

Apéndice J. CANVAS Plan de negocio para la creación de una empresa productora y comercializadora de cerveza artesanal en el municipio del Socorro, Santander que destaque a las mujeres destacadas de la historia de Colombia a través de estrategias Fem-Vertising.

SOCIOS CLAVES	ACTIVIDADES CLAVES	PROPUESTA DE VALOR	RELACIÓN CON EL CLIENTE	SEGMENTO DE CLIENTES
<p>Alianzas estratégicas con proveedores de MP: Proveedor de agua con certificación ICONTEC</p> <p>Proveedores nacionales e importadores especializados Alianza con proveedor de embalaje y etiquetado.</p> <p>Gestión del E-commerce.</p> <p>Gastrobares, Restaurantes, Eventos (Sociales-Empresariales (Ferias) -Ocio Entidades bancarias para financiamiento de activos y capital de trabajo.</p> <p>Entidades y empresas responsables socialmente promotoras del turismo y la gastronomía locales.</p>	<p>Desarrollo del portafolio de servicios, de la empresa.</p> <p>Contratación y capacitación de personal operativo, administrativo y de ventas.</p> <p>Elaboración del Organigrama de funciones.</p> <p>Definición del marco legal y permisos sanitarios</p> <p>Compra, selección de materia prima fresca y de alta calidad.</p> <p>Participación en ferias gastronómicas y toures de profesionales de la cerveza.</p> <p>Atención oportuna de pedidos y acompañamiento detallado a los clientes</p>	<p>Cerveza de tipo artesanal con 7 variedades diferentes.</p> <p>Marca corporativa que resalta las mujeres históricas del país y su trayectoria como vehículo para promover valores de inclusión y empoderamiento femenino.</p> <p>Producción regional materias primas naturales y nacionales.</p> <p>Pasión, Independencia, libertad, amor se combinan en una propuesta de sabores que resalta los atributos de una cerveza artesanal exquisita.</p> <p>Producto con calidad de exportación Tienda-restaurante físico exclusivo (Tierra socorrana).</p>	<p>Contacto directo y personalizado a través de representantes de venta.</p> <p>Venta directa mediante representantes de venta, venta un puntos estratégicos, redes sociales y página web.</p> <p>Experiencia diferenciada a partir de marketing experiencial y marcada identidad de marca.</p>	<p>Zona Geográfica: Provincia Comunera y de Guanentá del departamento de Santander .</p> <p>Modelo de Negocio: B2B y B2C</p> <p>Personas locales y turistas que visiten la zona geográfica marcada, de más de 18 años de edad y de estratos socioeconómicos medios y altos</p> <p>Segmento: Consumidores y aficionados de la cerveza artesanal, Bebedores ocasionales/ habituales/ nuevos , Compradores potenciales con propuesta de negocio</p>
	RECURSOS CLAVES		CANALES	
<p>ESTRUCTURA DE COSTOS</p> <p>Costos variables: Salario de los guías extras, costos de políticas de comisiones por ventas y descuentos, mano de obra directa, imprevistos y los costos de cada uno de los factores que componen la experiencia tales como impuestos, alimentación, hospedajes y seguros.</p> <p>Costos Fijos: Arriendo y mantenimiento del local, servicios públicos, presupuesto de mercadeo, costo de nómina del personal de planta, costo de ventas, dotación y depreciaciones.</p> <p>Inversión en activos: Maquinaria y equipos, mobiliario, herramientas, entre otros.</p> <p>Impuestos: Impuesto de renta.</p>	<p>Físicos: Local para la adecuación de la planta de producción</p> <p>Económico- Financieros: Capital de los socios para invertir.</p> <p>Humanos: Mano de obra del personal operativo, administrativo y de ventas.</p> <p>Intelectuales: Adecuación de infraestructura física, gestión y desarrollo de los procesos y desarrollo del plan de mercadeo.</p>		<p>Comunicación: Directa a través de página web de la empresa, publicidad en redes sociales, participación de eventos, BTL en puntos físicos de venta.</p> <p>Distribución: Restaurante “Tierra socorrana” Medios digitales: facebook, instagram y página web Ferias y exposiciones para micro cerveceros Bares y discotecas Establecimientos de comidas rápidas, entre otros.</p>	<p>FUENTES DE INGRESO</p> <p>Cerveza artesanal botella 330ml Ventas físicas de los productos. Ventas online.</p>