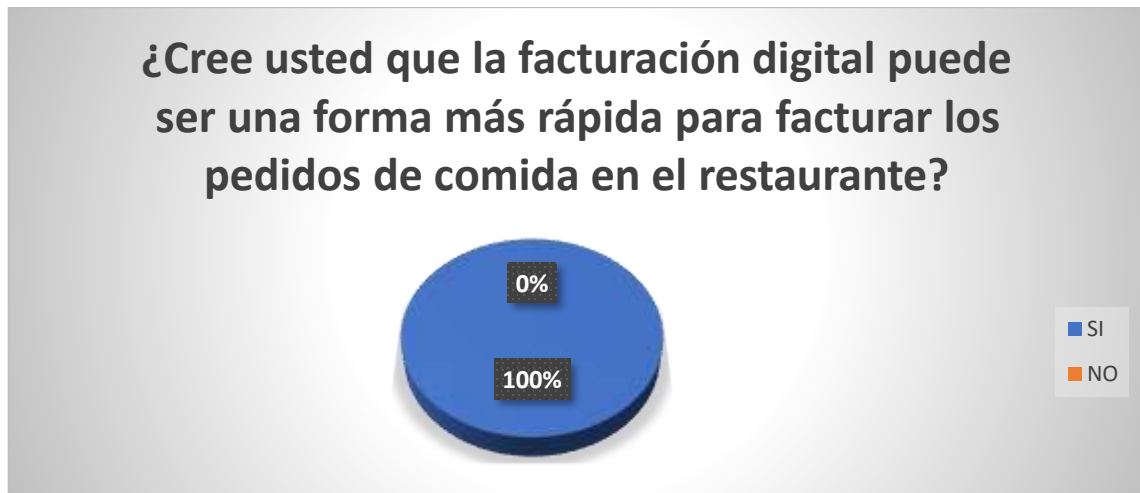


Figura 11: Facturación digital. Fuente: investigación.

De acuerdo con los datos obtenidos, en veinte de los locales encuestados si creen que la facturación digital puede ser una forma más rápida para facturar pedidos de comida en restaurante.

Discusión.

El estudio ejecutado arroja importantes resultados en el ámbito gastronómico. Con el método bibliográfico se encontró las diferentes tecnologías online que pueden ser aplicadas. La encuesta realizada a los diferentes locales da como resultado, que más del 60% la mayoría de locales indagados cuentan con tecnología: computadores, internet y redes sociales pero no pueden gestionar el local en sus procesos ni generar facturas electrónicas.

App online es un sitio web que ofrece el servicio de diseño para app móvil para Android & iPhone, este tipo de aplicaciones pueden servir estratégicamente en locales para adquirir más clientes (Pie, 2014).

La ilustración 3 refleja que se podría contar con los estudiantes de las diferentes carreras, dado que consideran muy importantes y necesario el uso de nuevas tecnologías en el campo que se desarrollan.

La encuesta propuesta a locales de comida tenía como finalidad conocer las tecnologías que utilizaban los locales, al momento de realizar la encuesta los investigadores se encontraron con momentos donde

les tocó explicar la diferencia entre plataformas virtuales orientadas a servicio y publicar algo en redes sociales, hecho que daba confusión.

La pregunta 8 realizada en la encuesta puede ser la oportunidad de que los locales ofrezcan nuevos servicios a los clientes, logrando nuevas metodologías de interacción incluyendo algunas de las apps mencionadas en la introducción.

El británico Ian Miller, especialista en nuevas tecnologías, abrió la conversación sobre la relación entre la tecnología y los restaurantes. En el Ecuador, no se observa mucho avance con respecto a servicios con tecnología el panorama no es tan agresivo. Pero varios expertos consultados coinciden que, al no sumarse a la tendencia, los restaurantes corren el riesgo de perder clientes, lo que limita el crecimiento o permanencia de un restaurante. Por ejemplo, muchos locales en su mayoría, ofrecen servicio de WiFi gratuito. En Cuenca, el chef Felipe Rivadeneira, gerente general de Fondue Garden, menciona que brindar Internet a sus comensales se ha convertido en un servicio básico como el agua (El Comercio, 2018).

CONCLUSIONES.

Las tecnologías están transformando las formas de interacción en el ambiente empresarial, social, educativo. En locales comerciales y servicio la instalación genera reducción de costos tanto en mantenimiento como uso, ya que trabajando con app virtual los resultados merman perdida de experimentos con inversión de equipos y suministros.

