



G VICEPRESIDÈNCIA
O I CONSELLERIA
I INNOVACIÓ,
B RECERCA I TURISME
/ DIRECCIÓ GENERAL
INNOVACIÓ I RECERCA

una manera de fer
europa 

Fons Europeu de
Desenvolupament Regional



Unió Europea

FACTORIA D'INNOVACIÓ 2018 -2019

CENTRE D'ALT RENDIMENT EN CREATIVITAT I INNOVACIÓ

Anàlisi de Models de Negocis
Metodologia Business Model
Canvas

AGENDA DE LA JORNADA

	INNOVACIÓ EMPRESARIAL
	MODELS DE NEGOCI ACTUALS
	D' ON VENIM- Breu Història ACTUALITAT (PER QUÈ?)- Business Model Canvas
	FASES DEL MODEL:
	• Proposta de Valor
	• Segments de Clients
	• Canals
	• Relació amb el Clients
	• Font d' Ingressos
	• Recursos Claus
	• Activitats Claus
	• Socis Claus
	• Estructura de Costos
	MILLORA EL TEU MODEL
	REFERÈNCIES I RECURSOS

Introducció a la jornada

INNOVACIÓ EMPRESARIAL



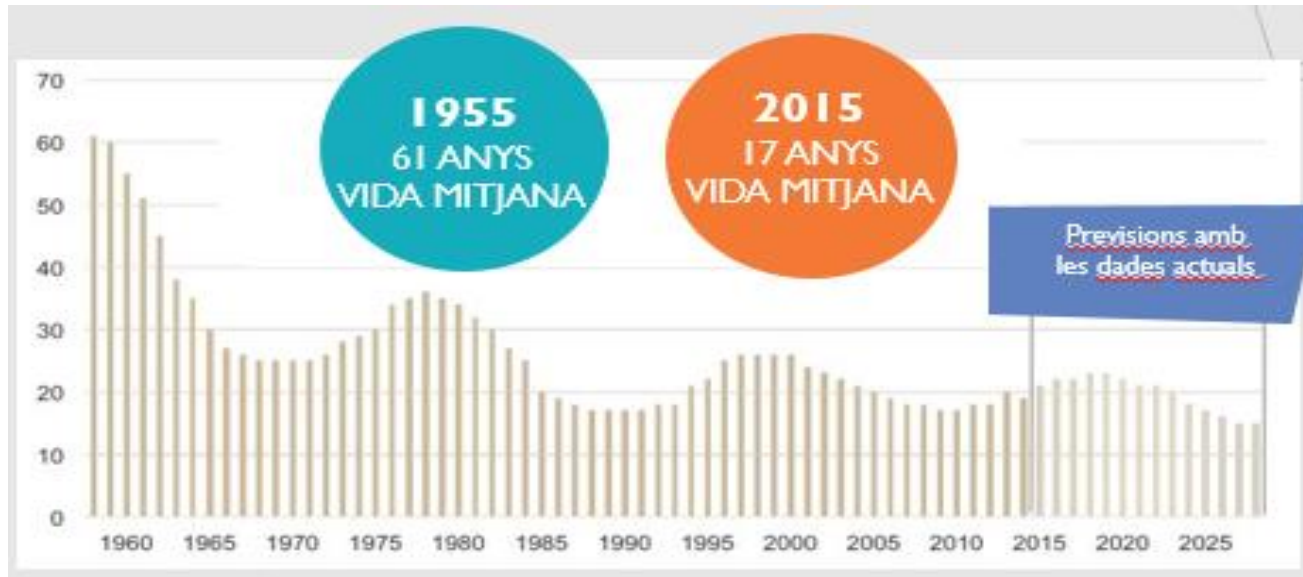
Preocupació n°1 dels CEOs de les grans empreses segons la revista Fortune:

INCERTESA

- ✓ Nous “players” al mercat que ens avancen per la dreta i per l'esquerra.
- ✓ Les avantatges competitives no són infinites en el temps.
- ✓ Cal pensar, què farà l'empresa en els propers 5 o 10 anys?



PER QUÈ INNOVAR? INNOVACIÓ EMPRESARIAL



La vida de les empreses s'escurça. En els propers 10 anys es veurà reduït encara més.
Motius:

1. Esgotament dels models tradicionals de negoci
2. Velocitat de canvi actual és més ràpida que mai
3. Hi ha una manca de capacitat de reacció àgil davant els canvis



QUÈ HAN DE FER LES EMPRESES? INNOVACIÓ EMPRESARIAL

INNOVAR (Manual Oslo): “Innovar és la introducció en el mercat d'un nou o substancialment millorat producte (bé o servei), d'un procés, d'un nou mètode de comercialització o d'un nou mètode organitzatiu, en les pràctiques internes de l'empresa, en l'organització del lloc de treball o en les relacions exteriors.”

