

<b>Dos Amigos Homebrewing Co.</b>	<b>Visión:</b> ser el punto de reunión social de preferencia al innovar mediante la creación de cervezas artesanales que incorporen sabores autóctonos y brindar conocimiento cervecero a sus clientes a través de experiencias gastronómicas.		<b>Autora:</b> Meizel Leiva	<b>Versión:</b> 0.0
Asociados Clave	Actividades Clave	Propuestas de Valor	Relación con la clientela	Segmento de Mercado
<p><b>Socios clave:</b></p> <p>Grupos Cerveceros: el mercadeo es importante para el posicionamiento de la marca, mediante la participación en eventos y reuniones de estos grupos.</p> <p><i>La bodega de Chema</i>: en su negocio el dueño publicita sus cervezas artesanales, las distribuye y educa al publico en su consumo. Además, provee la materia prima. Por ende, en una "emergencia" es vital tenerlo como aliado.</p> <p><i>Tico Birra</i>: proveedores locales de materia prima y equipo.</p> <p><b>Suplidores clave:</b></p> <p><i>RiteBrew</i>: materia prima para cerveza. Productores locales: material autóctono. <i>Los Patitos</i>: especias. ESPH: electricidad y agua. <i>Gonindsa</i>: importadores de material prima.</p> <p><b>¿Qué se busca de los socios clave?</b></p> <p>De los grupos cerveceros se busca recomendar el producto y lugar, con el fin de establecer una clientela creciente.</p> <p>Retroalimentación para los diferentes ciclos de <i>Lean Start Up</i>.</p> <p><b>¿Qué se busca de los suplidores clave?</b></p> <p>Precios bajos que hagan el producto rentable. Tiempos de entrega cortos. Disponibilidad inmediata de productos. Confiabilidad en la entrega del servicio.</p>	<p>Creación de nuevos sabores de cerveza en periodos cortos de tiempo.</p> <p>Búsqueda de sabores característicos de cada temporada para incluir en el menú de cerveza.</p> <p>Local abierto y que se preste a visitas guiadas en el área de producción.</p> <p>Búsqueda de nombres y logos que representen el producto y el carácter de la cervecería.</p> <p>Búsqueda de materia prima que minimice costos. Entrenamiento de personal para ofrecer las visitas</p> <p>Entrenamiento de personal para crear las cervezas Entrenamiento de personal en en el tema de maridaje. Participación en eventos cerveceros para publicitar la Participación en grupos en redes sociales para</p>	<p>Es cotidiano para el costarricense consumir cerveza en reuniones sociales. Una particularidad notable es que si bien es cierto se consume en volumen, la variedad que se ofrece comercialmente es muy limitada.</p> <p><i>Dos Amigos Homebrewing Co</i>, ofrece una gama más extensa de tipos de cerveza, al convidar una paleta de sabores distintos a lo que se encuentran en el mercado.</p> <p>La incorporación de sabores autóctonos en la cerveza la adjudica como más "propia" del país y permite un portafolio innovador y adaptable a cada temporada. Las visitas guiadas dentro de la empresa brindan la oportunidad a la clientela de conocer el proceso y la calidad con la que se realiza el producto, así como adentrar en la historia de las cervezas, lo cual genera mayor respaldo de conocimiento al producto.</p> <p>El maridaje instruye al cliente a sacar el máximo provecho del perfil de la cerveza escogido y a realzar el sabor de la comida, lo que facilita el aumento por la preferencia del producto.</p>	<p>Redes sociales: publicación de novedades, ofertas, información útil.</p> <p>Encuentros Cerveceros: relación directa al proveer el producto.</p> <p>Presencia en restaurantes: venta del producto mediante terceros.</p> <p>Directa en la cervecería mediante visitas guiadas y eventos de maridaje.</p>	<p><b>¿Para quiénes estamos creado valor?</b></p> <p>Para aquellas personas que disfrutan probar diferentes perfiles de cerveza.</p> <p>Para quienes gustan socializar con conocidos y disfrutan de la cerveza.</p> <p>Conocedores de cerveza que se complacen por degustar la cerveza y brindar retroalimentación.</p> <p>Aquellos que estén dispuestos a visitar la cervecería en el Valle Central.</p> <p>Restaurantes que ofrecen cerveza artesanal para diferenciarse de los que no lo hacen.</p>
	Recursos Clave	Canales	Estructura de costos	<i>Revenue Stream</i>
	<p>Equipo de cervecería adecuado para la producción inicial y de la rampa, posteriormente.</p> <p>Lugar accesible y cercano al cliente meta.</p> <p>Obtención de materia prima en un tiempo controlable.</p> <p>Productos autóctonos para fusionar con las cervezas.</p>	<p>Las redes sociales juegan un factor importante en este rubro también. Facilitan información de la presencia del producto en lugares de fácil acceso y que sean del gusto del cliente. También, proveen retroalimentación directa mediante comentarios en los perfiles y se da a conocer la opinión de otros consumidores.</p>	<p>Mayores costos: materia prima importada.</p> <p>Costos de arranque ~\$55000 galón de cerveza en \$24 y se recomienda un máximo de \$27,5. (salarios, cargas sociales, pago de patentes, etc.) Esto se encuentra en el análisis financiero.</p>	<p>El cliente especializado esta dispuesto a pagar un valor <i>Premium</i> por un producto de buena calidad y sabor. Se han registrado costos de hasta 3 000 colones por botella.</p> <p>El cliente no especializado está dispuesto a costear la misma cantidad que paga por la cerveza no artesanal o incluso, un poco más, sin rebasar los 2000 colones. No obstante, espera un sabor parecido al que consume normalmente.</p> <p>producto y, de este modo, ayudar a dulpicar la clientela.</p>