



TRABAJO INTEGRADOR FINAL

SEGUNDO SEMESTRE 2019

PROYECTO 4x4

AUTORES: BALLESTERO FLORENCIA – RADA NATALIA

PROFESORES: MARIA VICTORIA MASSA – SIMON EZEQUIEL

FECHA DE ENTREGA: 19/12/2019

TRABAJO INTEGRADOR FINAL

Índice

0. Resumen ejecutivo.....	3
1. Definición del proyecto.....	4
2. Plan de Marketing.....	5
2.1 Misión.....	5
2.2 Visión.....	5
2.3 Valores.....	5
2.4 Objetivos.....	6
2.5 Pestel.....	6
2.6 FODA.....	9
2.7 Investigación de mercado	10
2.8 Análisis de Competencia (Ver anexo “Cuadro de competencia” #0)	11
2.9 Target market y segmentación.....	11
2.10 Posicionamiento.....	12
2.11 Ventajas competitivas y diferenciación.....	15
2.12 Producto (Ver anexo “Producto” #1)	16
2.13 Canales de distribución.....	17
2.14 Estrategias de precios.....	17
2.15 Mix de comunicación.....	17
2.16 Estrategia de lanzamiento.....	17
2.17 Plan de acción (Ver anexo “Plan de acción” #2)	18

3. Plan de operaciones

3.1 Layout y flujos

(Ver anexo “Layout y flujos” #3) 18

3.2 Recetario y carga de trabajo

(Ver anexo “Recetón” #4) 18

3.3 Horarios del personal

(Ver anexo “Horarios Personal” #5) 18

3.4 Listado de equipamiento

(Ver anexo “Equipamiento” #6) 18

3.5 Habilitaciones y contratos..... 19

4 plan de Recursos Humanos

4.1 organigrama

(Ver anexo “Organigrama” #7) 21

4.2 Descripción del puesto de trabajo – manual de funciones

(Ver anexo “Manual de Puestos” #8) 22

4.3 Políticas de capacitación y reclutamiento

(Ver anexo “Reclutamiento” #9) 23

5 Plan financiero

(Ver anexo “Plan Financiero” #10) 25

Anexos..... 26 hasta 44

0 RESUMEN EJECUTIVO

En los últimos años, Argentina se volvió un país en el cual la gastronomía tomo un rol muy importante en la vida de las personas. Actualmente los comensales buscan salir a sitios donde se les ofrezca calidad y buen servicio.

Esto nos impulsó a la apertura de un local comercial, que cuenta con la venta de cerveza artesanal.

El gran crecimiento de los bares cerveceros en los últimos años provocó un aumento de demanda, por lo cual, con el objetivo de crecer y brindar nuevas propuestas, nos sumamos al mundo de la pastelería, pero con un giro inesperado. Realizaremos una fusión entre la cerveza y las piezas dulces, para llamar la atención de los clientes y brindarles nuevas propuestas.

Nuestra fuente principal de ingresos será la venta de estos productos de pastelería y la cerveza, la cual ya es reconocida por nuestros clientes.

Para la realización completa del proyecto se necesitará una inversión de 5.030.220,87.- que comprenden los gastos necesarios tanto para el establecimiento como para disponer de fondos suficientes durante los primeros 3 años.

En el mes 33, correspondiente al 3er. Año de ejercicio se llegará al umbral de rentabilidad, habiendo recuperado el total de la inversión. Con una facturación promedio de \$325,149.83 mensuales, durante el primer año. Incrementando las ventas un 10% el segundo año y un 5% el tercer año.

Las creadoras de este nuevo proyecto son la Licenciada Rada Natalia y la Licenciada Ballesterio Florencia, graduadas en la Universidad Argentina de la Empresa (UADE), especializadas en administración gastronómica.

Estamos completamente convencidas de que este nuevo proyecto será rentable ya que nos basamos directamente en los gustos preferidos de los clientes, como son lo dulce y la cerveza artesanal. Además, continuamente los estamos sorprendiendo con nuevas propuestas que son de su agrado. No hacemos nada antes de que nuestros clientes den su aprobación, y eso genera un voto de confianza para con nosotras.

1 DEFINICIÓN DEL PROYECTO

Somos una empresa cervecera donde elaboramos diferentes estilos de cerveza artesanal. Poseemos dos fábricas para la elaboración y un local comercial de venta al público. Este último, cuenta con venta de growlers; función que se ideó principalmente para que el cliente elija, compre y lleve su producto.

El local está ubicado en la localidad de Ituzaingó, partido de Ituzaingó, en la calle Fray Luis Beltrán N°: 2202/8. Está ubicado en una ochava, la cual ocupa las dos esquinas.

Los días de apertura son de miércoles a sábado en el horario de 17 a 22hs.

Con la idea de crecer en el mercado e innovar nuevas estrategias de venta, queremos agregar productos de pastelería para la venta al público.

Esta venta de alimento cuenta con pastelería tradicional y una pastelería fusionada con las cervezas artesanales, esto quiere decir que se crearan preparaciones las cuales contengan como ingrediente nuestra cerveza, así como también la posibilidad de crear piezas de pastelería que combinen con los diferentes gustos elaborados, que se cambien según la temporada del año y la exigencia del público.

Ambos elementos se llevarán a cabo con el formato "take away".

El público al que se busca apuntar es a personas amantes de la cerveza artesanal y que den lugar a conocer nuevos estilos saliendo de los tradicionales e industriales, además, que quieran entrar y conocer el mundo de la pastelería sumándose la combinación de su cerveza preferida en una preparación dulce. Queremos que todo tipo de público conozca lo que elaboramos y se lleve una experiencia diferente.

2 PLAN DE MARKETING

2.1 MISIÓN

Somos una empresa familiar destinada a la elaboración artesanal de cerveza, y pastelería cervecera haciendo hincapié en la innovación y la sustentabilidad. Brindamos una propuesta alejada de los polos gastronómicos.

2.2 VISIÓN

Ser la cervecería y pastelería de barrio que todos quieran tener.

2.3 VALORES

- Familia
- Innovación
- Fidelidad
- Sustentabilidad

COMPROMISOS

- Empresa familiar que busca perdurar en el tiempo.
- Lograr que el cliente se sienta parte de nuestra familia.
- Ponemos énfasis en la selección de proveedores para brindar confiabilidad y calidad a nuestros potenciales clientes.
- Asumimos compromisos sociales porque entendemos que el cuidado del medio ambiente es fundamental para el futuro de nuestras próximas generaciones.
- Utilización de productos biodegradables.
- Crear nuevos estilos para todo tipo de público, y adaptar los gustos a las temporadas del año.
- Adaptar la pastelería a los estilos de cerveza que se estén preparando.
- Captar nuevo público por diferentes medios y poder llegar a lograr la recomendación en "boca en boca".
- Que nos vuelvan a elegir por la calidad de los productos.
- Generar vínculos con los clientes, para que se sientan cómodos.

2.4 OBJETIVOS

- Captar clientes de la zona y alrededores
- Ser pioneros en la zona y tener el dominio del mercado
- Desarrollar productos de calidad, a bajo costo que llame la atención de los futuros clientes, que lo consuman y vuelvan por ellos.
- Tomar los recaudos necesarios para ser una empresa comprometida con el cuidado del medio ambiente

2.5 PESTEL

1- Condiciones Políticas:

En medio de una alta inestabilidad financiera y cambiaria, de un proceso electoral y con reservas limitadas, el Gobierno anunció que buscará un "Re-perfilamiento" de la deuda de corto plazo y un proceso de canjes voluntarios con los pasivos de mediano plazo por un monto total que alcanza unos US\$60.000 millones. El objetivo fundamental es ofrecer certidumbre sobre su pago, pero también frenar la fuerte volatilidad del dólar.

<https://www.cronista.com/economiapolitica/La-inflacion-de-julio-fue-22-la-mas-baja-de-2019-pero-en-agosto-volvera-a-subir-20190815-0041.html>

2- Condiciones Económicas:

La actividad económica cayó 2,6 por ciento durante el primer semestre del año, en relación con igual período del año pasado.

La inflación de julio fue de 2,2%, con esta suba en el año se acumula un incremento de 25,1% y en los últimos 12 meses la suba fue del 54,4%.

Tras el salto del dólar se espera que en agosto volverá a acelerarse y se registrara un número más elevado que en torno al del 2,2% que preveían antes de las paso.

La inflación núcleo (bienes y servicios) fue de 2,1% en julio y en los últimos 12 meses acumulo un 55,1%.

Los rubros que más subieron fueron, salud 4,1%, y restaurantes 3%.

Este aumento significativo impacta directamente en la mercadería que se deberá conseguir.

<https://www.politicargentina.com/notas/201908/30302-el-riesgo-pais-supero-los-2000-puntos-y-en-solo-un-dia-se-incremento-en-casi-un-10-por-ciento.html>

<https://www.lanacion.com.ar/politica/buscan-reprogramar-deuda-por-mas-de-us60000-millones-nid2282520>

<https://www.politicargentina.com/notas/201908/30262-la-economia-en-picada-cayo-26-durante-el-primer-semester-del-ano.html>

<https://www.politicargentina.com/notas/201908/30260-el-salario-medido-en-dolares-cayo-un-62-por-ciento-y-argentina-ocupa-el-noveno-lugar-del-ranking-regional.html>

3- Condiciones Sociales:

Ventajas de las redes sociales a nivel mundial:

- Comunicación Instantánea
- Oportunidades laborales
- Compartir conocimientos e información
- Aumenta la visibilidad de la marca
- Canal de difusión de los contenidos de la empresa
- Fidelización de clientes y contacto de clientes potenciales
- Fomentan la comunicación y la colaboración entre profesionales
- Pueden mejorar la reputación online de la empresa
- Canal de atención al cliente
- Claves de atención al cliente en redes sociales
- Ofrecen la oportunidad de analizar a la competencia

<https://neoattack.com/ventajas-y-desventajas-de-las-redes-sociales/>

4- Condiciones Tecnológicas:

Argentina ocupa el primer lugar en Tecnología tanto en la región como en el mundo. Impulsado por un desempeño especialmente fuerte en Ingeniería de Software y Sistemas Operativos.

