

LA CUCHARA DULCE, S.L.



Leslie Carr, Directora General



Leslie Carr
Span for Professions: Business
Rocio Vallejo-Allegre
Spring 2019

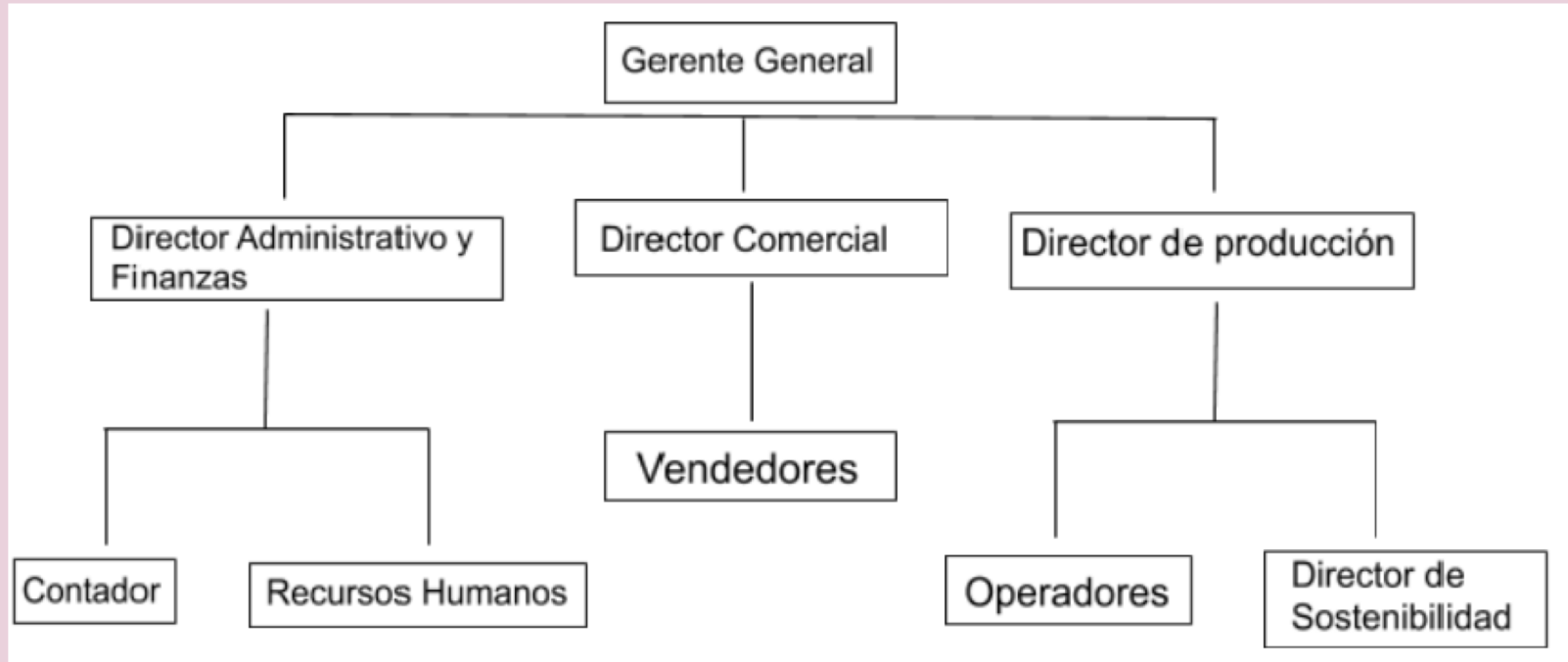
TIPO DE EMPRESA



- Finalidad lucrativa
- Actividad comercial
- Capital privado
- Pequeño tamaño
- Alcance nacional
- Sociedad de Responsabilidad Limitada (SL)
 - Persona física



ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL



MISIÓN, VISIÓN Y VALORES



Misión: Proporcionar productos de alta calidad y a precios razonables a todos los clientes. Nuestro objetivo es servir helado hecho con ingredientes orgánicos, naturales y locales y crear buenas relaciones con nuestros clientes

Visión: Ofrecer constantemente buen servicio a ambos los trabajadores y los clientes mientras actuando en una manera que reduce la huella de carbono



Valores: Calidad de servicio, honradez en producción, innovación de tecnología, conciencia de precios, desarrollo sostenible y deseo de crecer

PERFIL DEL CLIENTE



- Generalmente ricos y de clase media
 - 63% en la fuerza laboral civil
 - 19.6% en pobreza
 - 81% tienen una educación secundaria
- Su estilo de vida es muy rápida y enfocada en la innovación y cosas de moda
- Dos tipos de personas: los que comen comidas saludables y los que priorizan comida rápida
- Es típico comer bocadillos entre las comidas, pues es una opción asequible para ambos los trabajadores y los turistas

SITUACIÓN ACTUAL



Sociedad

- 43% de la población de Nueva York vive en la Ciudad
- *Amenaza:* Una clientela turística constantemente cambiando con necesidades variables.
- *Meta:* Tener amplia variedad de productos para todos. Trabajadores locales

Medio Ambiente



- La usa de digestión anaeróbica
- *Oportunidad:* Puede reducir las emisiones de gases por un 74% y reduce la contaminación al ambiente
- *Meta:* Utiliza proveedores que practica la digestión anaeróbica cuando obtiene los lácteos

SITUACIÓN ACTUAL



Competencia

- Otras heladerías que sirven productos veganos, orgánicos y vegetarianos
- *Debilidad:* Sirven a personas con restricciones dietarias. Causa menos emisiones y hay más energía para consumir
- *Meta:* Puedo evaluar las necesidades de los clientes y adaptar



Proveedores

- Mi proveedor principal es ubicado en Brooklyn Nueva York
- *Fortaleza:* Es a 20 minutos de mi empresa- reduce las emisiones por 11% de cada año y hay menos conservantes en los productos
- *Meta:* Utiliza este proveedor para la mayoría de mis recursos



LA ESTRATEGIA



- Diferenciación con bajo costos
 - El mercado específico de helados orgánicos
- Costos bajos, pero su producción lo diferencia
 - Granjas locales, poco transporte, claridad de ingredientes
- Más sano que las heladerías cadenas
- Actividades sostenibles que directamente afectan los consumidores