

Ejercicio: BMC relámpago — disecciona el modelo de negocio de una marca que conoces

Ejercicio individual o en parejas que aplica los nueve bloques del Business Model Canvas a una empresa real y conocida (Mercadona, Spotify, Wallapop, una cafetería del barrio) para entrenar la herramienta antes de usarla en el proyecto propio, descubriendo cómo gana dinero de verdad.

DURACIÓN

50 min · 1 sesión

AGRUPACIÓN

individual o parejas

UNIDAD 12

El proyecto emprendedor: modelo de negocio, prototipo, financiación y pitch

MATERIALES

- Plantilla del Business Model Canvas en A3 o A4 (los nueve bloques)
- Lista de empresas para sortear (mezcla de gigantes y negocios locales)
- Móvil o portátil para consultar cómo funciona la empresa elegida
- Pizarra para la comparación final

ENCAJE CURRICULAR · **Saberes** 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. específicas** CE6 · **Comp. clave** CE, CD, CPSAA

Planteamiento

El Business Model Canvas es la herramienta estrella del diseño de proyectos, pero la primera vez que un equipo lo aplica a su propia idea suele rellenarlo mal: confunde clientes con usuarios, no sabe qué pone en «recursos clave» y deja en blanco «fuentes de ingresos». La causa es simple: están aprendiendo la herramienta y la idea a la vez, y es demasiado.

Este ejercicio separa las dos cosas. Antes de aplicar el BMC a vuestro proyecto, lo vais a aplicar a una empresa que **ya conocéis y que ya funciona**: Mercadona, Spotify, Wallapop o la cafetería de la esquina. Como el modelo ya existe, solo tenéis que descubrirlo, no inventarlo. Es la mejor forma de entender cada bloque y de descubrir cómo gana dinero de verdad una empresa, que muchas veces no es por donde parece.

Objetivos didácticos

- Dominar los nueve bloques del Business Model Canvas aplicándolos a un modelo ya existente.
- Distinguir cliente de usuario, propuesta de valor de producto, e ingresos de actividad.
- Descubrir la fuente de ingresos real de empresas cuyo modelo no es evidente (las gratuitas, las de plataforma).
- Preparar el terreno para aplicar el BMC al proyecto propio con menos errores.

Pasos

- 1. Sorteo de empresa (5 min).** Cada estudiante o pareja recibe una empresa. La lista mezcla gigantes con modelo claro (Mercadona) y modelos menos evidentes (Spotify gratis, Wallapop, una red social).

Cuanto menos obvio el modelo, más se aprende.

2. **Investigación rápida (10 min).** Buscan lo justo para entender cómo funciona: a quién sirve, qué ofrece, cómo cobra. Pista para los modelos «gratis»: si no pagas con dinero, pregúntate con qué pagas (datos, anuncios, comisión).
3. **Relleno del Canvas (25 min).** Completan los nueve bloques: segmentos de clientes, propuesta de valor, canales, relación con clientes, fuentes de ingresos, recursos clave, actividades clave, socios clave y estructura de costes. Cada bloque, una o dos frases concretas.
4. **El bloque clave: ¿de dónde sale el dinero? (5 min)** Cada uno subraya su bloque de «fuentes de ingresos» y comprueba si coincide con lo que pensaba al empezar. En Spotify gratis no son los usuarios gratuitos; en Wallapop no es la venta del producto.
5. **Comparación final (5 min).** Se comparan dos o tres Canvas en la pizarra. Se busca el patrón: las empresas de plataforma viven de la comisión o de los anuncios, no del producto en sí. El profesor cierra recordando que en el proyecto propio el bloque de ingresos es el que más cuesta y el más importante.

Criterios de evaluación

CRITERIO	DESCRIPCIÓN	PESO
Los nueve bloques	Todos rellenados con contenido concreto y coherente	40 %
Cliente vs. usuario	Distingue quién paga de quién usa cuando no coinciden	20 %
Fuente de ingresos real	Acierta de dónde sale el dinero de verdad	25 %
Coherencia del modelo	Los bloques encajan entre sí (sin contradicciones)	15 %

Variantes y extensiones

- **Variante “modelos imposibles”:** asignar empresas con modelos contraintuitivos (un periódico gratuito, una app sin anuncios ni cuota visible) para forzar la pregunta de los ingresos.
- **Conexión directa con el proyecto de esta unidad:** inmediatamente después, cada equipo aplica el BMC a su propia idea, ya con la herramienta entrenada.
- **Extensión comparativa:** comparar el Canvas de un gigante con el de un negocio local del mismo sector (Mercadona vs. tienda de barrio) y discutir qué bloques cambian.

Material abierto de profedeconomia.es · Licencia Creative Commons BY-NC-SA · Currículo LOMLOE