Hoy en día contamos con una variedad extensa para utilizar con fines laborales y personales. Desde celulares, los cuales se pueden usar como medio de trabajo, hasta programas operativos que realizan la mayoría del trabajo informático. Gracias a este aumento de demanda, hay más servicios para el cliente con respecto a mesas de ayuda, lo que facilita y agiliza las tareas.

La curva de innovación en la industria móvil llegó a un punto tal de saturación que, salvo excepciones, todos los teléfonos se terminan pareciendo entre sí. Las pantallas plegables son la nueva innovación en la tecnología.

https://www.clarin.com/tecnologia/tendencias-tecnologicas-impondran-2019_0_VGcDZbgn5.html

https://www.clarin.com/tecnologia/argentina-reconocida-pais-mayor-talento-tecnologia-nivel-global_0_XDK2rX8LL.html

5- Condiciones Ecológicas:

Sustentabilidad: Es una buena idea averiguar por cervecerías artesanales que ofrecen barriles portátiles de cerveza tirada que se adaptan a cualquier evento y se pueden reutilizar.

Contenedores separados: Hoy en día existen variedades de contenedores señalizados, destinados a separar apropiadamente los desechos. En ellos se pueden poner carteles específicos que indiquen qué se arroja en cada uno sin confusión: "Solo latas y botellas", por ejemplo. Si se maneja la basura en la cocina, se puede dedicar un contenedor exclusivo para "restos de comida" y un rincón para "envases" en general, botellas de vidrio y plástico, latas, que son los que van a ocupar más espacio. Sería ideal separar también papel, cartón y otros reciclables en general en un tercer espacio.

Gestión de residuos: Ciertamente no hay una respuesta definitiva sobre qué hacer con los reciclables después de separarlos. La gestión de residuos varía según la ciudad: algunas lamentablemente no cuentan con ningún tipo de sistema y en otras, el sistema falla. En lugares donde va a haber varios kilos de reciclables, se puede intentar coordinar con una cooperativa que los retire, y en caso de lugares chicos, es cuestión de acercarse al punto verde más cercano o al recuperador urbano que pasa por el barrio.

Sorbetes: En sintonía con la campaña mundial para reducir la utilización de plásticos descartables o "de un único uso", la ciudad de Buenos Aires les dice adiós a los sorbetes. Este es un paso más hacia la reducción de plásticos de un solo uso, que le hacen un daño enorme al ambiente.

<https://www.lanacion.com.ar/buenos-aires/prohiben-sorbetes-plastico-ciudad-buenos-aires-nid2250135>

<https://www.lanacion.com.ar/lifestyle/claves-contaminar-lo-menos-posible-al-hacer-nid2249441>

6- Condiciones Legales:

Los comercios deberán aceptar todas las tarjetas de débito para transacciones de 100 pesos o más.

El dispositivo empleado para capturar la transacción (POS, MPOS, PIN PAD o cualquier otro) debe admitir "el cobro mediante todas las tarjetas de débito de las redes a las que estén adheridas más de una entidad financiera autorizada para operar en el país.

https://tn.com.ar/economia/los-comercios-ahora-deberan-aceptar-todas-las-tarjetas-de-debito-en-pagos-superiores-100_908679

2.6 FODA

-Fortalezas:

Marca existente la cual está instaurada con una clientela fija. Al elaborar nuestra propia cerveza nos autoabastecemos a la hora de realizar los nuevos productos.

Trabajo en equipo, sustentabilidad, dedicación, buen ambiente laboral, productos artesanales, precios justos, empresa innovadora en sus productos, salir de lo común. Ubicación del local en una zona poco desarrollada a nivel gastronómico.

Contamos con el espacio necesario para la fabricación actual de la cerveza y para la producción del futuro producto.

-Debilidades:

Empresa joven en el mercado que aún no es muy reconocida a nivel minorista, por esa razón dependemos 100% de la respuesta de los clientes.

Falta de medios de pago electrónico, ya que solo por el momento se acepta efectivo.

Área de marketing y comunicación en desarrollo.

Falta de un sistema administrativo que controle el stock y las ventas.

-Oportunidades:

El mercado gastronómico se encuentra en pleno desarrollo, debido a que los consumidores son cada vez más exigentes. Ya no alcanza con servir "algo rico" sino que quieren vivir toda una experiencia, desde los alimentos, el servicio, el RSE, etc.

Propuesta novedosa, ya que los productos que nosotros ofrecemos se encuentran existentes en el mercado, pero separados y nuestro objetivo es fusionarlos.

Al no estar ubicados en un polo gastronómico, nuestro mercado no se encuentra amenazado con competidores directos. Por ende, cubrimos la demanda de la zona.

-Amenazas:

Empresas más desarrolladas y conocidas, cuentan con mayor número de empleados capacitados. Gran aumento de bares cerveceros con nuevas propuestas al cliente externo.

La inflación constante que sufre nuestro país genera pérdida en la capacidad económica de los consumidores, aumento de los costos de la mercadería y por ende en la producción.

Desarrollo de acciones:

- Se creará un plan de compra masiva, para poseer stock para un periodo determinado, sin tener que amoldarnos a los cambios de precios recurrentes y poder mantener un costo de venta constante.
- Crear planes de comunicación para captar nuevos clientes y lograr competir con las empresas más desarrolladas.
- Implementar nuevas tecnologías para poder contar con un control más estricto de nuestros productos y ventas, para crecer en el mercado competitivo.
- Buscar un consultor que nos asesore para diseñar la imagen y un plan de marketing para la marca.

2.7 INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Se realizó una encuesta virtual en la que participaron 119 personas. De ellas, el 59,7% respondieron que prefieren la cerveza como bebida, quedando en segundo lugar el vino, con el 31,9%. De esas personas, el 67,1% toman al menos una vez por semana, siendo el día de mayor consumo el sábado con el 85,7%, seguido por el viernes y con menor porcentaje los domingos y jueves en tercer lugar. Además, el momento del día de preferencia es la noche.

De todos los encuestados, el 55,5% se vieron interesados en la venta de cerveza tirada en growlers y al 34,5% le era indistinto.

Respecto a los productos de pastelería, el 92,4% afirmó que los consumen al menos una vez por semana y están dispuestos a pagar entre \$150 a \$230, por una pieza de pastelería.

En cuanto al formato que proponemos, el 61,4% respondió que le interesa una cervecería que venda pastelería "take away". Además, el 73,3% contestó que le gustarían nuevas propuestas a base de cerveza.

Por otro lado, se preguntó si estarían dispuestos a desplazarse de su zona por un producto de pastelería que les guste, el 47,8% dijo que sí, pero depende la lejanía y un 40,7% respondió que sí.

Al momento de consulta sobre qué redes sociales utilizan, en primer lugar, quedó Instagram con el 83,2%, seguido de Facebook con un 62,2%, de ellos el 68,1% reconoció haber concurrido a lugares que fueron recomendados en algunas de las redes sociales y que les interesa recibir por esos medios promociones y sorteos.

2.8 ANALISIS DE COMPETENCIA (Ver anexo “Cuadro de competencia” #0)

El mercado de venta de cerveza artesanal al paso cada vez es más grande, y la pastelería, por su parte, también está ampliando horizontes saliendo de lo tradicional y virando hacia la patisserie francesa.

Nuestra propuesta combina ambos rubros y los fusiona para lograr un nuevo producto, que por el momento no ha sido lanzado al mercado: **“La pastelería a base de cerveza artesanal”**.

Si analizamos nuestra competencia, la mayoría son competidores directos, ya que venden productos de características similares a los que nosotros ofreceremos, por lo tanto, pueden llegar a cubrir la misma necesidad del cliente.

Ahora bien, si lo analizamos según la ubicación de nuestro local actual, esos competidores directos se transforman en indirectos, dado que la mayoría no están en la zona y eso nos convierte en pioneros en el rubro.

2.9 TARGET MARKET Y SEGMENTACIÓN

Nuestra propuesta estará enfocada a personas de entre 20 y 50 años (aproximadamente), de cualquier género, que les guste beber cerveza y consumir productos de pastelería ya sean tradicionales o innovadores, con paladares exigentes, aficionados en ambos productos.

Además, que sean amantes del formato “take away” y la venta de cerveza tirada en Growlers.

En cuanto al target de nuestros futuros clientes, nos orientamos a personas de clase media a media alta, que su poder adquisitivo les permite poder consumir los productos que ofrecemos.

Ellos podrán ser residentes de la zona donde se encuentra nuestro local o de alrededores, que estarán dispuestos a desplazarse en busca de lo que ofrecemos.

Apuntamos a un público variado de entre 20 a 50 años aproximadamente. Ese rango de edades estaría formado por tres segmentos de mercado: las generaciones X, las generaciones Y y las generaciones Z. Dentro de las variantes en la generación X, creemos que nuestros potenciales clientes serían los vividores, consumidores de nuevas experiencias y los hedonistas urbanos, hogareños consumidores del take away.

2.10 POSICIONAMIENTO **FALTA PONER ESAS COSAS QUE NOS MARCO**

Nuestra estrategia de posicionamiento será por atributo de producto, ya que nuestras propuestas pasteleras se diferencian de las tradicionales porque utilizamos como parte de la materia prima nuestra cerveza artesanal. Además, en segundo lugar, nos compararemos con la competencia, si bien son competidores directos, el producto que nosotros ofrecemos de cierto modo es diferente al que ellos ofrecen, y contamos con la ventaja de estar lejos de los polos gastronómicos y de nuestros competidores.

