

CARATTERISTICHE AZIENDALI

Protocollo n. 97

Caratteristiche strutturali dell'impresa

Prodotto e/o servizio principale realizzato dall'impresa	Ristorante
Fatturato 2016	
Totale titolari e soci	1
Totale Addetti 2016	10
Certificazioni in possesso (es. UNI9001:2008, ecc.)	Nessuno

Numero di addetti con le seguenti caratteristiche presenti nell'intera azienda:

	N.
Donne	4
Stranieri	4
Under 35	7

Numero di addetti con le seguenti tipologie di contratto presenti nell'intera azienda:

	N.
Contratto TI	8
Contratto TD	0
Apprendistato	1
Altre forme	1

Numero di addetti che si occupano di:

Gestione amministrativa	0
Gestione commerciale	0
Produzione/erogazione del servizio	10
Gestione magazzino	0
Gestione sistema qualità	0
Gestione risorse umane	0
Altro	0

Numero medio di tirocinanti impiegati nell'ambito dell'attività dell'impresa nell'arco di un anno: 0

LETTURA DEL MERCATO

MERCATO ATTUALE

L'azienda si rivolge ad un target di clientela prevalentemente straniera sia legata al turismo sia all'università.

STRATEGIE DI SVILUPPO

Il Ristorante sta entrando a far parte di una rete di ristorante.

MERCATO POTENZIALE

Il Ristorante intende aumentare il suo mercato attuale, quindi puntando sempre una clientela straniera.

ANDAMENTO ECONOMICO-OCCUPAZIONALE DELL'AZIENDA

Andamento dell'impresa nel periodo 2009-2016 sui seguenti indicatori rilevati:

(dove -5 indica Peggioramento assoluto e +5 miglioramento assoluto)

1. Fatturato	+ 1
2. Produttività del lavoro	+ 1
3. Utili/reddittività aziendale	+ 1
4. Investimenti fissi e immateriali	+ 3
5. Occupazione	+ 5

Andamento dell'azienda tra il 2014 e il 2016 in termini di occupazione:

(Se in calo o in crescita è indicato il numero di unità coinvolte)

Crescita Pari a : 10 unità

Appartenenza dell'impresa ad un gruppo o rete nazionale o internazionale No

Peso delle esportazioni sul totale del fatturato: 0

Se l'impresa svolge attività di subfornitura, peso percentuale sul fatturato del committente principale: 0

Strategie competitive adottate dall'impresa sul mercato del prodotto:

STRATEGIE COMPETITIVE

Nessuna di queste	
Di costo	
Di prezzo	
Di qualità	X
Di varietà	
Di marchio	
Di tecnologia	
Di soddisfazione del cliente	X

Innovazione realizzate nel periodo 2009-2016:

TIPO DI INNOVAZIONE

Nessuna di queste	X
Innovazioni <i>radicali</i> di prodotto	
Innovazioni <i>radicali</i> di processo	
Innovazioni <i>incrementali</i> sul prodotto	
Innovazioni <i>incrementali</i> sul processo	
Innovazioni tecnologiche	
Innovazioni di mercato	
Controllo di qualità comprese le certificazioni	

Nota bene:

Per **Innovazione radicale** si intende introduzione di una tecnologia di processo e/o realizzazione di un prodotto *significativamente nuovi* per l'impresa;

Per **Innovazione incrementale** si intende un *miglioramento qualitativo* nella tecnologia di processo e/o nel prodotto *già presenti* nell'impresa.

Pratiche di organizzazione del lavoro e della produzione adottate dall'azienda nei periodi 2004-2007 e 2008-2016:

PRATICHE	2004-2007	2008-2016	Né prima né dopo
Just-in-Time			X
Gestione della Qualità Totale			X
Rotazione delle mansioni		X	
Ampliamento del numero delle mansioni per dipendente		X	
Ampliamento delle competenze del dipendente		X	
Maggiore autonomia nelle mansioni svolte dal dipendente		X	
Maggiore autonomia dei gruppi e/o di singoli dipendenti nella soluzione dei problemi			X
Modalità strutturate di confronto su suggerimenti e/o proposte dei dipendenti sull'organizzazione del lavoro e qualità del processo/prodotto			X
Percorsi di formazione continua connessi alle esigenze organizzative			X
Definizione di obiettivi per gruppi di lavoro e/o individuali per i dipendenti			X
Sistemi di valutazione dei dipendenti, individuali e/o di gruppo			X

ANALISI DEI PROCESSI E DEFINIZIONE DI PIANI DI MIGLIORAMENTO ORGANIZZATIVO E/O PRODUTTIVO
Livello di priorità dei processi aziendali monitorati: (1=max, 2=intermedia, 3=min, o "processo non monitorato nel check up")

Strategia, pianificazione e gestione risorse interne	1 = Priorità massima
Costruzione dell'offerta	Processo aziendale non monitorato
Sviluppo del prodotto	Processo aziendale non monitorato
Produzione	Processo aziendale non monitorato
Gestione del cliente	1 = Priorità massima
Gestione delle esternalità	Processo aziendale non monitorato

Caratteristiche del seguente processo:

Strategia, pianificazione e gestione risorse interne

Elementi di forza dell'azienda

Personale giovane.