Con la realización de la investigación se pudo conocer la situación actual de tecnologías en restaurantes en los locales indagados en la ciudad de Quevedo, claramente reflejado en la ilustración 4 y 6; dato que se toma oportunidad de generar y agregar nuevos servicios a los locales

Por lo investigado se vislumbra un futuro significativo en restaurantes que se mantengan en el mercado dando servicio de comida, facilitando a sus clientes servicios app con tecnología de punta en el País con fuerte ahorro de procesos y costos. Los dueños de estos locales deben estar a la vanguardia

de nuevas tecnologías como: mejorar métodos de pago con Apple Pay, PayPal y Android Pay; pagos desde dispositivo, sustituyen TPVs; Automatización de tus procesos, internet de las cosas; Invertir en Big Data; Crear experiencias integrales a través de nuevas tecnologías como realidad virtual, tenemos por ejemplo llevar a sus comensales a la selva, o a sitios insospechados con tan solo unas gafas VR (Jimenez Shaw, 2017).

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.

1. Ballesteros Róman A.J. (2001). Comercio exterior, teoría y práctica. 2da. Edición. Murcia. Servicios de publicaciones, Universidad.
https://books.google.com.ec/books?id=bq4eT49QyHwC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
2. Ecommerce Efectivo. (2018). Marca Digital para restaurante. ecommerceefectivo. Obtenido de <https://www.ecommerceefectivo.com/marketing-digital-restaurantes/> (17 de 1 de 2018)
3. El Comercio. (2018). Los restaurantes se adaptan a la tecnología. ElComercio.com. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/sabores/restaurantes-tecnologia-quito-ecuador-madrid.html> (7 de 02 de 2018)
4. Escuela Marketing Gastronómico. (2014). Nuevas tecnologías en restaurante ¿Cómo ayudan a subir las venas en hostelería? Obtenido de <http://escuelamarketinggastronomico.net/nuevas-tecnologias-en-restaurantes-como-ayudan-a-subir-las-ventas-en-hosteleria/> (Marzo de 2014)
5. Grupo Just Eat. (2019). Comida a domicilio y para llevar. Just eat. <https://www.just-eat.es/>
6. Jiménez Shaw, J. M. (2017). 5 tecnologías que tu restaurante debe implementar en los próximos diez años. foodservicemagazine.es. Obtenido de <https://foodservicemagazine.es/2017/07/5-tecnologias-que-tu-restaurante-debe-implementar-en-los-proximos-diez-anos.html> (agosto de 2017)

7. Marketing Gastronómico. (07 de 2013). Lista de las mejores aplicaciones y software para restaurantes. marketinggastronomico. Obtenido de http://marketinggastronomico.com/lista-de-las-mejores-aplicaciones-y-software-para-restaurantes/#Programa_autoinstalable_Cuiner_GO (07 de 2013)
8. Pie, A. (enero de 2014). Crear aplicación móvil para un restaurant y bar. Appi Pie. Obtenido de <https://es.appypie.com/crear-app-restaurant> (enero de 2014).
9. Zúñiga Paredes, A., Jalón Arias, E., & Albarracín Zambrano, O. (2019). Laboratorios virtuales en el proceso enseñanza-aprendizaje en Ecuador. México. Revista Dilemas contemporáneos: Educación, Política y Valores. Año: VI, Número: Edición Especial, Artículo no.:21, Período: Junio, 2019. https://dilemascontemporaneoseduccionpoliticayvalores.com/_files/200005008-98ad699a86/EE%2019.06.21%20Laboratorios%20virtuales%20en%20el%20proceso%20ense%C3%B1anza-aprendizaje...pdf

BIBLIOGRAFÍA.

1. Torres Ulcuango, A. G., & Usiña Cuasapaz, D. L. (30 de 07 de 2015). Laboratorio virtual de redes informáticas de alta velocidad basado en GNS 3. Repositorio Institucional de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE. Obtenido de <http://repositorio.espe.edu.ec/handle/21000/13452>

DATOS DE LOS AUTORES.

1. **Andrea Raquel Zúñiga Paredes.** Magister en Gerencia de Innovaciones Educativas. Docente de la Facultad Sistemas Mercantiles. Universidad Regional Autónoma de los Andes, UNIANDES, Sede Quevedo – Ecuador. E-mail: uq.andreazuniga@uniandes.edu.ec
2. **Ítalo Mecias Serrano Quevedo.** Magister en Conectividad y Redes de Ordenadores. Docente de la Facultad Sistemas Mercantiles. Universidad Regional Autónoma de los Andes, UNIANDES, Sede Quevedo – Ecuador. E-mail: uq.italoserrano@uniandes.edu.ec

3. Ángel Ivan Torres Quijije. Magister en Conectividad y Redes de Ordenadores. Docente de la Facultad Sistemas Mercantiles. Universidad Técnica Estatal de Quevedo – Ecuador. E-mail: atorres@uteq.edu.ec

RECIBIDO: 3 de enero del 2020.

APROBADO: 12 de enero del 2020.