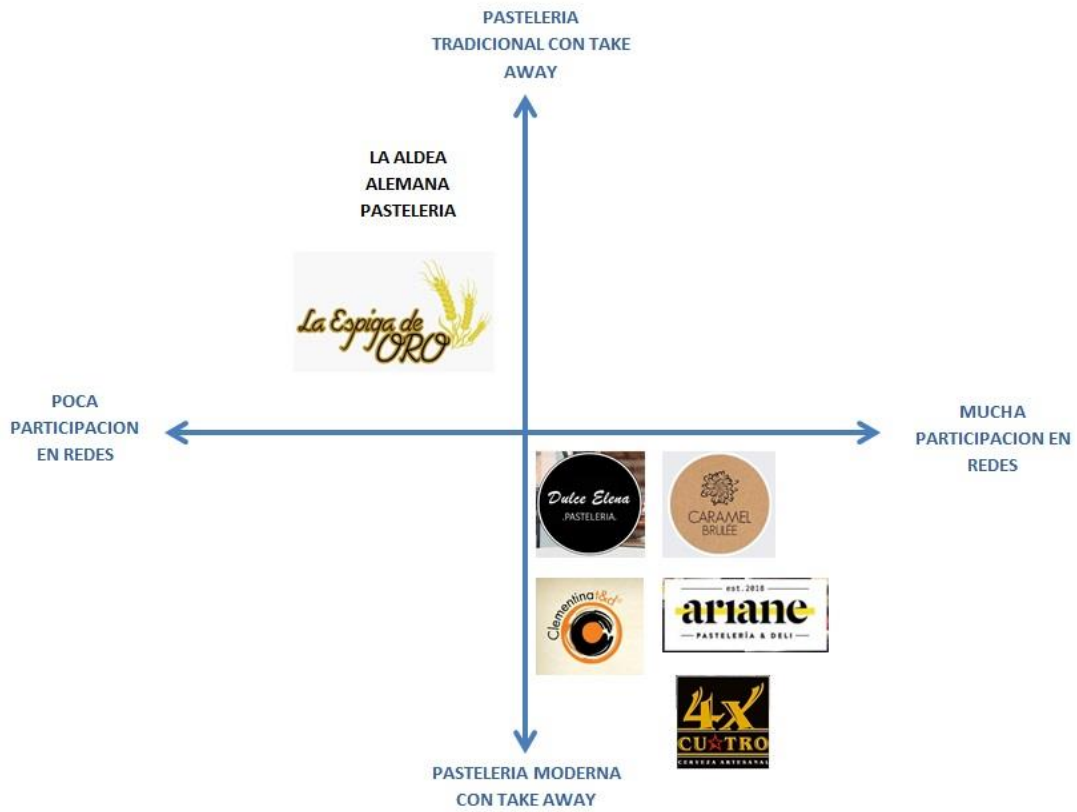
Como nuestro producto no existe en el mercado, por un lado, analizamos pastelerías con servicio take away dividiéndolas en tradicionales y modernas, y a su vez tomamos en cuenta la participación de todas en las redes.

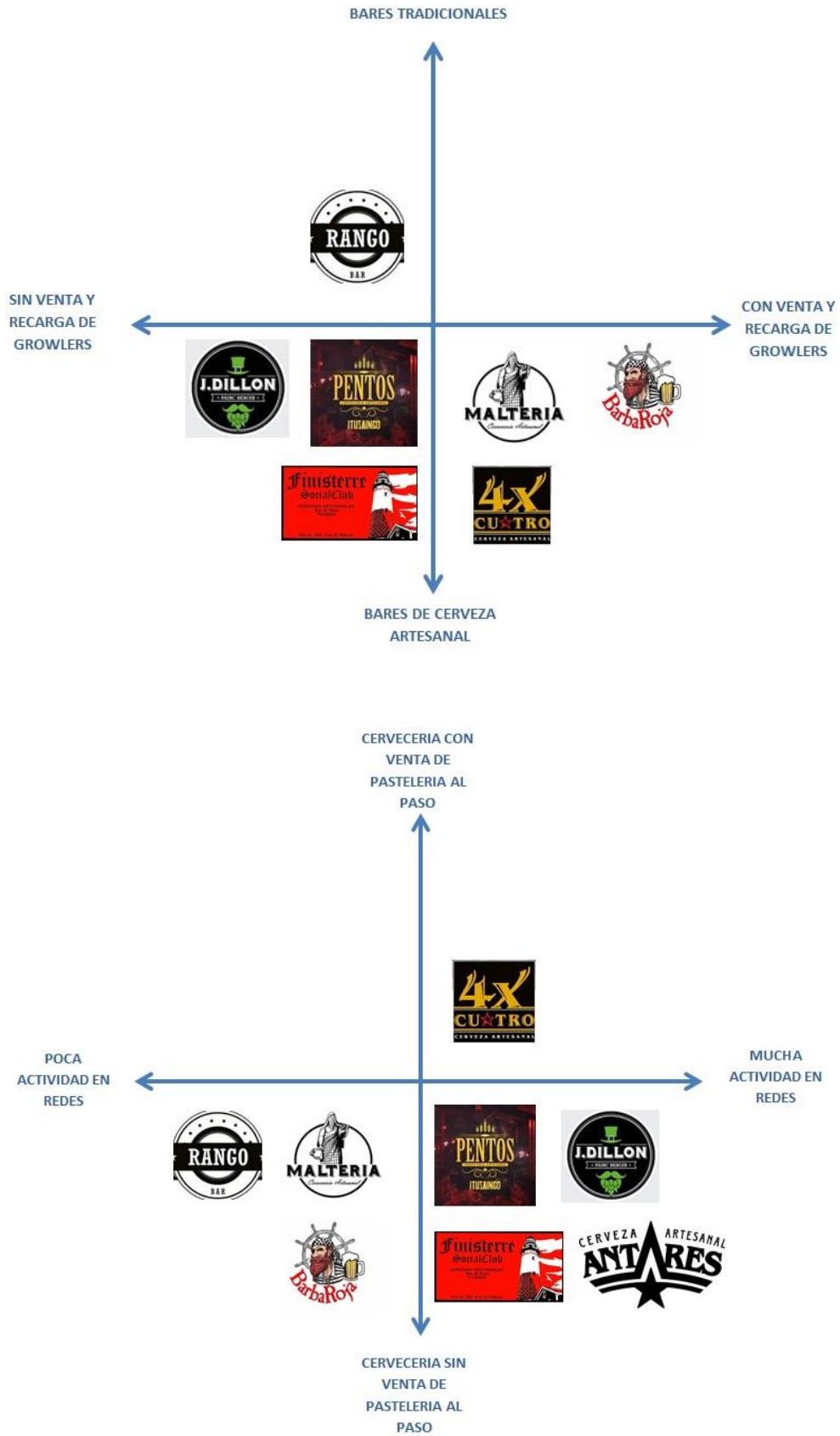
Por otro lado, hicimos lo mismo con los bares con venta de cerveza artesanal o tradicionales y que posean o no venta y recarga de growler.

Además, hicimos un análisis de todos los locales de la zona, tanto bares como pastelerías, y ninguno posee la característica de fusión de pastelería y cerveza artesanal, por lo tanto, nos pone en un lugar de diferenciación absoluta respecto de la competencia.

- Pastelería con take away moderna: nuestros clientes encontrarán productos de pastelería modernos, realizados a base de nuestra cerveza, porcionados para llevar y disfrutar en sus hogares con familiares y/o amigos.
- Venta de cerveza en growler: nuestros clientes, además de llevarse pastelería moderna de calidad, podrán adquirir growlers con su cerveza favorita para poder maridar con nuestra exquisita pastelería.
- Participación en redes: tendremos mucha actividad virtual, mostrando fotos de calidad de nuestros productos, haciendo promociones, concursos, motivando a nuestros clientes a que también se sientan parte de nuestro staff.

Mapa de Posicionamiento





2.11 VENTAJAS COMPETITIVAS Y DIFERENCIACIÓN

Una de las principales ventajas competitivas que tenemos es estar alejados de los polos gastronómicos, eso nos transforma en uno de los pocos lugares destinados a la venta de productos de pastelería y cervecería, por ello consideramos que ofrecemos comodidad y cercanía.

Como empresa familiar pensamos en el medio ambiente, y nos proponemos a destinar cada vez más tiempo a este importante problema que es la contaminación. Como primera instancia, contamos con materiales reciclables, como son el caso de los botellones de vidrio, y reutilizables, como son los de plástico. Por lo tanto, sea cual sea la elección del cliente a la hora de comprar nuestros productos, tendrá la certeza de que estamos colaborando en la lucha contra la contaminación, ya que ambos materiales son reutilizables y/o reciclables.

Además, contamos con cestos diferenciados para cada desecho y, adhiriendo a la política de "sorbetes cero" que implementó el Gobierno de la Ciudad en el Art. 1 de la Res. 816/2019, no haremos entrega de estos.

Realizamos artesanalmente nuestra cerveza, y utilizaremos la misma para el desarrollo del nuevo proyecto, que es la pastelería.

A su vez, al contar con un lugar destinado a la fabricación de la cerveza, tenemos la posibilidad de crear y probar sabores que se puedan sumar temporalmente al local.

Somos reconocidos en varias zonas, ya que no solo contamos con venta minorista, sino que también lo hacemos a nivel mayorista, siendo proveedores de bares en diferentes zonas urbanas como Castelar, Morón, Laferrere, entre otros.

2.12 PRODUCTO (Ver anexo "Producto" #1)

Cerveza artesanal elaborada con productos seleccionados y de excelente calidad. Contamos con una fábrica destinada únicamente a la elaboración de la cerveza. Los gustos que se elaboran y destinan a la venta se hacen por temporada del año y por ranking de mercadería vendida. Los gustos más elegidos por nuestros clientes son Special Honey, Ipa, Belgian, Apa, Stouth, Choco Porter, American Light Ale.

El nombre de la marca es "4xCuatro" con el eslogan de "Una cerveza a todo terreno". Fue pensado por la cantidad de participantes de la familia combinado con el fanatismo del automovilismo. El logo es el nombre de la



marca en colores negros, blancos, rojos y amarillos.

