



Material de formación E2: Ejemplos Modelo Canvas

Modelo Canvas de McDonald's

1. **Segmentos de clientes.** Familias, jóvenes, personas mayores y gente de negocios.
2. **Propuesta de valor.** Comida de calidad servida de forma rápida y estandarizada en todo el mundo.(Aunque lo de calidad es discutible, claro...).
3. **Canales de distribución.** McDonald's distribuye sus productos a través de sus 37.855 restaurantes diseminados en 120 países del mundo.
4. **Relación con el cliente.** La relación con el cliente tiene lugar en el restaurante y en línea, en el dispositivo y plataformas preferidos por el cliente.
5. **Fuentes de ingresos.** Los ingresos de McDonald's se generan en los restaurantes de propiedad de la empresa y en los que son propiedad de sus franquiciados, que actualmente, son el 95% del total de sus restaurantes.
6. **Recursos clave.** Los empleados de la empresa y sus restaurantes.
7. **Actividades clave.** Comercialización y venta de alimentos y bebidas.
8. **Socios clave.** Los principales socios estratégicos de McDonald's son sus franquicias. A fines del año 2016, más del 95% de los restaurantes de McDonald's eran franquiciados. Junto con sus proveedores, el modelo de la empresa se basa en una triada que consiste en: proveedores, franquiciados y McDonald's. Cada uno de ellos debe prosperar para que el negocio global sea rentable.
9. **Estructura de costos.** Principalmente, salarios de los empleados, costos de construcción de instalaciones, adquisición de materias primas y costos de comercialización.



Modelo Canvas de Starbucks

El modelo Canvas de Starbucks, el gigante de lo que llamo el café inventivo, es de lo más claro y conciso.

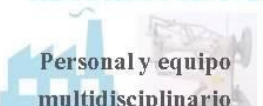
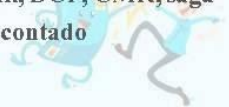
1. **Segmentos de clientes.** Estudiantes, freelancers y amantes del café.
2. **Propuesta de valor.** Un espacio donde los estudiantes pueden hacer sus tareas con wifi gratis y disfrutar con sus amigos. Un espacio donde los freelancers pueden trabajar con wifi gratis y buena música. Y un espacio donde los amantes del café pueden probar cafés diferentes y donde sus gustos personales son siempre respetados.
3. **Canales de distribución.** Starbucks distribuye sus productos a través de sus 29,324 restaurantes por todo el mundo, supermercados y máquinas expendedoras.
4. **Relación con el cliente.** La relación con el cliente tiene lugar en el restaurante, en su aplicación móvil, y a través de programas de lealtad. ¡Y, sobre todo, poniendo el nombre (correcto, a ser posible J) del cliente en su taza de cartón.
5. **Fuentes de ingresos.** Los ingresos de Starbucks se generan vendiendo cafés, comida, café embotellado, termos y tazas en los restaurantes de propiedad de la empresa y en los que son propiedad de sus franquiciados. La empresa genera ingresos a través de su sistema de franquicias.
6. **Recursos clave.** Máquinas de café, la marca Starbucks, sus empleados y las empresas de empaquetamiento y embotellado con las que trabajan.
7. **Actividades clave.** Comercialización y venta de alimentos y bebidas y productos de temporada, y gestión de su cadena de suministros.
8. **Socios clave.** Los principales socios estratégicos de Starbucks son los agricultores de café y los fabricantes de máquinas cafeteras.
9. **Estructura de costos.** Principalmente: los salarios de los empleados, café y leche, maquinaria, alquiler de sus locales, tazas de papel, muebles, transporte de suministros, y costos de comercialización.



