

Exercici: BMC llampec — dissecciona el model de negoci d'una marca que coneixes

Exercici individual o en parelles que aplica els nou blocs del Business Model Canvas a una empresa real i coneguda (Mercadona, Spotify, Wallapop, una cafeteria del barri) per a entrenar la ferramenta abans d'usar-la en el projecte propi, descobrint com guanya diners de veritat.

DURADA

50 min · 1 sessió

AGRUPAMENT

individual o parelles

UNITAT 12

El projecte emprenedor: model de negoci, prototip, finançament i pitch

MATERIALS

- Plantilla del Business Model Canvas en A3 o A4 (els nou blocs)
- Llista d'empreses per a sortejar (mescla de gegants i negocis locals)
- Mòbil o portàtil per a consultar com funciona l'empresa triada
- Pissarra per a la comparació final

ENCAIX CURRICULAR · Sabers Design Thinking y modelo de negocio (Business Model Canvas), Prototipado, producto mínimo viable y validación con personas reales, Presupuesto, precio, punto muerto y tamaño de mercado del proyecto, Fuentes de financiación de un proyecto, Marketing básico, elevator pitch, pitch deck y demo day · **Comp. específiques** CE6 · **Comp. clau** CE, CD, CPSAA

Plantejament

El Business Model Canvas és la ferramenta estrella del disseny de projectes, però la primera vegada que un equip l'aplica a la seua pròpia idea sol emplenar-lo malament: confon clients amb usuaris, no sap què posar en «recursos clau» i deixa en blanc «fonts d'ingressos». La causa és simple: estan aprenent la ferramenta i la idea alhora, i és massa.

Este exercici separa les dos coses. Abans d'aplicar el BMC al vostre projecte, l'aplicareu a una empresa que **ja coneixeu i que ja funciona**: Mercadona, Spotify, Wallapop o la cafeteria de la cantonada. Com que el model ja existix, només heu de descobrir-lo, no inventar-lo. És la millor manera d'entendre cada bloc i de descobrir com guanya diners de veritat una empresa, que moltes vegades no és per on pareix.

Objectius didàctics

- Dominar els nou blocs del Business Model Canvas aplicant-los a un model ja existent.
- Distingir client d'usuari, proposta de valor de producte, i ingressos d'activitat.
- Descobrir la font d'ingressos real d'empreses el model de les quals no és evident (les gratuïtes, les de plataforma).
- Preparar el terreny per a aplicar el BMC al projecte propi amb menys errors.

Passos

- 1. Sorteig d'empresa (5 min).** Cada estudiant o parella rep una empresa. La llista mescla gegants amb model clar (Mercadona) i models menys evidents (Spotify gratis, Wallapop, una xarxa social). Com menys obvi el model, més s'aprén.

2. **Investigació ràpida (10 min).** Busquen el just per a entendre com funciona: a qui servix, què oferix, com cobra. Pista per als models «gratis»: si no pagues amb diners, pregunta't amb què pagues (dades, anuncis, comissió).
3. **Emplenament del Canvas (25 min).** Completen els nou blocs: segments de clients, proposta de valor, canals, relació amb clients, fonts d'ingressos, recursos clau, activitats clau, socis clau i estructura de costos. Cada bloc, una o dos frases concretes.
4. **El bloc clau: d'on ix el diner? (5 min)** Cadascú subratlla el seu bloc de «fonts d'ingressos» i comprova si coincideix amb el que pensava en començar. En Spotify gratis no són els usuaris gratuïts; en Wallapop no és la venda del producte.
5. **Comparació final (5 min).** Es comparen dos o tres Canvas en la pissarra. Es busca el patró: les empreses de plataforma viuen de la comissió o dels anuncis, no del producte en si. El professor tanca recordant que en el projecte propi el bloc d'ingressos és el que més costa i el més important.

Criteris d'avaluació

CRITERI	DESCRIPCIÓ	PES
Els nou blocs	Tots emplenats amb contingut concret i coherent	40 %
Client vs. usuari	Distingix qui paga de qui usa quan no coincideixen	20 %
Font d'ingressos real	Encerta d'on ix el diner de veritat	25 %
Coherència del model	Els blocs encaixen entre si (sense contradiccions)	15 %

Variants i extensions

- **Variant “models impossibles”:** assignar empreses amb models contraintuïtius (un periòdic gratuït, una app sense anuncis ni quota visible) per a forçar la pregunta dels ingressos.
- **Connexió directa amb el projecte d'esta unitat:** immediatament després, cada equip aplica el BMC a la seua pròpia idea, ja amb la ferramenta entrenada.
- **Extensió comparativa:** comparar el Canvas d'un gegant amb el d'un negoci local del mateix sector (Mercadona vs. botiga de barri) i discutir quins blocs canvien.