Contamos con venta mayorista, vendiendo los productos a bares en barriles de 50 litros y para eventos con el alquiler de choperas en barriles de 50, 20 y 30 litros, y con venta minorista en el local de Itzaingó con la entrega de botellas de vidrio y plástico.

Cuentan con una cantidad de 1 y 2 litros. También está la posibilidad de sentarse en la barra y tomar unas pintas en el local.

La nueva propuesta que queremos llevar a cabo es una zona de pastelería en el local, pero diferenciarla de lo clásico creando productos fusionados con la cerveza elaborada. Y, además, una sección de pastelería tradicional para aquellas personas que aún no se animan a la nueva experiencia.

Los productos serán elaborados en una cocina destinada solamente a su producción, ubicada en la localidad de Itzaingó. Una vez realizados serán trasladados al local para su venta.

La fábrica cuenta con cámara de frío y heladeras al igual que el local.

2.13 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Canal de venta directa, ya que el cliente adquiere el producto directamente del local o de nuestra página web. El servicio de envío no se va a tercerizar.

2.14 ESTRATEGIA DE PRECIOS

Según nuestro análisis, decidimos utilizar la estrategia de penetración, basado en un nuevo producto.

Esta elección se debe a que somos pioneros en el rubro según la ubicación y apuntamos a clientes de clase media alta.

2.15 MIX DE COMUNICACIÓN

- Persona capacitada para el manejo de presentación del producto y venta: El personal que se contrate será capacitado durante dos semanas sobre los productos a la venta y atención al cliente.
- Redes sociales (Facebook e Instagram): Las utilizaremos para novedades y promociones por tiempo indeterminado.
- Página Web con carrito de compras On line: Será utilizada para promociones, novedades, información de la marca y para realizar pedidos on line.

2.16 ESTRATEGIA DE LANZAMIENTO

Como ya contamos con el local y la marca es reconocida a nivel cervecero, nuestra propuesta es lanzar el nuevo producto a modo prueba para testear la aceptación de los clientes.

Puesta en marcha del plan:

El mismo se comenzará a degustar entre los meses de marzo y abril del 2020, teniendo como fecha de lanzamiento el 01/05.

Este plan consta de varias fases y ellas son:

- Prueba y degustación: Para empezar, elaboramos cada semana un producto diferente y lo haremos degustar a todos los clientes que lleguen en busca de nuestra cerveza. Esto será propuesto con anticipación, a través de nuestras redes sociales y con banners in situ. La degustación será de una semana por cada conjunto de productos.
- Encuesta de productos: Al finalizar el periodo de degustación, se motivará a los clientes a realizar una encuesta en nuestras redes sociales para definir qué producto les agradó más y les gustaría que fueran lanzados al mercado.
- Lanzamiento: Una vez terminada la encuesta, procederemos a la elaboración de los productos ganadores y saldrán a la venta.

2.17 PLAN DE ACCIÓN (Ver anexo “Plan de acción” #2)

A través del gráfico de Gantt, identificamos las tareas de cada empleado, las responsabilidades y fechas límites hasta un mes después del mes de lanzamiento del nuevo producto.

3 PLAN DE OPERACIONES

A continuación, detallaremos los puntos que contengan anexos.

3.1 LAYOUT Y FLUJOS (Ver anexo “Layout y flujos” #3)

Se podrán observar los planos del establecimiento, con los sectores y flujos correspondientes, así también la ubicación detallada del equipamiento, sector de trabajo, recepción y venta.

3.2 RECETARIO Y CARGA DE TRABAJO (Ver anexo “Receton” #4)

Detallamos cada producto que se podrá encontrar en nuestra carta, con los ingredientes y cantidades exactas de cada uno, la unidad de medida, factor de desperdicio, cantidad bruta y costo de cada ingrediente, y el monto total. Además, detallamos el proveedor de cada materia prima.

3.3 HORARIOS DEL PERSONAL (Ver anexo “Horarios personal” #5)

Planilla horaria de nuestros empleados. Se detallan días de trabajo, horarios que realizan y la carga horario semanal para cada uno de ellos.

La decisión de horarios partidos para los cerveceros se planteó de esta manera ya que la producción lleva muchas horas y es necesario generar tiempos de descanso para los empleados y mismo para el reposo de las cervezas.

En el caso de la pastelera y ayudante de pastelera, los horarios fueron destinados de esa forma para generar stock en los momentos de la semana que más sean necesarios y mantener la frescura de los productos.

3.4 LISTADO DE EQUIPAMIENTO (Ver anexo “Equipamiento” #6)

Este listado hace referencia a cada equipamiento que vamos a adquirir para la zona de pastelería, detallando precios y ubicación.

3.5 HABILITACIONES Y CONTRATOS

Tipo de sociedad "Cerveza 4xCuatro", será constituida en una sociedad anónima simplificada (S.A.S). La S.A.S nos permite:

- Generar una estructura, constitución y desarrollo más ágil y sencillo.
- Limita la responsabilidad de los socios, es decir, cada uno responde hasta el monto de capital que invirtió.
- Registrar la empresa de manera muy rápida.
- Beneficio económico, ya que al simplificar su conformación terminan siendo menos costosas.
- Capital mínimo que requiere para su constitución es muy bajo.
- Pueden constituirse por instrumento público o privado y su capital puede dividirse en acciones que a su vez admite distintas clases.

Tramite otorgamiento S.A.S: Requisitos:

- Estar radicada en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires o la Provincia de Buenos Aires.
- CUIL, CUIT o CDI
- Tener clave fiscal nivel 2 o más.

*Clave fiscal: Es una contraseña que otorga la AFIP para realizar tus trámites. Se puede tramitar desde el sitio web del organismo o acercarse personalmente a una de sus dependencias para acreditar la documentación

- Designar un Administrador Titular que debe contar con CUIT, clave fiscal nivel 3 y será el administrador de relaciones frente a la AFIP.
- Si constituís una sociedad unipersonal, tenés que designar a un tercero como Administrador Suplente.
- Tu estatuto deberá estar firmado. Si elegís firma digital, todos los socios deben estar adheridos a TAD.

¿Cómo hago?

1. Ingresar al portal tramites a distancia con la clave fiscal y busca el trámite "constitución de sociedades por acciones simplificadas" (SAS)
2. Buscar el trámite "constitución de SAS"
3. Definir cómo vas a constituir tu SAS
4. Completar los datos de los socios y sus respectivos roles
 - a. Para el rol de Administrador Titular, es necesario que tenga CUIT y clave fiscal nivel 3.
 - b. En caso de ser una SAS unipersonal, vas a necesitar un tercero como Administrador Suplente.
5. Definí la cantidad de acciones que tiene cada socio.
6. Completá los datos de tu SAS: actividad, fecha de cierre y código postal.
7. Descarga tu contrato, verifica la información y hacé clic en "Continuar".
8. De acuerdo con la entidad certificante de firmas que hayas elegido:

a. Firma digital: los socios van a recibir en su buzón de tareas del TAD la notificación para firmar.

b. Escribano: dirígite a su estudio para que continúe con el trámite.

c. Inspección General de Justicia: después de pagar el trámite, sacá un turno y dirígite allí el día que te asignen.

9. Efectuá el pago.

10. Si tu solicitud es aprobada por la IGJ, vas a recibir en tu bandeja de TAD tu estatuto digital inscripto y el CUIT de tu SAS.

Habilitación:

Para el inicio de trámite de habilitación debes presentar, ante la Mesa de Entradas de Agencia Gubernamental de Control, la siguiente documentación:

- Boleta de ABL (alumbrado, barrido y limpieza), del año corriente, donde conste el número de partida actualizado. Adjunta
- Encomienda digital, realizada por el profesional técnico.
- Minuta y escritura en digital, además de la escritura pública de habilitación en original y copia certificada por el mismo escribano que la confeccionó.
- Impresión de la solicitud de habilitación online del trámite.
- Autorización de Planeamiento Urbano (DGIUR), en caso de corresponder.

Es una Habilitación Especial: Este tipo de habilitación requiere como documentación específica el plano de habilitación y, según el rubro que se desea habilitar se puede requerir plano de incendio, plano de ventilación y/o plano de electromecánica. Además, este tipo de habilitación tiene dos particularidades: requiere una inspección previa a la aprobación de la habilitación, en la cual un Profesional Verificador de Habilitaciones (PVH) dependiente de la Dirección General de Habilitaciones y Permisos verifica que lo declarado en la Escritura de la habilitación sea real y, a diferencia de las habilitaciones simples, no puede iniciar su actividad comercial hasta obtener la plancheta definitiva de habilitación, estos rubros son los considerados en el artículo 2.1.8 del Código de Habilitaciones.

Intervención de profesionales técnicos (puede ser: ingeniero, arquitecto, maestro mayor de obra o agrimensor):

I. Realizan inspección del local, verifican que se cumpla con los requisitos urbanísticos y constructivos exigidos en la normativa vigente.

II. Confección de documentación técnica, con carácter de declaración jurada y debe estar rubricada por el consejo profesional respectivo:

- Solicitud de habilitación
- Certificado de uso conforme
- Declaración jurada de la conformación del local
- Certificado de sobrecarga
- Planos del local
- Planos de certificación final contra incendios y la instalación mecánica.

4 PLAN DE RECURSOS HUMANOS

4.1 ORGANIGRAMA (Ver anexo “Organigrama” #7)

El emprendimiento cuenta con pocos empleados, lo cual permite a cada uno saber con claridad cuál es su función por desarrollar.

-Pastelera: Encargada de la cocina y de renovar los productos que serán expuestos a la venta. Deberá estar en permanente contacto con el dueño para dar reportes diarios de las ventas, producción, dudas, proyectos y conflictos que se vayan presentando.

Además, deberá realizar el stock de las mercaderías, tener contacto con proveedores y hacer los pedidos, recibir la materia prima, organizarla y controlarla.

-Ayudante pastelera: Como el nombre lo describe, este es un apoyo muy importante para la pastelera.

Deberá cumplir tareas como el realizar las mise and place, preparación de productos, organización y limpieza.