INNOVACIÓ (COTEC):

“Innovació és tot canvi (no només tecnològic) basat en coneixement (no només científic) que genera valor (no només econòmic)”



¿QUÉ ACONSEGUIM?

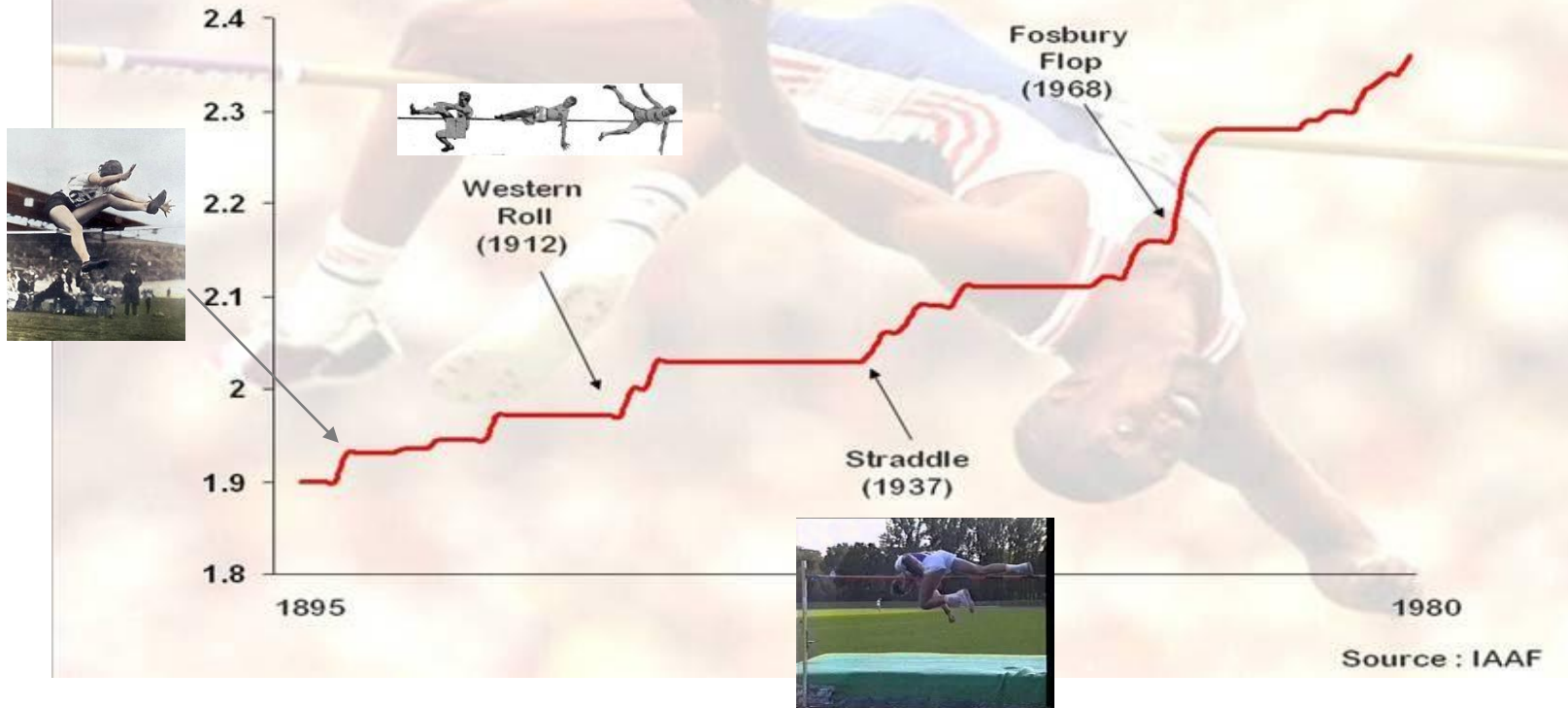
A través de nous productes, processos, serveis, models nous de negoci sobreviurem
A L'ENTORN VUCA * sent més competitius

* Acrònim (volatility, uncertainty, complexity and ambiguity.) utilitzat per descriure o reflectir la volatilitat, incertesa, complexitat i ambigüitat de condicions i situacions.

TIPUS INNOVACIÓ

INNOVACIÓ EMPRESARIAL

World High Jump records (men's) 1895 - 1980



TECNOLOGIA VS MERCAT INNOVACIÓ EMPRESARIAL



¿Quan es va produir el final del subministrament de cintes Betamax de Sony?

