

CURSO DE GESTIÓN DE RESTAURANTES



Módulo 2

Lección 3

**La importancia de los datos: el
histórico de ventas y el informe
de servicios**

www.chefejecutivo.com

Módulo 2. Lección 2

LA IMPORTANCIA DE LOS DATOS: EL HISTÓRICO DE VENTAS Y EL INFORME DE SERVICIOS

El informe de ventas es una fuente de datos de valor incalculable y en este apartado continuamos con la importancia de los números y su evaluación, y su posterior ejecución y resultados obtenidos.

1. El histórico de ventas

Podemos definir el histórico de ventas como la estimación o previsión de las ventas de un producto durante cierto tiempo. Es decir, a través de datos reales obtenemos información sobre qué puede venderse para después usar esos datos y hacerlos realidad. El histórico de ventas nos permite saber cuánto hemos vendido y en qué periodo, y con esos datos podemos organizar y gestionar nuestro negocio de una manera más eficiente.

Un ejemplo sería poder planificar el número de empleados que necesito al año siguiente, servicios que debo reforzar, horas improductivas que debería encontrar, soluciones productivas, número-porcentaje de clientes que me visitan respecto a la “competencia”, estimación económica del año siguiente, etc. La importancia de estos datos y futuros planes de acción no son aleatorios ya que nos basamos en números y hechos de nuestro negocio, lo que supone una fuente de datos de valor incalculable que debemos aprovechar. Por ello es sumamente importante tener un histórico de ventas hecho, y si no sabemos cómo hacerlo acudir a un profesional que pueda enseñarnos cómo realizarlo. Imaginad los costes y el tiempo que podemos ahorrar teniendo nuestro propio histórico de ventas.

En el caso de no tener aún abierto el restaurante o no haber pasado un año, algunas de las preguntas que formularé a continuación, sostenidas con un buen análisis de la competencia, estudio demográfico, etc., nos ayudará a hacernos una idea o estimación más próxima y acertada de lo que podemos obtener en el beneficio de explotación futuro.

¿Cuántos días abriré el establecimiento y en qué horas? Hay que tener presente que debemos tener hecho un buen estudio previo para abrir en las horas y días productivos y, de esta manera, no perder dinero.

¿Qué rotación puedo tener? ¿Qué ticket medio tengo en bebida y comida y qué número de clientes potenciales espero? En este caso es muy probable que nuestro ticket medio varíe notablemente dependiendo de las horas o el día. El ticket medio de un desayuno no se parece en nada al de la carta o el menú. En cuanto a los clientes, si hemos realizado un buen estudio podemos hacernos una idea media de la demanda de clientes en cada franja horaria.

¿Existen otras empresas que realicen la misma actividad que yo? ¿Qué ofrecen y a qué precio? ¿Qué días y horas tienen el máximo de afluencia y facturación? ¿Usan promociones, descuentos? Si conseguimos despejar estas preguntas podemos tener una estimación apreciada de datos y contrastada con un negocio en funcionamiento muy similar al nuestro.

Ahora que sé los días y horas que abriré puedo hacerme la pregunta de cuánto personal necesito para ofrecer un servicio adecuado y cuánto les voy a pagar incluyendo los seguros sociales. Es recomendable al comienzo, y hasta que des con una plantilla idónea, preparar una partida de indemnizaciones y personal futuro para posibles despidos o marchas voluntarias que puedan producirse. Otros puntos a tener en cuenta son el gasto en mercadería, suministros, gestión, préstamos e impuestos.

2. El informe de servicios: calcular los empleados por servicios, materias primas que necesito, costes y ganancias

El informe de servicios es otra fuente de datos de valor incalculable. Nos permite calcular los empleados por servicio, materias primas que debo disponer, costes, encargar los productos y planificar el personal necesario.

Este informe mostrará las tendencias medias de la cuenta de comidas y bebidas, datos esenciales para la previsión de ingresos. Para hacer la previsión de una determinada partida o servicio (ver ejemplo más abajo) se multiplica el importe de la cuenta media de dicha partida por el número previsto o realizado de servicios durante un tiempo determinado. Con los datos obtenidos sobre una base real podremos planificar las compras, la elaboración diaria de la comida, contar con el personal adecuado en un servicio de comidas, etc. La fórmula es sencilla, aunque para que estos resultados sean ejecutados correctamente debemos contrastarlos con todas las demás acciones que se den en nuestro establecimiento. No podemos quedarnos con datos de un servicio de comidas o cenas, ya que unos resultados determinan la consecución de otros; por eso es importante evaluar un todo y no solo una parte.

Un ejemplo de un servicio de comidas podría ser este: 10 € (precio de nuestro menú) x 80 (comensales diarios) = 800 € de ventas en el menú del día, comprendido entre las 13 h y las 16 h. Si a esos datos obtenidos le aplicamos el escandallo hecho y el número de empleados que intervienen en dicho servicio obtenemos la ganancia real de nuestro servicio, y podemos evaluar el rendimiento que alcanzamos con las comidas y si es o no sostenible y rentable a largo plazo. La obtención de estos datos, sumándolos a otros, es una fuente de valor incalculable en lo que implica a costes, encargar los productos y planificar la cantidad de personal necesario, ya que gran parte del éxito, saneamiento y futuro de nuestro negocio reside en este punto.

Si llevamos este ejemplo al resto de puntos de nuestro establecimiento, resulta sencillo interpretar el rendimiento del 100% que vamos a obtener de nuestros recursos.

Este tipo de informes resultan igual de importantes a la hora de abrir desde cero un establecimiento y no contar con un histórico de ventas o con los informes de servicios. Claro está que basaremos nuestros datos en estimaciones, y su fiabilidad dependerá de la experiencia y los resultados de la persona que los realice; por eso debemos confiar en profesionales que cuenten con las herramientas necesarias para llevarlos a cabo.

Precio	Fecha	Número de servicios	Hora	Número de camareros	Resultados	Notas



POSIBLES IDEAS A IMPLEMENTAR (RESUMEN)

- Elaborar un plan de viabilidad antes del comienzo de la actividad, de no haberlo hecho desarrollarlo con sus peculiaridades cuando la actividad se encuentre en funcionamiento Cuestionario de evaluación o buzón de sugerencias
- Contar con un histórico de ventas a la hora de planificar mi negocio en el futuro o en la elaboración de un plan de empresa
- Elaborar una cuenta de resultados donde llevar y visualizar los gastos, ingresos y resultados de mi negocio