-Maestro cervecero: Persona responsable de realizar las cocciones de todas las cervezas, encargándose de la selección de productos y control en la fermentación.

Deberá mantener un orden el cual le permita mantener siempre el stock en positivo, por lo tanto, calcular los tiempos de fermentación de cada cerveza para no tener faltantes de mercadería.

-Ayudante cervecero: Esta persona deberá estar encargada del stock de la mercadería, el orden de los productos y el control en las cocciones.

Es el encargado de la limpieza de la fábrica, los barriles, el llenado de estos, gasificarlos y acomodarlos en la cámara de frío.

-Vendedor: Persona encargada de recibir a los clientes, garantizar su comodidad y buen servicio.

El / Ella deberá responder sus dudas en caso de que sea necesario, luego de dar una breve explicación del servicio si es la primera vez que concurre al local.

-Cajero: Persona encargada de realizar el cobro del servicio.

-Administrador: El administrador estará a cargo de la economía del local. Mantener las cajas con saldos positivos, realizar los pagos a los proveedores, mantener las cuentas corrientes al día, pagar los servicios, idear estrategias de precios, promociones y tener actualizada la planilla de costos.

Deberá estar en constante comunicación con el dueño para realizar informes acerca del cierre de semana y mes.

-Dueño y socio: Deberán estar en permanente contacto con todas las tareas que se realizan tanto dentro como fuera de la empresa, ya sea desde temas de producción, personal, supervisión, financieros y económicos, compras, proveedores, clientes, entre otros.

4.2 DESCRIPCION DEL PUESTO DE TRABAJO – MANUAL DE FUNCIONES (Ver anexo “Manual de puestos” #8)

El emprendimiento cuenta con pocos empleados, lo cual permite a cada uno saber con claridad cuál es su función por desarrollar.

-Pastelera: Encargada de la cocina y de renovar los productos que serán expuestos a la venta. Deberá estar en permanente contacto con el dueño para dar reportes diarios de las ventas, producción, dudas, proyectos y conflictos que se vayan presentando.

Además, deberá realizar el stock de las mercaderías, tener contacto con proveedores y hacer los pedidos, recibir la materia prima, organizarla y controlarla.

-Ayudante pastelera: Como el nombre lo describe, este es un apoyo muy importante para la pastelera.

Deberá cumplir tareas como el realizar las mise and place, preparación de productos, organización y limpieza.

-Maestro cervecero: Persona responsable de realizar las cocciones de todas las cervezas, encargándose de la selección de productos y control en la fermentación.

Deberá mantener un orden el cual le permita mantener siempre el stock en positivo, por lo tanto, calcular los tiempos de fermentación de cada cerveza para no tener faltantes de mercadería.

-Ayudante cervecero: Esta persona deberá estar encargada del stock de la mercadería, el orden de los productos y el control en las cocciones.

Es el encargado de la limpieza de la fábrica, los barriles, el llenado de estos, gasificarlos y acomodarlos en la cámara de frío.

-Vendedor: Persona encargada de recibir a los clientes, garantizar su comodidad y buen servicio.

El / Ella deberá responder sus dudas en caso de que sea necesario, luego de dar una breve explicación del servicio si es la primera vez que concurre al local.

-Cajero: Persona encargada de realizar el cobro del servicio.

-Administrador: El administrador estará a cargo de la economía del local. Mantener las cajas con saldos positivos, realizar los pagos a los proveedores, mantener las cuentas corrientes al día, pagar los servicios, idear estrategias de precios, promociones y tener actualizada la planilla de costos. Deberá estar en constante comunicación con el dueño para realizar informes acerca del cierre de semana y mes.

-Dueño y socio: Deberán estar en permanente contacto con todas las tareas que se realizan tanto dentro como fuera de la empresa, ya sea desde temas de producción, personal, supervisión, financieros y económicos, compras, proveedores, clientes, entre otros.

4.3 POLITICAS DE CAPACITACION Y RECLUTAMIENTO

Con el desarrollo de un nuevo producto en una empresa ya existente que fabrica cerveza artesanal, tuvimos la necesidad de incorporar personal a nuestro staff. Nuestro plan de reclutamiento y capacitación será el siguiente:

- 1- **Identificación de la necesidad de nuevo personal:** Por la incorporación del nuevo producto que serán piezas de pastelería, necesitaremos cubrir 4 vacantes (un pastelero/a, un ayudante de pastelero/a, un cajero, dos vendedores y un administrador).
- 2- **Definir los perfiles de los futuros clientes internos:** para todas las vacantes se pedirán ciertas aptitudes comunes como ser proactividad, comprometerse con la empresa, responsabilidad, buena predisposición, ganas de desarrollarse en una empresa en crecimiento y generar ideas de mejora en las áreas que ocupen.

Además de estas características comunes, se detallarán las propias de cada puesto, y estas serán:

- ➔ **Pastelero:** formación académica en pastelería, experiencia mínima de 4 años en puesto similar, trabajo en equipo, cordialidad. Libreta sanitaria vigente.
 - ➔ **Ayudante de pastelero:** formación académica en pastelería (no excluyente) o experiencia mínima de 2 años en puesto similar, trabajo en equipo, cordialidad. Libreta sanitaria vigente.
 - ➔ **Vendedores/cajero:** secundario completo, experiencia comprobable en atención al cliente y manejo de caja y medios de pagos mínima de 3 años, cordialidad, buena presencia. Libreta sanitaria vigente.
 - ➔ **Administrativo:** nos orientamos a un licenciado en gastronomía, con experiencia mínima de 3 años en puesto similar. Trabajo en equipo, responsabilidad, conocimientos contables sólidos.
- 3- **Reclutamiento:** lanzaremos la campaña de selección a través de nuestras redes sociales, donde dejaremos el link para que ingresen al

aviso que estará publicado en zonajobs.com, donde podrán cargar su CV que nos llegara a través de la dirección que dejaremos publicada. Recibiremos CVs durante una semana a partir de la fecha de publicación. **(Ver anexo “Reclutamiento” #9)**

- 4- **Pre – selección:** una vez cumplida la semana de recepción de CVs, procederemos a analizar cada uno basándonos en el cumplimiento en los requisitos pedidos.
- 5- **Citación:** Una vez hecha la preselección, nos contactaremos telefónicamente con todos los seleccionados para citarlos a una entrevista con los dueños de la empresa.
- 6- **Entrevista:** la misma será personal, donde se harán preguntas al reclutado, se le explicarán las tareas a desarrollar, y luego de retirada la persona se harán anotaciones sobre su CV para luego ser analizados.
- 7- **Formación de la Terna:** una vez analizados todos los CVs de las entrevistas, se formará la terna de los que tienen el perfil solicitado para cada puesto, y se los citara para una nueva entrevista.
- 8- **Entrevista con la Línea:** en esta nueva entrevista se terminará de definir quién de los citados queda en el puesto.
- 9- **Elección del futuro trabajador:** una vez seleccionado se lo llamara para una nueva cita.
- 10- **Propuesta:** en esta nueva cita, se harán las propuestas concretas de lo que espera el contratante y lo que desea el contratado. Se definirán sueldos, horarios, días de trabajo, etc.
- 11- **Feedback a todos los participantes:** Una empresa seria y comprometida comunica a todos los que participaron del reclutamiento que los puestos ya fueron ocupados y que se los tendrán en cuenta para futuras búsquedas. Esto se realizará a través de un e-mail.
- 12- **Examen preocupacionales:** todos los seleccionados deberán hacerse exámenes preocupacionales, que serán tercerizados.
- 13- **Inducción:** para todos los puestos, se los pondrá 3 meses a prueba, donde se les explicará cómo funciona la empresa, las tareas a realizar, etc. Esto estará a cargo de los dueños de la empresa, y en el caso de tener un superior también estará en la capacitación e inducción.
- 14- **Seguimiento:** se analizará cómo se desarrollan las actividades de los nuevos empleados, se hará seguimiento y corrección de los errores que puedan llegar a suceder.



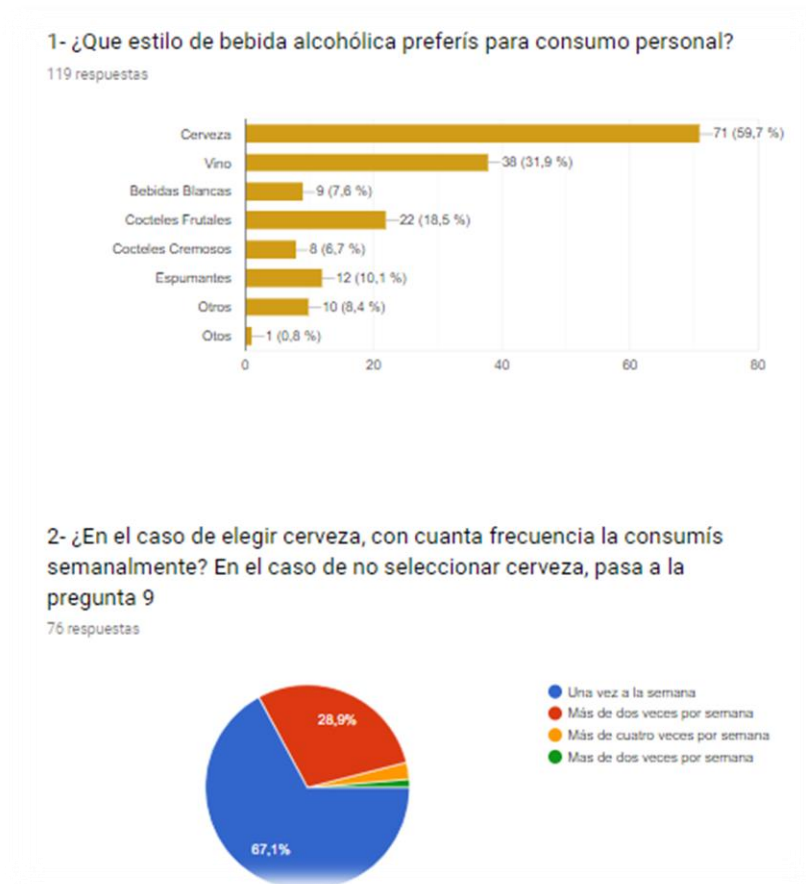
5. PLAN FINANCIERO (Ver anexo "Plan Financiero" #10)



ANEXOS

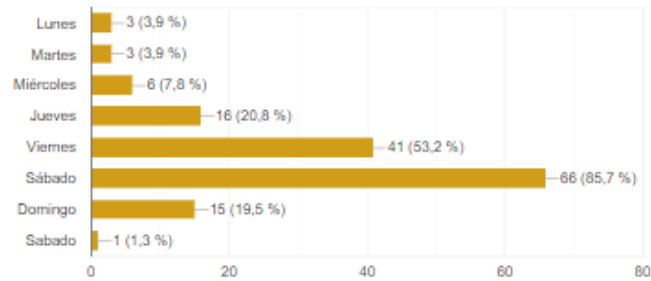
A continuación exhibiremos las imágenes, cuadros y comparaciones que se explicaron anteriormente en cada punto. Empezamos con los resultados de las encuestas realizadas y luego detallaremos a que punto pertenece cada anexo señalado con nombre y número (#).

