**LIENZO CANVAS**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Aliados Clave**   * Mano de obra especializada * Inversores * Proveedores * Colaboradores | **Actividades Clave**   * Ventas a través de las redes sociales. * Producción y ventas * Visitas a la empresa | **Propuesta de Valor**  **Marca de cerveza:** Proactive Beer   * Más Refrescante * Cultura Cervecera | | **Relación con Clientes**   * Visitas en la empresa para demostraciones como se elabora la cerveza   -Bares, restaurantes, Pizzerías  - Ferias | **Segmento de Clientes**  Población urbana que consumen cerveza artesanal comprendida entre las edades de 18 a 65 años del cantón Riobamba |
| **Recursos Clave**  **Recursos Humanos:**   * Mano de obra directa e indirecta.   **Recursos Físicos:**   * Instalaciones * Maquinaria y equipo * Materias Primas * Insumos**.**   **Recursos Tecnológicos:**   * Páginas webs * Redes Sociales * Plataformas virtuales**.** | **Canales**  Empresa-Consumidor final  Empresa –Intermediarios (Licorerías, bares, restaurantes, pizzerías)- Consumidor final  Ventas en hosterías y ferias |
| **Estructura de Costos**   * Capital Neto de trabajo: * Materias Primas: $1.800,00 * Mano de Obra Directa e Indirecta: $2.000,00 * Publicidad: $600,00 * Servicios Básicos: $180,00   **Inversión: $9.500** | | | **Estructura de Ingresos**   * Venta de varios estilos de cerveza * Financiamiento (40% de la Inversión) * Pagos de contado * Transferencias Bancarias | | | |

Elaborado por: Carlos Izurieta R.

Docente de Ingeniería