TECNOLOGIA VS MERCAT INNOVACIÓ EMPRESARIAL

Global Market Share of Beta vs VHS



Novembre 2015!!
(des de 1985)

TECNOLOGIA VS MERCAT INNOVACIÓ EMPRESARIAL

Está que arde: Una mirada al primer teléfono inteligente de amazon

Metro revisa las
características del
Amazon Fire, el teléfono
inteligente del que más
se ha hablado en el
mundo, que se lanzará
el 25 de julio.

VENTAJAS FOTOGRÁFICAS

- **Cámara trasera: 13MP** completo con OIS, un potente lente f/2.0 y estabilización óptica de imagen.
- **Almacenamiento de fotos:** ilimitado - a través del Amazon Cloud Drive
- **Cámara frontal: 2.1MP** y cuatro cámaras diminutas y especializadas con leds infrarrojos y una ingeniería gráfica diseñada para reproducir hasta 60 cuadros por segundo.

EFFECTOS 3D

- **Interface:** la perspectiva dinámica ajusta la imagen 3D en la pantalla con los movimientos de la cabeza del usuario. De esa manera, un edificio u otra construcción puede ser vista con profundidad y parece que saliera del teléfono, cambiando cada vez que tu mueves la cabeza o pones el teléfono en una posición diferente.

ACCESORIOS NECESARIOS

- **Batería: 2,400mAh** que permite 285 horas en modo reposo, más de 22 horas de tiempo hablando, más de 65 horas de reproducción de audio y más de 11 horas de reproducción de vídeo.
- **USB:** Conector que evita la escisión cuando se utiliza.
- **Altavoces:** Dos dual-stereo dispuestos en modo horizontal.



www.publimetro.cl

PROTECCIÓN EXTERIOR

- **Pantalla:** de 4.7 pulgadas
- **Resolución:** 1280 x 720 con 315ppi.
- **Cubierta:** Vidrio Gorilla 3 en el frente y también por detrás. También tiene un agarre de caucho y poliuretano.
- **Estilo Chic:** Botones en aluminio, detalles en acero inoxidable y opciones de colores.

PODER INTERNO

- **Hardware:** procesador Quad-core Qualcomm Snapdragon de 2.2GHz 800 y 2GB de RAM y gráficos Adreno 330.
- **OS:** Fire OS 3.5.
- **NanoSIM:** Da espacio para una microUSB 2.0 y puerto para audífonos de 3.5 mm.

PRECIOS COMPETITIVOS

- **Versión de 32 GB:** US\$ 649, versión de 64 GB: US\$ 749 (ambos con el distintivo de Amazon Prime por un año). Si el cliente lo compra con AT&T en un contrato a dos años los precios bajan a US\$ 399 y US\$ 299.

EL INCREÍBLE FIREFLY

- **Apunta la cámara hacia algo, click, compra en línea.** Firefly reconocerá los bienes materiales en el mundo real y lo encuentra para comprarlo en el mundo virtual.
- **Fácil de encontrar en tiendas virtuales** (Amazon or compañeros).
- 35 millones de canciones, 245.00 películas y episodios de televisión, 150 canales en vivo de televisión y también libros, juegos, revistas y en total más de 100 millones de items. Los usuarios pueden agregar los productos a su Lista de Deseo.

FUENTES: AMAZON MEDIA ROOM, TECHRADAR.

GRÁFICO: NANCY MACEDO / TEXTO: WANISE DIONÍSIO / NWN

Quan es va produir la fi de les vendes del FirePhone d'Amazon?

TECNOLOGIA VS MERCAT INNOVACIÓ EMPRESARIAL



Novembre 2015!!
(des de juny 2014)

TECNOLOGIA VS MERCAT INNOVACIÓ EMPRESARIAL

Inteligència Artificial (IA)

Tecnologies computacionals basades en algoritmes que són capaces, en major o menor mesura, de: aprendre per si mateixes (processant dades en una estructura neuronal), de prendre decisions o de entendre les interaccions humanes. Entre les actuals aplicacions de la IA destaquen el aprendizaje automático (machine learning), el aprendizaje profundo (*deep learning*), la visió artificial (*machine vision*), la biometria, la generació i el processament de llenguatge natural, el reconeixement del discurs o el anàlisi de text.