Encuesta



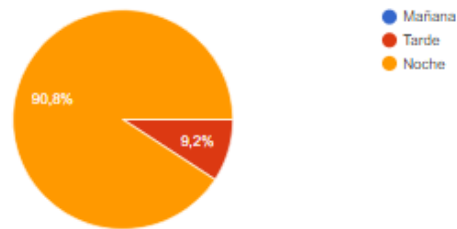
3- ¿Tenes algún día en especial en el que te guste consumirla?

77 respuestas



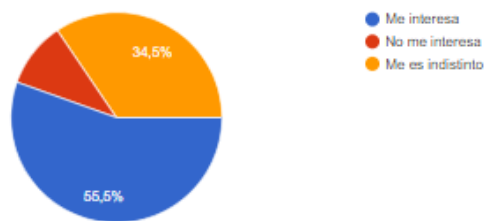
4- ¿Tenes algún momento del día en el que te guste beber cerveza?

76 respuestas



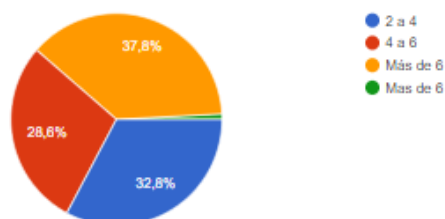
5- ¿Qué opinas acerca de la recarga de growlers? (Botellones recargables)

119 respuestas



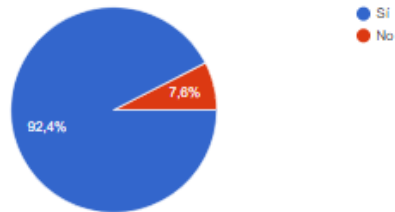
6- ¿Cuántos estilos de cerveza conoces?

119 respuestas



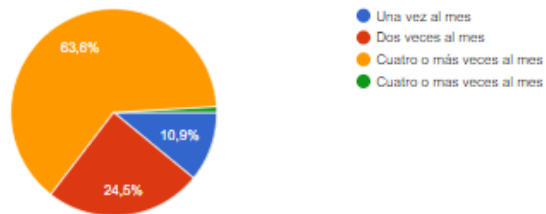
9- ¿Consumís productos dulces? En el caso de seleccionar que no, pasa a la pregunta 17

119 respuestas



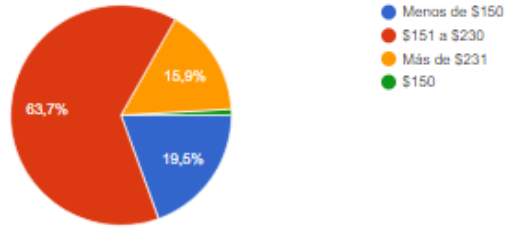
10- Si respondiste "si" ¿Con que frecuencia lo haces?

110 respuestas



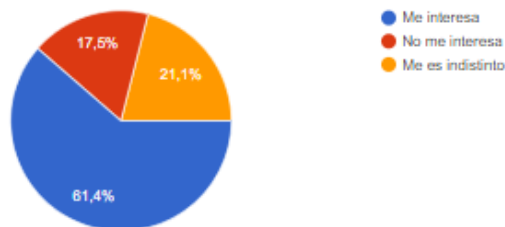
11- ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por una pieza de pastelería?

113 respuestas



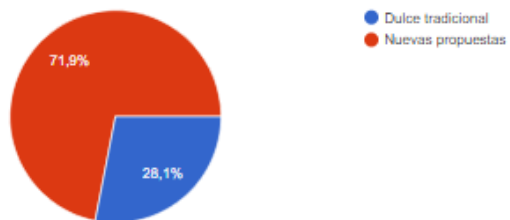
12- ¿Te interesaría la venta de cerveza y pastelería que solo cuente con formato take away (Para llevar)?

114 respuestas



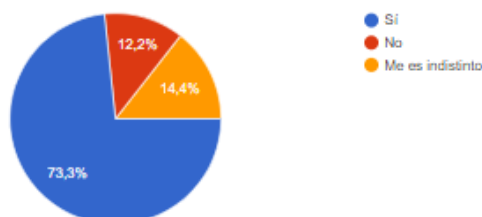
13- ¿Optas por preparaciones dulce tradicionales o te interesarían nuevas propuestas?

114 respuestas



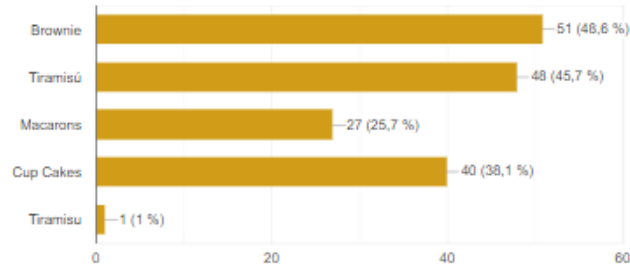
14- Si respondiste "nuevas propuestas" ¿Te gustaría probar productos de pastelería que tengan como ingrediente cerveza?

90 respuestas



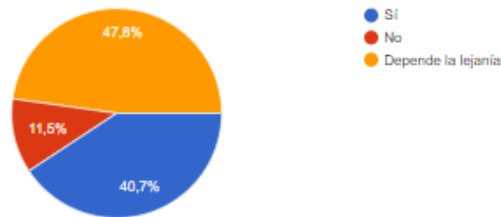
15- ¿Cual de los siguientes productos de pastelería elaborada con cerveza te gustaría probar?

105 respuestas



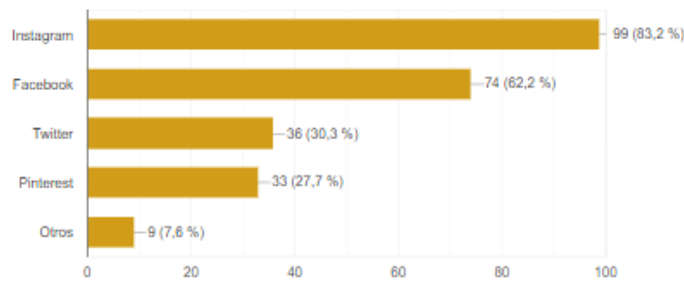
16- ¿Estás dispuesto a desplazarte de tu zona para comprar un producto de pastelería que te gusta?

113 respuestas



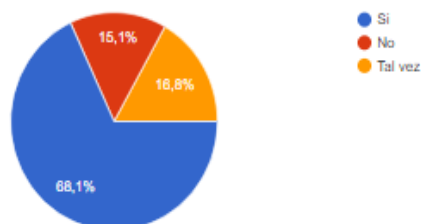
17- ¿Que redes sociales utilizas?

119 respuestas



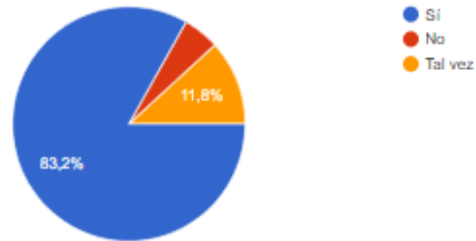
18- ¿Concurrís a sitios que descubriste a través de redes sociales?

119 respuestas



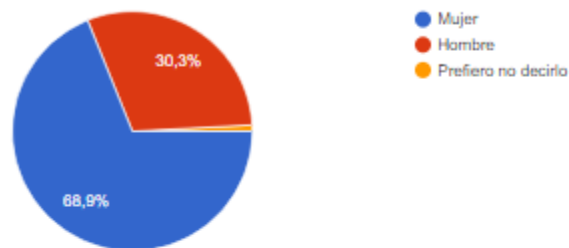
19- ¿Te gustaría que se publiquen promociones o sorteos en las redes?