Elementi critici dell'azienda

Parte del personale ha poca esperienza.

Obiettivi di miglioramento/sviluppo

Migliorare l'organizzazione interna per potersi adeguare alla rete di ristorante nella quale sta entrando.

Caratteristiche del seguente processo:

Strategia, pianificazione e gestione risorse interne

Azioni per il raggiungimento dell'obiettivo

Far fronte a una clientela straniera facendo formazione ai dipendenti sulle lingue.

Tipologia di intervento

Consulenza e formazione.

Risorse umane da coinvolgere

Titolare e tutti i dipendenti.

Caratteristiche del seguente processo:

Costruzione dell'offerta

Elementi di forza dell'azienda

Processo non monitorato.

Elementi critici dell'azienda

Processo non monitorato.

Obiettivi di miglioramento/sviluppo

Processo non monitorato.

Caratteristiche del seguente processo:

Costruzione dell'offerta

Azioni per il raggiungimento dell'obiettivo

Processo non monitorato e/o non prioritario.

Tipologia di intervento

Processo non monitorato e/o non prioritario.

Risorse umane da coinvolgere

Processo non monitorato e/o non prioritario.

Caratteristiche del seguente processo:

Sviluppo del prodotto

Elementi di forza dell'azienda

Processo non monitorato.

Elementi critici dell'azienda

Processo non monitorato.

Obiettivi di miglioramento/sviluppo

Processo non monitorato.

Caratteristiche del seguente processo:

Sviluppo del prodotto

Azioni per il raggiungimento dell'obiettivo

Processo non monitorato e/o non prioritario.

Tipologia di intervento

Processo non monitorato e/o non prioritario.

Risorse umane da coinvolgere

Processo non monitorato e/o non prioritario.

Caratteristiche del seguente processo:

Produzione

Elementi di forza dell'azienda

Processo non monitorato.

Elementi critici dell'azienda

Processo non monitorato.

Obiettivi di miglioramento/sviluppo

Processo non monitorato.

Caratteristiche del seguente processo:

Produzione

Azioni per il raggiungimento dell'obiettivo

Processo non monitorato e/o non prioritario.

Tipologia di intervento

Processo non monitorato e/o non prioritario.

Risorse umane da coinvolgere

Processo non monitorato e/o non prioritario.

Caratteristiche del seguente processo:

Gestione del cliente

Elementi di forza dell'azienda

Posizione geografica favorevole, spazi ampi anche all'aperto.

Elementi critici dell'azienda

Forte concorrenza con prezzi bassi.

Obiettivi di miglioramento/sviluppo

Incremento del numero di clienti.

Caratteristiche del seguente processo:

Gestione del cliente

Azioni per il raggiungimento dell'obiettivo

Regole interne per gestire le mansioni e le responsabilità di ciascuno.

Tipologia di intervento

Consulenza esterna.

Risorse umane da coinvolgere

Titolare e tutti i dipendenti.

Caratteristiche del seguente processo:

Gestione delle esternalità

Elementi di forza dell'azienda

Processo non monitorato.

Elementi critici dell'azienda

Processo non monitorato.

Obiettivi di miglioramento/sviluppo

Processo non monitorato e/o non prioritario.

Caratteristiche del seguente processo:

Gestione delle esternalità

Azioni per il raggiungimento dell'obiettivo

Processo non monitorato e/o non prioritario.

Tipologia di intervento

Processo non monitorato e/o non prioritario.

Risorse umane da coinvolgere

Processo non monitorato e/o non prioritario.

SINTESI DEL PIANO DI MIGLIORAMENTO/SVILUPPO

Il Ristorante deve trovare un punto di forza sulla quale fare leva per potersi contraddistinguere dalla concorrenza che è molto forte. Oltre alla posizione favorevole (centro Bologna) il locale può formare a livello professionale i propri dipendenti sulle lingue straniere per attrarre clientela di un certo tipo.