Robòtica

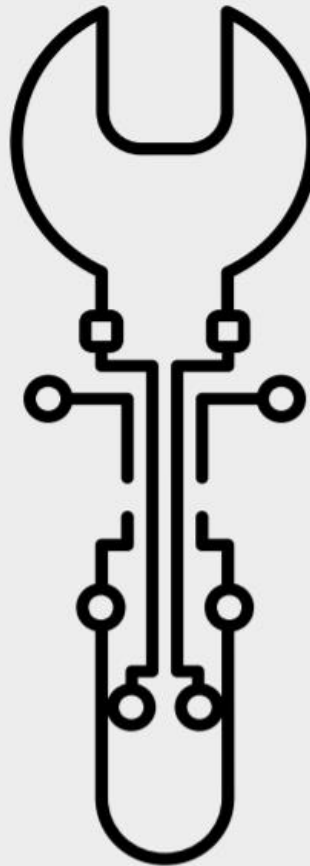
El desenvolupament de robots que fabriquen, serveixen, atenen, i un llarg etcètera de usos, ja sigui en interacció o no amb éssers humans, prolifera i es perfecciona. La seva combinació amb altres tecnologies -com la intel·ligència artificial o el *Internet de las Cosas*- potencia l'automatització, optimitza processos i redueix costos, alhora que reemplaça tasques humanes i impacta en la destrucció d'empleo.

Internet de las Cosas (IoT)

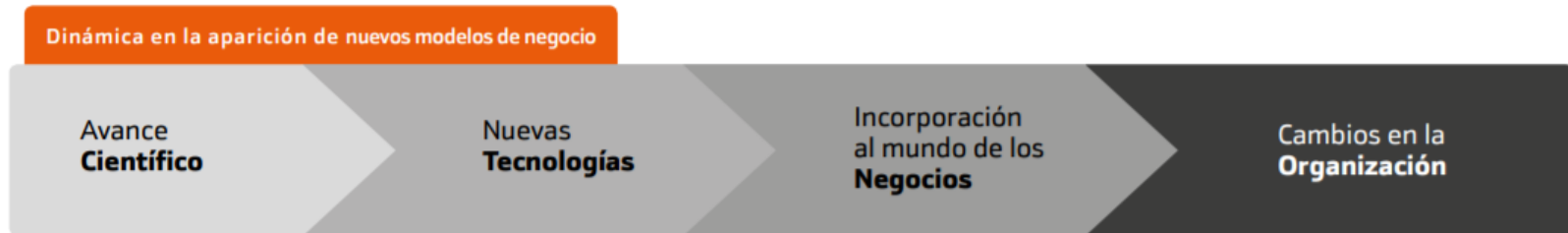
Entenem IoT com la connexió de qualsevol objecte a internet per fer-lo interactiu, connectant-lo amb altres objectes per fer-los més intel·ligents i permetre que col·laboren entre si. A vegades aquestes connexions es realitzen mitjançant sensors, o amb el desenvolupament de nous productes que suposen una evolució respecte als anteriors precisament per la seva connectivitat.

VANT (Vehículos Aéreos No Tripulados)

Los VANT y los drones son vehículos aéreos no tripulados y de tamaños diversos cuyo uso se ha ampliado y popularizado en los últimos años tanto en su vertiente profesional como en la doméstica. Tienen una amplia variedad de aplicaciones en industrias como la agricultura, la ganadería y la minería o el entretenimiento y usos recreativos, pasando por la asistencia en emergencias, salvamento, logística y transporte, etc.



TECNOLOGIA VS MERCAT INNOVACIÓ EMPRESARIAL



EMPRESSES MODELS DE NEGOCI ACTUALS



Facebook és el propietari de mitjans més popular del món i no genera contingut.

Uber és la companyia de taxis més gran del món i no té vehicles.

Alibaba és el minorista més valuós i no té inventari.

Airbnb és el major proveïdor d'allotjament del món i no té propietats.

“En lugar de mirar al futuro desde el presente, debemos mirar al presente desde el futuro”

John Hagel III

TIPUS MODELS DE NEGOCI ACTUALS



Derivats de la Digitalització Corporativa

Les empreses han d'afrontar un canvi d'estratègia, traslladar recursos a noves iniciatives digitals, redissenar la seva organització i transformar la seva cultura si no es volen quedar enrere.



General Electric (GE), està aplicant tecnologies com la intel·ligència artificial o l'anàlisi big data per desenvolupar màquines capaces de projectar el futur entenent la seva història (mitjançant l'anàlisi de dades del seu passat i present).

Màquines 'vives', connectades, que creen bessons digitals ': una versió digitalitzada de cada motor únic, cada un d'ells configurat per continuar enriquint-se mitjançant dades i, en la base d'això, interactuar els uns amb els altres.

TIPUS MODELS DE NEGOCI ACTUALS



Economia de Plataformes

Models de negoci sota demanda, d'accés, col·laborativa, gig economy ...

Són nous models de negoci basats en plataformes o apps que operen sota demanda i que normalment digitalitzen una activitat que ja es feia de forma analògica.