119 respuestas



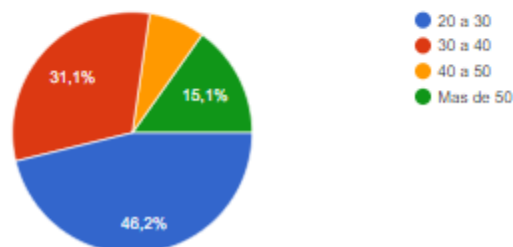
21- Género

119 respuestas



22- Edad

119 respuestas



#0 Anexo "Cuadro de competencias"

Razon social	Rango Bar	Materia	Barbaroja	Perros	J. Dillon	Finisterre	Antares	La Aldea Alemana	La Espiga de Oro	Dulce Elena	Caramel Brillee	Clementina	Ariane
Poseen redes sociales y/o pagina web	si	si	si	si	si	si	si	no	no	si	si	si	si
Son activos en las redes	intermedio	intermedio	intermedio	si	si	no	si	no	no	si	si	si	si
Area geografica que cubre	Zona de Ituzaingo	Zona de San Antonio de Padua	Gran Buenos Aires y CABA	Gran Buenos Aires y CABA	San Antonio de Padua	Ituzaingo	Gran Buenos Aires, CABA y resto de Argentina	Ituzaingo	CABA y Gran Buenos Aires	Ituzaingo	Castelar	Castelar	Castelar
Locales	1	1	10	15	1	1	36	1	10	1	1	1	1
Tienen carrito de compras	No	no	no	no	no	no	no	no	no	si	si	si	si
Fortalezas	Varietades de cervezas no convencionales, tanto nacionales como importadas	Elaboracion Propia. Venta y recarga de growler	Marca en expansion. Franquiciada. Elaboracion propia. Pub	Marca en expansion. Franquiciada.	Mantaje de la comida con la cerveza que venden. Buena ambientacion. Show en vivo.	Buen servicio y gastronomia	Marca posicionada con trayectoria y pioneros en el negocio. Franquiciada. Elaboracion propia. Venta y recarga de Growler.	Ofrecen productos alemanes, se diferencian de las panaderias tradicionales	Panaderia tipica de barro, no ofrecen nada fuera de lo comun	Pasteleria clasica para llevar	Pasteleria clasica para llevar o conducir en el local. Cuenta con cafeteria.	Pasteleria clasica para llevar	
Debilidades	Espacio pequeno para ser un PUB. No tiene venta de Growler			Cervezas convencionales. Mucha critica en lo que es Atencion al cliente.	Pub convencional. No son fabricantes	Pub convencional. Cervezas tradicionales. No fabrican. No venden ni recargan growers							

#1 Anexo "Producto"

Precios

Growlers con la carga:

-1lt vidrio \$330

-2lt vidrio \$440

-1lt plástico \$150

-2lt plástico \$360

Barril para bares:

-Precio x litro (dependiendo del estilo) varía entre \$71 y \$85 el litro.

Alquiler de choperas:

-20 litros: \$2900

-30 litros: \$4100

-50 litros: \$6500

-Pintas \$100

Precio productos de pastelería:

- Tiramisú cervecero.... \$302.5 la porción

- Macaron relleno de ganache birrera.... \$ 72.6 por unidad

- Cheesecake alemán..... \$363 la porción

- Brownie de la casa..... \$242 la porción

- Lemon Pie clásico..... \$181.5 la porción

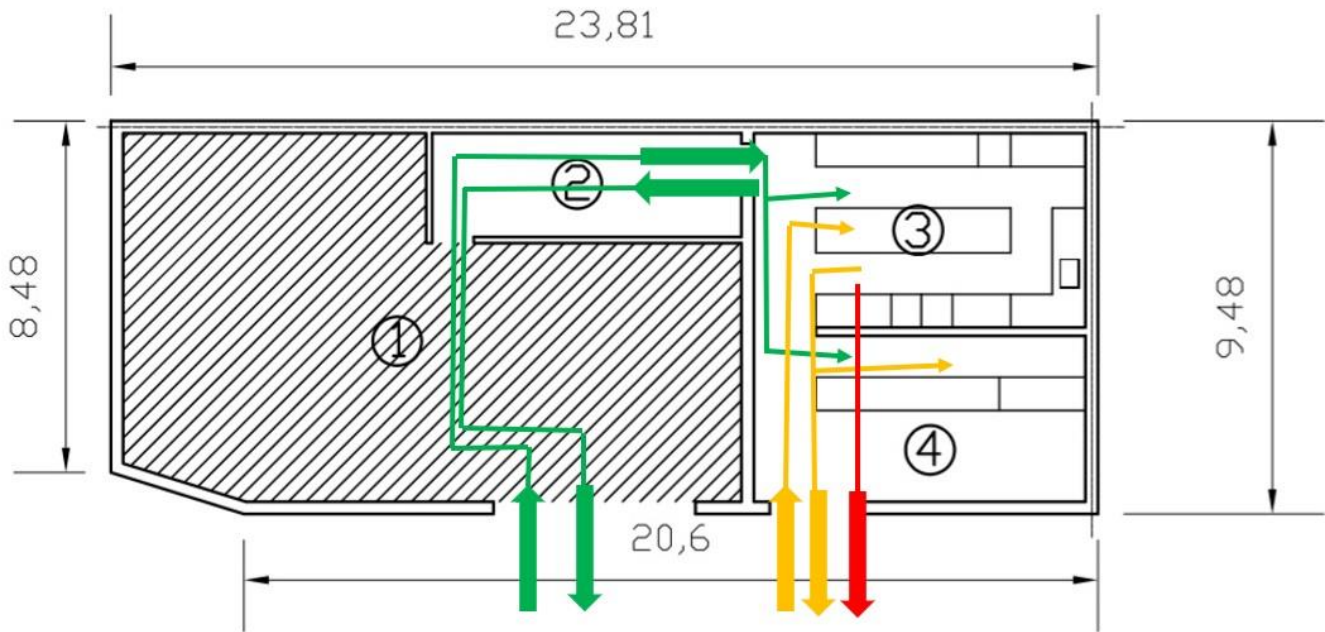
- Marquise de chocolate..... \$302.5 la porción

- Torta mouse de dulce de leche..... \$242 la porción

- Torta húmeda de chocolate con mouse de cerveza y crema chantilly.... \$363 la porción

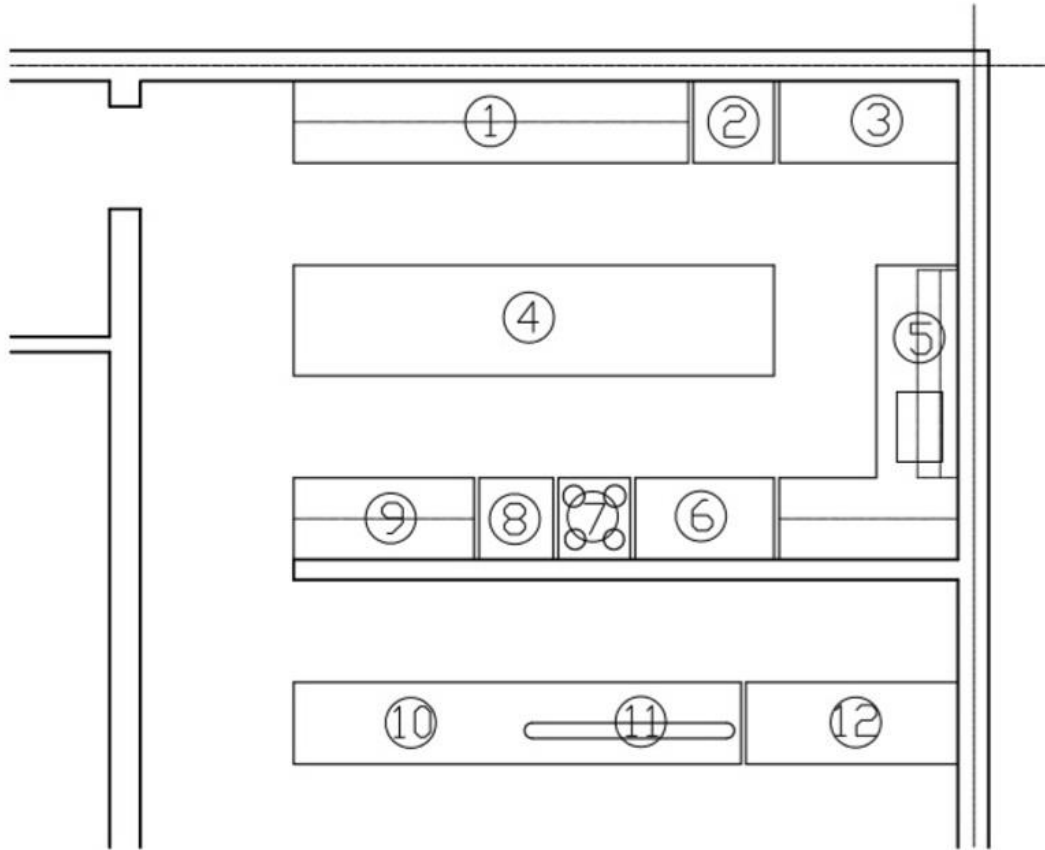
Los productos para ofrecer estarán a la venta en porciones individuales y en formato de torta. Se podrá degustar las preparaciones en la barra del local o, simplemente, llevarlas para el hogar. Algunas de las variedades que estarán a la venta serán brownies, tiramisú, macaron, cupcakes, choco oreo, entre otros.

