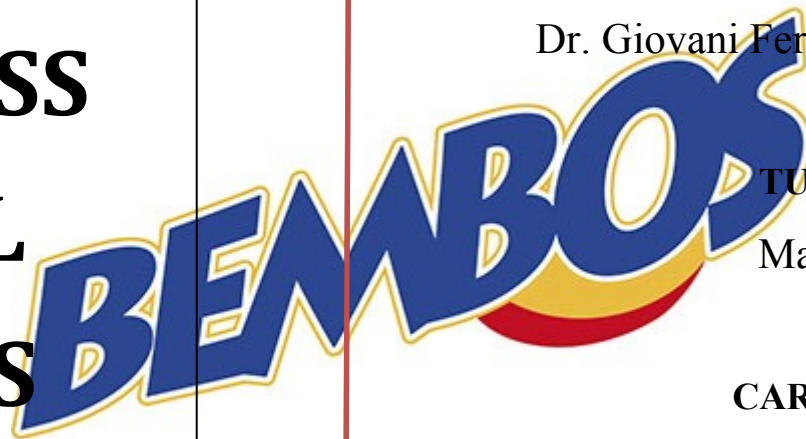




Calidad Académica con Compromiso Social

BUSINESS MODEL CANVAS



INTEGRANTES:

Kenneth Peralta Balvin

Viviana Quispe Yarma

PROFESOR:

Dr. Giovani Fernando Lazo Ccallo

TURNO:

Mañana.


CARRERA:

Administración de Negocios Internacionales.

CURSO: 4^{to} ciclo

2020

BUSINESS MODEL CANVAS:

| SOCIOS CLAVES | ACTIVIDADES CLAVES | PROPUESTA DE VALOR | RELACIÓN CON LOS CLIENTES | SEGMENTACIÓN DE CLIENTES |
|---|---|---|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> Instituciones financieras (visa MasterCard, American Express y safety). Proveedores de envases. Canales de ATC por call center. | <p>MISIÓN</p> <p>Ser líder de valor primero a nivel nacional, luego a nivel latinoamericano y después, a nivel mundial.</p> <p>RECURSOS CLAVES</p> <ul style="list-style-type: none"> Preparación e innovación del producto Actualización de sus plataformas digitales. Publicidad y promociones constantes. Distribución del producto. | <p>PROPUESTA DE VALOR</p> <ul style="list-style-type: none"> Ofrece un sabor único y diferentes combinaciones. Preparación de hamburguesas artesanales. Espíritu innovador y expresivo. | <p>RELACIÓN CON LOS CLIENTES</p> <p>VISION</p> <p>Brindar a nuestros clientes una experiencia gratificante e inigualable.</p> <p>CANALES</p> <ul style="list-style-type: none"> Auto-servicio. Asistencia personal o call center. Redes sociales. Servicio de calidad. Atención directa en sus locales al consumidor final. Delivery. | <p>SEGMENTACIÓN DE CLIENTES</p> <ul style="list-style-type: none"> Geográfica: Personas que habitan en el Perú. Demográfica: Productos para niños, jóvenes y adultos teniendo en cuenta los segmentos económicos A, B y C. Psicograficas: Amantes de las hamburguesas, personas que trabajan y que les gusta pasar tiempo con amigos o con sus familias a comer fuera de casa. Conductual: Frecuencia semanal. |
| <p>ESTRUCTURA DE COSTOS</p> <ul style="list-style-type: none"> Planilla del personal Compra de insumos Receta para la preparación | | <p>FLUJO DE INGRESOS</p> <p>VALORES</p> <ul style="list-style-type: none"> Venta de sus diferentes locales (Visa y al contado). Bebidas y porciones extras. Costos de platos. | | |
|  | | <ul style="list-style-type: none"> Personas satisfechas generan clientes satisfechos. Orientación hacia nuestros consumidores. Innovación. Responsabilidad Social. Servimos a la sociedad, respetando y cuidando de nuestro entorno ecológico. | | |