



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.

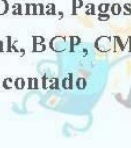
1. **Segmentos de clientes.** Estudiantes, freelancers y amantes del café.
2. **Propuesta de valor.** Un espacio donde los estudiantes pueden hacer sus tareas con wifi gratis y disfrutar con sus amigos. Un espacio donde los freelancers pueden trabajar con wifi gratis y buena música. Y un espacio donde 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. 	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) 	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 complementen 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 m... 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  PROVEEDORES Distribuidores de materia prima, Visa, MasterCard. Miss Teen, Revista Cásate Conmigo	ACTIVIDADES CLAVE Reducción de precio, Capacitaciones, Producción del calzado, Realizar eventos para publicitar la marca RECURSOS CLAVE Personal y equipo multidisciplinario Maquinaria para fabricar calzado, Local de Fabrica, Marca, Líneas de crédito	2. PROPUESTA DE VALOR Zapatos de novia (únicos en el centro comercial)  Garantía del calzado  Calzado de moda a bajo precio	RELACION CON CLIENTES Asistencia personal en tienda CANALES DE DISTRIBUCION Facebook, televisión y Stand propio, Revista Cásate Conmigo	SEGMENTO DE CLIENTES Personas naturales (damas) y jurídicas (damas y caballeros) de La Libertad y otros departamentos. Nivel Socioeconómico Bajo y Medio.
COSTOS Remuneraciones, Alquiler de Stand, Servicios básicos, Infraestructura, Materia prima    			INGRESOS Ventas de Calzado de Dama, Pagos con: Visa, Mastercard, interbank, BCP, CMR, saga Falabella y al contado  	

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