#3 Anexo "Layout y Flujos"



REFERENCIAS





REFERENCIAS

- | | | | |
|---|---|---|---|
| ① | HELADERAS BAJO MESADA CON ALACENA | ⑦ | ANAFE DE 4 HORNALLAS |
| ② | ABATIDOR | ⑧ | ZORRA PORTA BANDEJAS |
| ③ | HELADERA CAMARA | ⑨ | HELADERA BAJO MESADA CON ALACENA |
| ④ | ISLA MESADA CON ESTANTES POR DEBAJO | ⑩ | BARRA DE DESPACHO Y ATENCION AL CLIENTE |
| ⑤ | BACHA CON ESTANTERIAS POR DEBAJO Y ENCIMA DE LA MISMA | ⑪ | CANILLAS DISPENSER DE CERVEZA |
| ⑥ | HORNO PASTELERO | ⑫ | HELADERA EXHIBIDORA DE POSTRES |

#4 Anexo "Recetón"

[Receton 4x4 Terminado.xlsx](#)

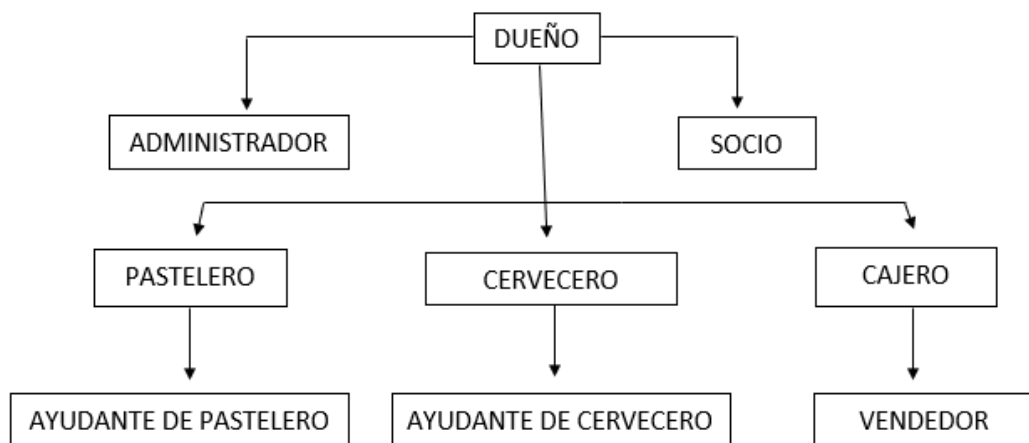
#5 Anexo "Horarios Personal"

[Grilla horaria.xlsx](#)

#6 Anexo "Equipamiento"

[resumen inversiones.xlsx](#)

#7 Anexo "Organigrama"



#8 Anexo "Manual de Puestos"



MANUAL DE DESCRIPCION DE PUESTOS

NOMBRE DE PUESTO: PASTELERO

SUPERVISADO POR: DUEÑO/SOCIO GERENTE

JEFE INMEDIATO: DUEÑO/SOCIO GERENTE

PERSONAS A CARGO: 1 (UNO)

EDAD: 24 a 30 Años

ESTUDIOS: Maestro pastelero o carreras afines al puesto

EXPERIENCIA LABORAL: 4 años.

OBJETIVOS DEL PUESTO

Sera el encargado de la cocina, realizará el desarrollo, la elaboración e innovación de los productos de pastelería que ofreceremos a nuestros clientes externos.

FUNCIONES GENERALES

- Elaboración de nuestros productos según recetas y manuales de procedimiento de elaboración.
- Control de stock de mercadería para la elaboración de nuestros productos según las planillas de control de stock
- Control de vencimiento de las materias primas existentes según planillas de control
- Recepción de los pedidos de materias primas según planillas de control y manuales de procedimientos.
- Orden e higiene del área de trabajo y depósito de materias primas según manuales de buenas prácticas y POES.

RELACION CON OTRAS AREAS

- Administración

El motivo de la comunicación será pasar los faltantes de mercaderías, productos de limpieza, necesidades de utensilios, etc.

- Venta

El motivo de la comunicación será sobre el estado de los productos terminados, stock y pedidos que le realicen



MANUAL DE DESCRIPCION DE PUESTOS

NOMBRE DE PUESTO: AYUDANTE DE PASTELERIA

SUPERVISADO POR: PASTELERO

JEFE INMEDIATO: PASTELERO

PERSONAS A CARGO: -

EDAD: 20 a 25 Años

ESTUDIOS: Maestro pastelero o carreras afines al puesto. (No excluyente)

EXPERIENCIA LABORAL: 3 años.

OBJETIVOS DEL PUESTO

Sera soporte del pastelero, colaborando en las tareas de producción, recepción de mercadería, control de stock, porcionamiento de las preparaciones, mise en place de las materias primas, limpieza y orden de la cocina y deposito.

FUNCIONES GENERALES

- ➔ Elaboración de nuestros productos según recetas y manuales de procedimiento de elaboración.
- ➔ Control de stock de mercadería para la elaboración de nuestros productos según las planillas de control de stock
- ➔ Control de vencimiento de las materias primas existentes según planillas de control
- ➔ Recepción de los pedidos de materias primas según planillas de control y manuales de procedimientos.
- ➔ Notificara al pastelero cualquier faltante o inconveniente que surja durante la jornada laboral.
- ➔ Orden e higiene del área de trabajo y depósito de materias primas según manuales de buenas prácticas y POES.

RELACION CON OTRAS AREAS

No posee.



MANUAL DE DESCRIPCION DE PUESTOS

NOMBRE DE PUESTO: VENDEDOR/CAJERO

SUPERVISADO POR: DUEÑO/SOCIO GERENTE

JEFE INMEDIATO: ADMINISTRATIVO

PERSONAS A CARGO: -

EDAD: 30 Años. Indistinto.

ESTUDIOS: Administración gastronómica o carreras afines.

EXPERIENCIA LABORAL: 3 años.

OBJETIVOS DEL PUESTO

Sera el encargado de la atención al cliente, cobro de las ventas, control de la caja, control de stock de productos de pastelería y cervezas. Deberán mantener la higiene y orden del salón de ventas.

FUNCIONES GENERALES

- ➔ Apertura y cierre de caja según libro contable
- ➔ Control de stock de mercadería disponible para la venta, según stock mínimo decretado
- ➔ Mantener el orden y la limpieza del local según POES
- ➔ Control de stock de descartables y growlers según stock mínimo decretado

RELACION CON OTRAS AREAS

- ➔ Administración

El motivo de la comunicación será pasar los faltantes de cervezas, productos de limpieza, descartables y growlers, entrega de recaudación y cierre de caja

- ➔ Pastelería

El motivo de la comunicación será sobre el estado de los productos terminados, stock y pedidos que le realicen



MANUAL DE DESCRIPCION DE PUESTOS

NOMBRE DE PUESTO: ADMINISTRATIVO

SUPERVISADO POR: DUEÑO/SOCIO GERENTE

JEFE INMEDIATO: DUEÑO/SOCIO GERENTE

PERSONAS A CARGO: 4 (CUATRO)

EDAD: 30 Años. Indistinto.

ESTUDIOS: Administración gastronómica o carreras afines.

EXPERIENCIA LABORAL: 3 años.

OBJETIVOS DEL PUESTO

Sera el encargado llevar las finanzas de la empresa en conjunto con el contador de la familia. Además, realizara los pedidos y pago a proveedores, liquidara y pagara los sueldos, facturación, archivo de información, pago de impuestos y bancos.

FUNCIONES GENERALES

- Realizar pedidos según especificaciones técnicas de las materias primas que utilizamos
- Realizar pagos a los proveedores
- Realizar búsqueda de nuevos proveedores
- Hacer trámites bancarios
- Pagar impuestos
- Liquidar y pagar los sueldos

RELACION CON OTRAS AREAS

- Pastelería

El motivo de la comunicación será pasar los faltantes de mercaderías, productos de limpieza, necesidades de utensilios, etc.

- Venta

El motivo de la comunicación será por faltantes de descartables, growlers, entrega de recaudación y cierres de caja.

- Fábrica de cerveza

Pasar los pedidos de faltante de cervezas en el salón de ventas.

#9 Anexo "Reclutamiento"

Imagen que se utilizara para subir a nuestras redes sociales, indicando link donde deben postularse:



El siguiente aviso será publicado en diferentes portales como son:

- Zonajobs.com
- Bumeran.com
- LinkedIn.com
- Computrabajo.com
- Bolsa de trabajo de UADE
- Bolsa de trabajo del IAG
- Redes sociales.

Una vez reclutados los postulantes, se llevará a cabo el proceso de inducción el cual lo realizará el departamento de administración. Este se encargará de solicitar los datos necesarios para iniciar los legajos con la información de cada uno. Se les explicará los días y horarios en los cuales se deberá presentar a trabajar y su sueldo neto. Deberá firmar un consentimiento en el cual se declara que está de acuerdo con los procesos y normas que se le explicaron anteriormente.

Luego comenzara el periodo de capacitación el cual constara de 3 semanas en las que se le explicaran las modalidades, formas y procesos con los cuales cuanta la empresa, para que se sienta cómodo y trabaje de forma óptima.

Aviso que se publicara en los medios mencionados anteriormente



4XCUATRO empresa cervecera en pleno desarrollo incorpora producto de pastelería a su cartera y necesita ampliar su staff.

La búsqueda está orientada a personas de ambos sexos, proactivos, de entre 24 a 40 años, buena presencia, capacidad para el trabajo en equipo, amabilidad, que sean residentes de Ituzaingó o alrededores y que tengan ganas de crecer junto a nosotros.

¿Qué necesitamos?

REF. PASTELERO: (1 vacante) Sera el encargado de dirigir, diseñar e innovar en nuestros productos. Son requisitos excluyentes para el puesto contar con formación académica en pastelería, tener cuatro (4) años de experiencia comprobable en puesto similar y tener libreta sanitaria vigente.

REF. AYUDANTE DE PASTELERO: (1 vacante) Sus funciones serán acompañar y apoyar al pastelero en el desarrollo y producción de nuestros productos. Deberá tener formación académica pastelera (no excluyente) o experiencia mínima comprobable de tres (3) años en puesto similar. Además, deberá contar con libreta sanitaria vigente.

REF. VENDEDORES/CAJEROS: (3 vacantes) Serán los encargados de vender las cervezas tiradas y los productos de pastelería porcionados que incorporaremos a nuestro negocio. Es excluyente cotar con estudio secundario completo, experiencia mínima de dos (2) años en atención al cliente, manejo de caja y medios de pagos. Además, deberá contar con libreta sanitaria vigente.

REF. ADMINISTRATIVO: (1 vacante) Sera el encargado de realizar la liquidación de sueldos, el manejo de proveedores, facturación, será el nexo con nuestro contador. Nos orientamos a un Licenciado en Gastronomía (excluyente) con experiencia mínima comprobable de dos (2) años en puesto similar, que posea conocimientos informáticos y bancarios.

Los beneficios para todas las vacantes implican excelentes posibilidades de contratación, horarios fijos y muy buen clima laboral.

Si querer formar parte de nuestra familia envíanos tú CV a 4xcuatro@gmail.com , sin omitir referencia de la posición a la que aspiran y remuneración pretendida.



#10 Anexo "Plan Financiero"

[FINANZAS versión 1812.xlsx](#)