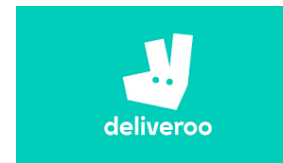
Economia col·laborativa (Sharing economy).

Aquest model genera un aprofitament eficient i sostenible dels béns i recursos ja existents



Economia sota demanda:

Relació comercial entre els usuaris i es dona a canvi d'una contraprestació



Economia d'accés: on es posa a disposició dels usuaris béns per a un ús temporal



TIPUS MODELS DE NEGOCI ACTUALS



Model descentralitzat

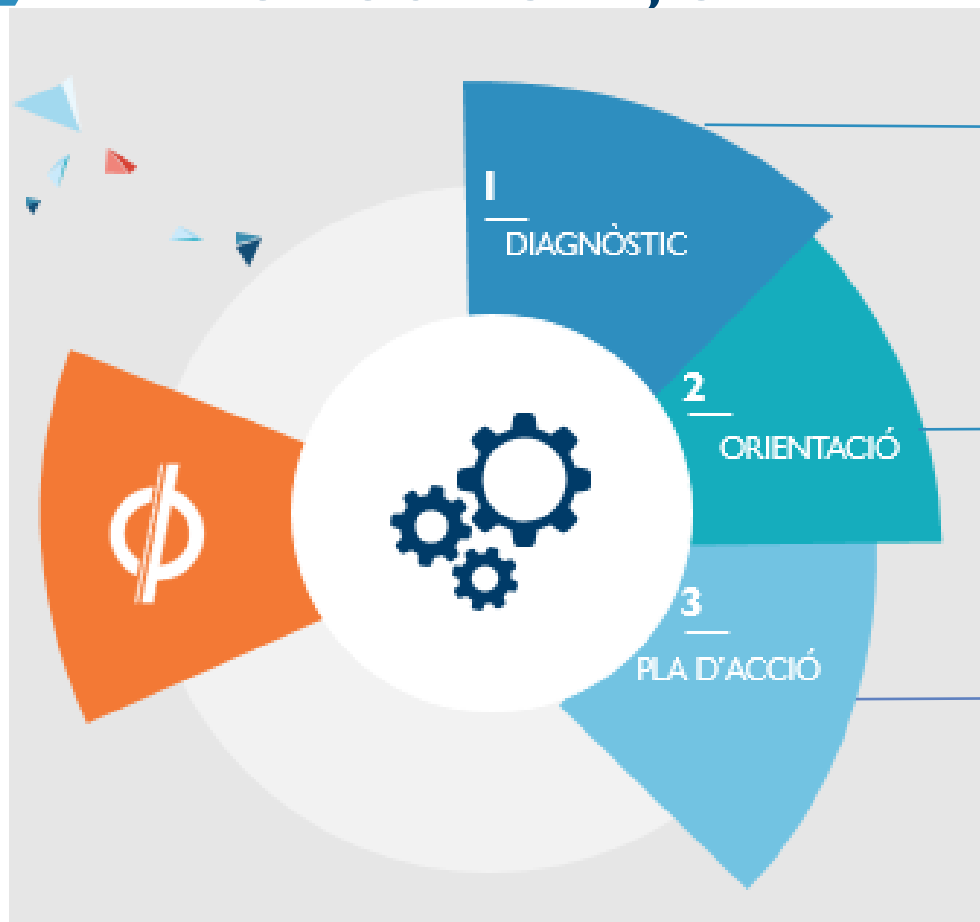
Interacció P2P (de persona a persona). Els consumidors ja no necessiten d'una entitat intermediària que centralitzi la provisió de béns i serveis, sinó que poden fer-ho directament entre ells



Blockchain està sent utilitzada per a la creació d'un ID digital personal.

Aadhaar: el sistema nacional d'identificació biomètric de l'Índia, que és el més gran del món. La intenció és aconseguir un estàndard que permeti accedir a llocs a tot el món sense haver d'usar el sistema d'usuari i contrasenya ni proporcionar dades extra.

