|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **PERFIL DEL EMISOR** | | |
| 1 | **Nombre de la empresa.** | Lecker Brot |
| 2 | **SECTOR – SUBSECTOR** Rubro de la empresa  Educación – Universidad, etc. | Pastelería y Panadería. |
| 3 | **FINALIDAD Y MISIÓN**.  Venta comercial – Desarrollo Social - Servicio, etc. | Venta por mayor y menor de productos alimenticios. |
| 4 | **ESCALA – TAMAÑO**  Micro – Pequeña – Mediana empresa, etc. | Mediana empresa |
| 5 | **ALCANCE GEOGRÁFICO**  El territorio que alcanza la finalidad de la empresa. | Ciudad de La Paz |
| 6 | **TRAYECTORIA**  \*Recorrido de la empresa (adjuntar breve historia) | “Lecker Brot” es una pastelería que ha estado en constante cambio desde su fundación hace 22 años por Jennie Lordemann Thompson. Conocida por su variedad de panes y dulces, la empresa ha evolucionado con el tiempo. Fue administrada por Daniela Banegas Lordemann, quien aportó su talento en la decoración de galletas. Tras un accidente, Daniela se encuentra en recuperación y la empresa está ahora bajo la dirección de Paola Banegas Lordemann, una gastrónoma especializada en pastelería y cocina vegana. |
| 7 | **CARÁCTER DE SU PROPIEDAD**  ¿Quiénes son los dueños? (privada, familiar o unipersonal) | Privada, familiar. |
| 8 | **ACTIVIDAD CONCRETA QUE REALIZA**  ¿A qué se dedica? ¿Ofrece variedad de productos o servicios? | Pastelería y Panadería con productos vegetarianos y veganos. |
| 9 | **VALORES DISTINTIVOS DE SU OFERTA O SERVICIO**  ¿Qué hace diferente en relación a sus competidores?  \* Se puede realizar una lista | - productos vegetarianos y veganos.  - Variedad de productos a la venta.  - Compromiso con la salud y la buena alimentación.  - adaptabilidad a los cambios, épocas y festividades. |
| 10 | **TIPO DE MERCADO Y AUDIENCIA AL QUE SE DIRIGE**  Nivel socio-económico del público objetivo. | La empresa va dirigida a un publico mas concentrado en su salud, defensores de los animales o consumidores de productos mas saludables, de una clase social media-alta debido a el precio medio de la comida vegana y vegetariana. |
| 11 | **SITUACIÓN COMPETITIVA**  En qué situación competitiva se encuentra actualmente | La empresa se encuentra en una posición competitiva favorable debido a su crecimiento, su adaptabilidad y sus precios y su enfoque en la salud y el bienestar destacándolo favorablemente entre los consumidores. |
| 12 | **TIPO DE DIRECCIÓN – CULTURA INTERNA – CULTURA ORGANIZACIONAL**  Accionistas – Directorio – Normas internas, etc. | Es una empresa privada y familiar con consideraciones de expandirse en un futuro. |
| 13 | **PERSPECTIVAS FUTURAS**  Visión de la empresa – se expandirá – ampliación de sus productos o servicios, etc. | Ampliación de productos, expansión de catalogo y de sucursales y adaptación a nuevas festividades para mantenerse renovado y constante. |
| 14 | Material gráfico con el que cuenta (slogan, marca, manual de identidad gráfica)  Imágenes del producto y ficha técnica o descriptiva por producto | No hay ninguna descripción de la foto disponible.Puede ser una imagen de corazón y texto que dice "Luker Lecker 86 SAN VALENTIN Eres el API de mi PASTEL 28bs. Reservas y pedidos al: 75886882"  Puede ser una imagen de ‎texto que dice "‎Luker SABORES Y PRECIOS DENTRO DE PROMO TAMANOS SABORES CLÁSICOS CHOCOLATE ﷺ CHOCOLATE ﷺ MOCA TRES LECHES CASSATA TAD VAINILLA PRECIO PERSONAS 12 PERSONAS 20PERSONAS 30 PERSONAS 108BS. 172BS. 26OBS. 325BS. SABORES PREMIUM REELT CHOCO MENTA(APTA VEGANA) TIRAMISÚ(TIPO TORTA) TORTA PIE PASIÓN PRECIO TAMAÑOS PERSONAS PERSONAS ·20 PERSONAS ·30 PERSONAS (apTa‎"‎Puede ser una imagen de texto que dice "Lecker MINI PANEETTONES Elaborado de forma artesanal, producto libre de conservantes. Tradicional: pasas almendras amzónicas, frutas abrillantadas y cherrys embebidos en ron. Bs. 10" |