Modelo Canvas de Bimbo

Socios Clave  <ul style="list-style-type: none"> Fuerte relación con proveedores de los ganchos, aceite de orégano y yacón. Buscar aprobación de la asociación de Nutricionistas del Perú. Certificación de producto 100 % natural de DIGESA. 	Actividades Clave  <ul style="list-style-type: none"> Mejorar la experiencia del usuario. Incrementar la practicidad del producto. Conseguir proveedor de ganchos, aceite de yacón. Recursos  <ul style="list-style-type: none"> Ganchos Aceite de orégano Suero de leche Jugo de Yacón 	Propuesta de Valor  <ul style="list-style-type: none"> Producto más práctico. Mejor conservación del pan. 100% Natural Sin aditivos artificiales Mayor nutrición para el consumidor. 	Relación con el Cliente  <ul style="list-style-type: none"> Asistencia directa a través de los canales de comunicación (teléfono, correo, redes sociales) Canales de Distribución  <ul style="list-style-type: none"> Canal tradicional Canal Moderno Canal Alternativo 	Segmentación de Clientes  <ul style="list-style-type: none"> Amas de casa del NSE A y B (hombres y mujeres) que trabajan o tienen un estilo de vida muy agitado. Personas que buscan un alimento práctico y saludable que complemente su estilo de vida.
Costos  <ul style="list-style-type: none"> Gancho (1 centavo aprox.) Aceite de orégano (150 Dólares / Litro) Jugo de yacón (20 soles/Litro) Suero de Leche (5 soles/Litro) 		Ingresos  <ul style="list-style-type: none"> Ventas por la nueva presentación de pan de molde. Los clientes están dispuestos a pagar hasta S/. 1 más No afecta los márgenes y mejora el valor de marca percibido 		

Modelo Canvas de Empresa de Calzado

COLABORADORES  <p>Proveedores</p> <p>Distribuidores de materia prima, Visa, MasterCard.</p> <p>Miss Teen, Revista Cásate Conmigo</p> 	ACTIVIDADES CLAVE <p>Reducción de precio, Capacitaciones, Producción del calzado, Realizar eventos para publicitar la marca</p> RECURSOS CLAVE  <p>Personal y equipo multidisciplinario</p> <p>Maquinaria para fabricar calzado, Local de Fabrica, Marca, Líneas de crédito</p>	2. PROPUESTA DE VALOR <p>Zapatos de novia (únicos en el centro comercial)</p>  <p>Garantía del calzado</p>  <p>Calzado de moda a bajo precio</p>	RELACION CON CLIENTES <p>Asistencia personal en tienda</p>  CANALES DE DISTRIBUCION <p>Facebook, televisión y Stand propio, Revista Cásate Conmigo</p> 	SEGMENTO DE CLIENTES  <p>Personas naturales (damas) y jurídicas (damas y caballeros) de La Libertad y otros departamentos.</p> <p>Nivel Socioeconómico Bajo y Medio.</p> 
COSTOS <p>Remuneraciones, Alquiler de Stand, Servicios básicos, Infraestructura, Materia prima</p>  <p>Luz Agua Potable Teléfono</p> 			INGRESOS <p>Ventas de Calzado de Dama, Pagos con: Visa, Mastercard, interbank, BCP, CMR, saga Falabella y al contado</p>  	

Modelo Canvas de Empresa de Bolsos

8. Socios clave

- Diseñadores
- Proveedores de materiales biodegradables
- Organizaciones de comercio justo
- Guías de moda

7. Actividades clave

- Fabricación
- Abastecimiento de materias primas

6. Recursos clave

- Maquinaria de fabricación
- Personal
- Conocimiento

1. Propuesta de valor

- Fabricación de bolsos de mujer
- De edición limitada
- Producto biodegradables
- Venta al por menor

4. Relación con los cliente

- Largo plazo
- Comunicación bidireccional
- Interactividad

3. Canales

- RR.SS. y Web
- Tienda física

2. Segmentos de cliente

- Mujeres
- 25-55 años
- Ingresos medios/altos
- Ciudad de Córdoba
- Preocupadas por el medio ambiente
- Partícipes del comercio justo

9. Estructura de costos

- Inversión inicial
- Umbral de rentabilidad
- Periodo medio de pago a proveedores

5. Fuentes de ingresos

- Inversión inicial
- Margen de productos
- Periodo medio de cobro a clientes