PROGRAMA D'INNOVACIÓ DIAGNOSTICAR, ORIENTAR, PLANIFICAR



✓ ANÀLISIS MODEL DE NEGOCI

✓ CANVAS

✓ CULTURA DE LA INNOVACIÓ

✓ PROCÉS DE DESCOBRIMENT EMPRENEDOR

✓ GESTIÓ DE PROJECTES I+D+I

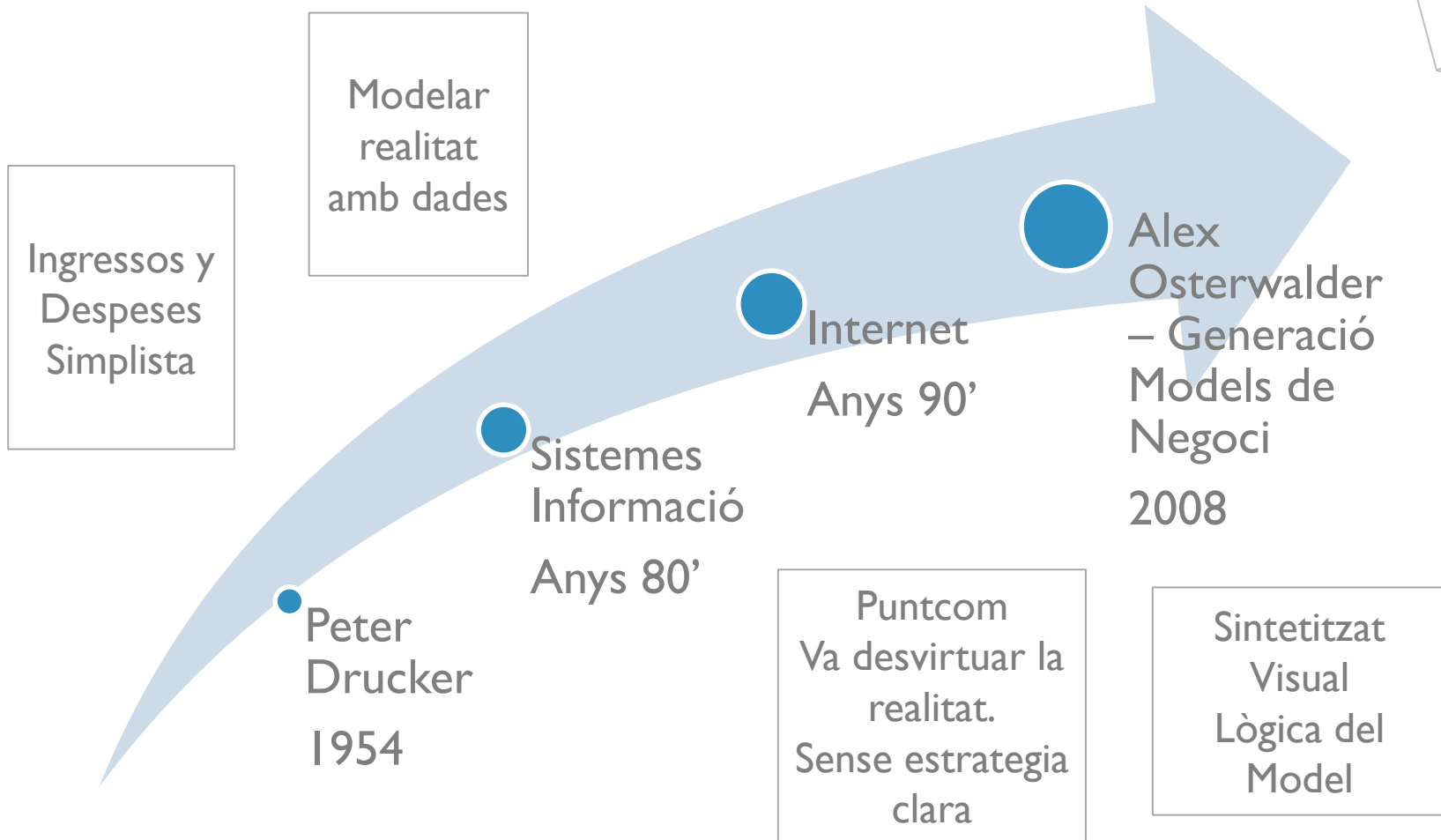
✓ PLA ESTRATÈGIC

✓ CONSULTORIA ESPECIALITZADA



D'ON VENIM?

