**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 finalEmpresa –Intermediarios (Licorerías, bares, restaurantes, pizzerías)- Consumidor finalVentas 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