Material de formación E3: 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 freelances 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

- Fuerte relación con proveedores de los ganchos, aceite de orégano y yacón.
- Buscar aprobación de la asociación de Nutricio-nistas del Perú.
- Certificación de producto 100 % natural de DIGESA.

Actividades Clave

- Mejorar la experien-cia del usuario.
- Incrementar la practi-cidad del producto.
- Conseguir proveedor de ganchos, aceite de orégano y jugo de yacón.

Recursos

- Ganchos
- Aceite de orégano
- Suero de leche
- Jugo de Yacón

Propuesta de Valor

- Producto más prác-tico.
- Mejor conservación del pan.
- 100% Natural
- Sin aditivos artificiales
- Mayor nutrición para el consumidor.

Relación con el Cliente

- Asistencia directa a través de los canales de comunicación (teléfono, correo, redes sociales)

Canales de Distribución

- Canal tradicional
- Canal Moderno
- Canal Alternativo

Segmentación de Clientes

- 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 comple-menten su estilo de vida.

Costos

- Gancho (1 centavo aprox.)
- Aceite de orégano (150 Dólares / Litro)
- Jugo de yacón (20 soles/Litro)
- Suero de Leche (5 soles/Litro)

Ingresos

- Ventas por la nueva presentación de pan de mo[illegible]
- 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



Modelo Canvas de Empresa de Bolsos

8. Socios clave

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

7. Actividades clave

- Fabricación
- Abastecimiento de materias primas

6. Recursos clave

- Maquinaría 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 Córdodoba
- 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