Breu Historia



ACTUALITAT – PER QUÈ? BUSINESS MODEL CANVAS

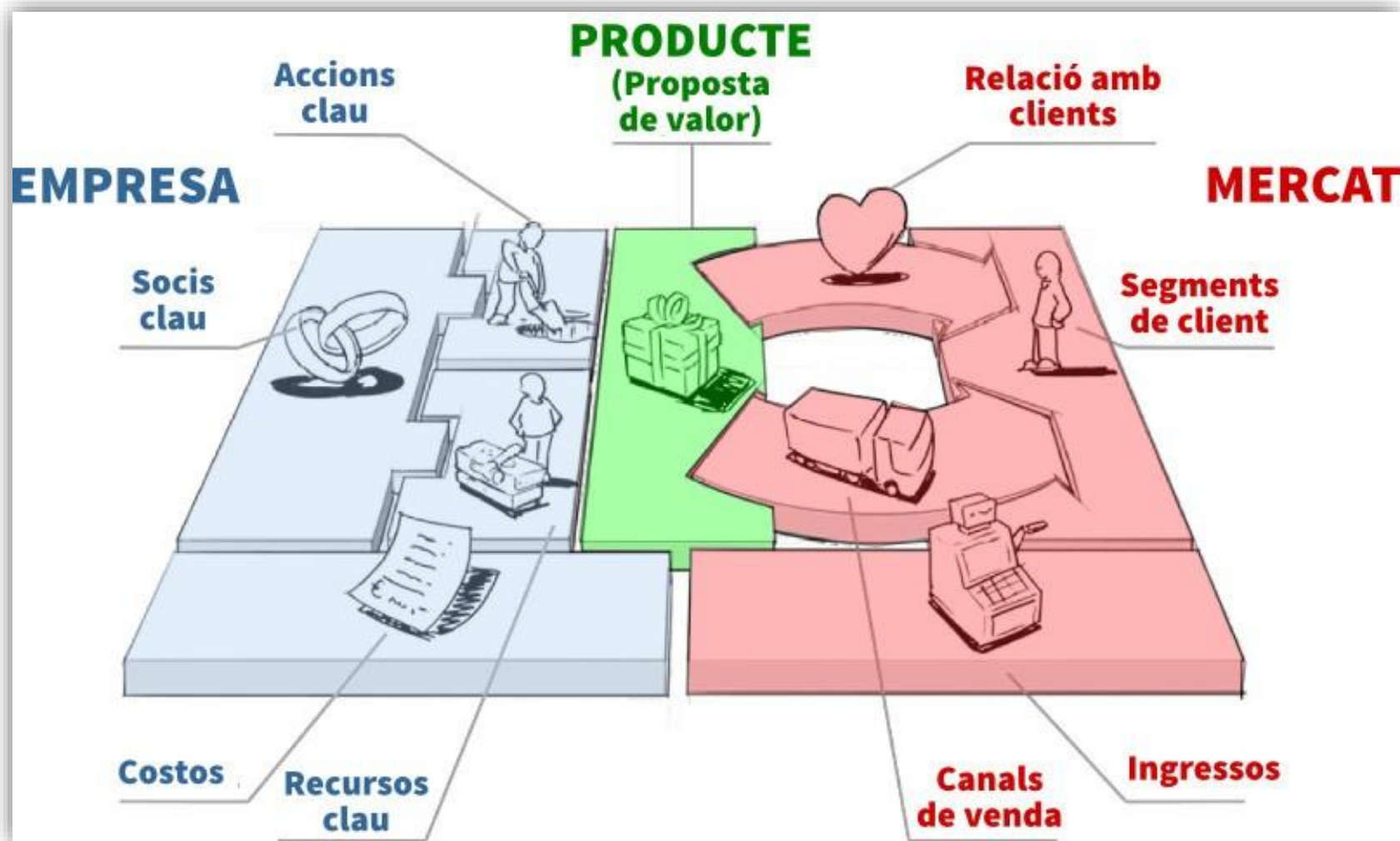


- ✓ BRAINSTORMING
- ✓ ABASTIR TOTES LES FASES
- ✓ ESTUDI

- ✓ FACTORS A ANALITZAR
- ✓ RISCOS DEL ESTUDI INICIAL
- ✓ QÜESTIONAR

- ✓ PIVOTAR
- ✓ INNOVAR

BUSINESS MODEL CANVAS





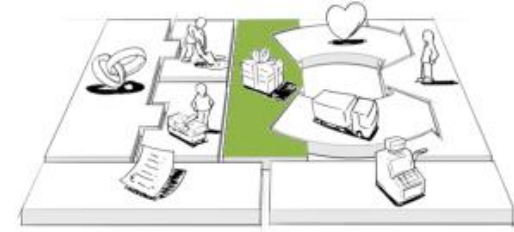
MILLORA EL TEU MODEL de NEGOCI

Dinàmica de grups:

1. Formació de grups de 4 persones.
2. Escull la empresa en la que vols treballar.
3. DESCRIUREM el MODEL CANVAS de la teva empresa.



PROPOSTA DE VALOR



DEFINICIÓ:

Factor clau o avantatge competitiva que et diferencia de la resta. Es tracta de solucionar un problema o satisfer una necessitat. Aquest valor afegit es pot basar en:

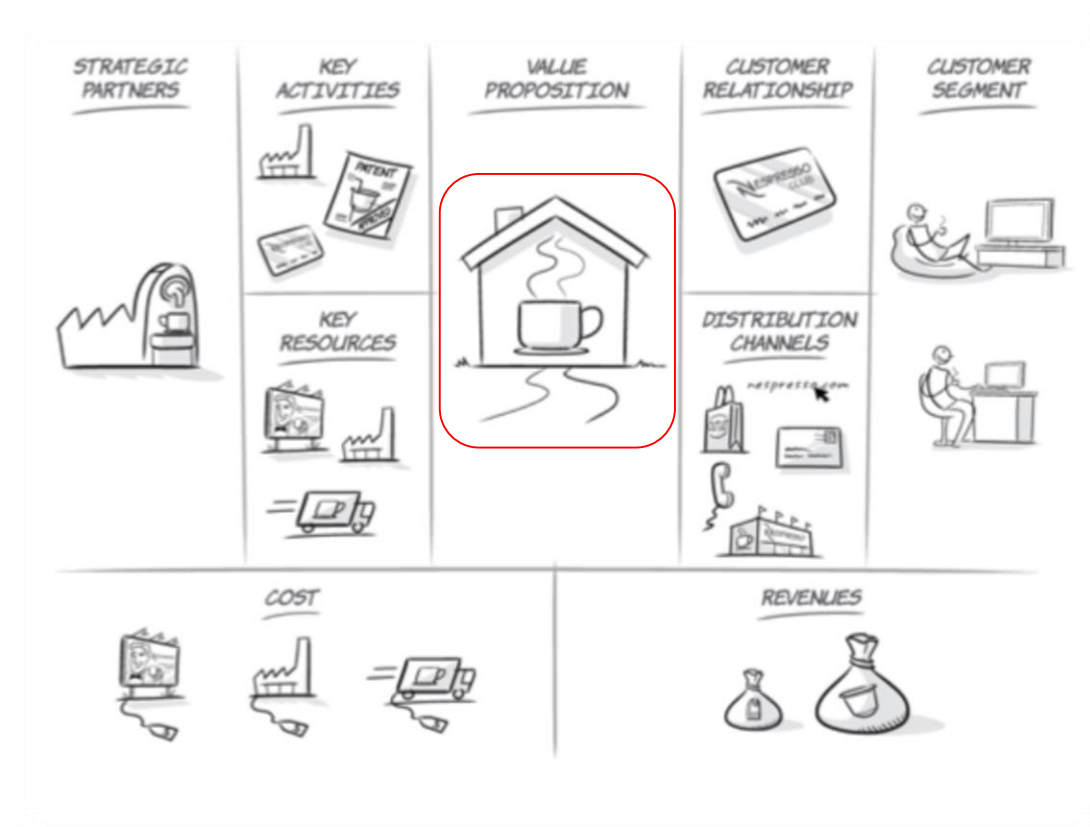
- ✓ Novetat
- ✓ Rendiment
- ✓ Personalització
- ✓ Disseny
- ✓ Marca

PREGUNTES CLAU:

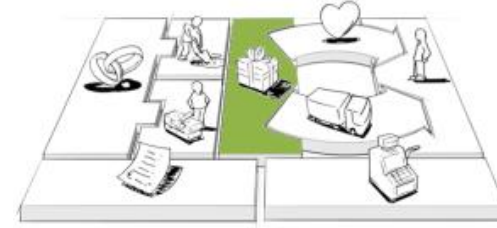
- ✓ Quines avantatges oferim respecte el sector?
- ✓ Existeix una proposat de valor per cada segment de client?
- ✓ Disruptivitat vs adicionalitat?

PROPOSTA DE VALOR

Exemple NESPRESSO:

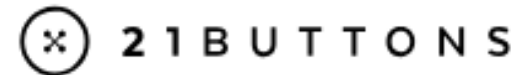


PROPOSTA DE VALOR



Examples:

- ✓ 21 BUTTONS (<https://www.21buttons.com>)
 - ✓ Necessitat detectada: Inexistència xarxa social vs Marketplace
 - ✓ Solució: Tecnologia
 - ✓ Conseqüència: *First to Market*. No competidors i generació fortes barreres entrada

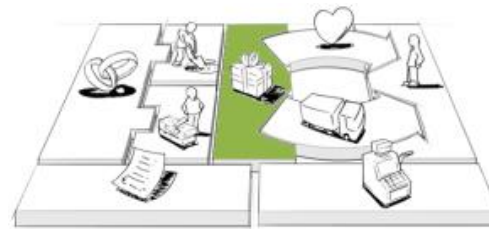


- ✓ CABIFY (<https://d.cabify.com/es>)
 - ✓ Necessitat detectada: Mobilitat
 - ✓ Solució: Experiència d'usuari excel·lent i personalitzada
 - ✓ Conseqüència: Volum usuaris major, potencialitat externalitzar socis clau (conductors)

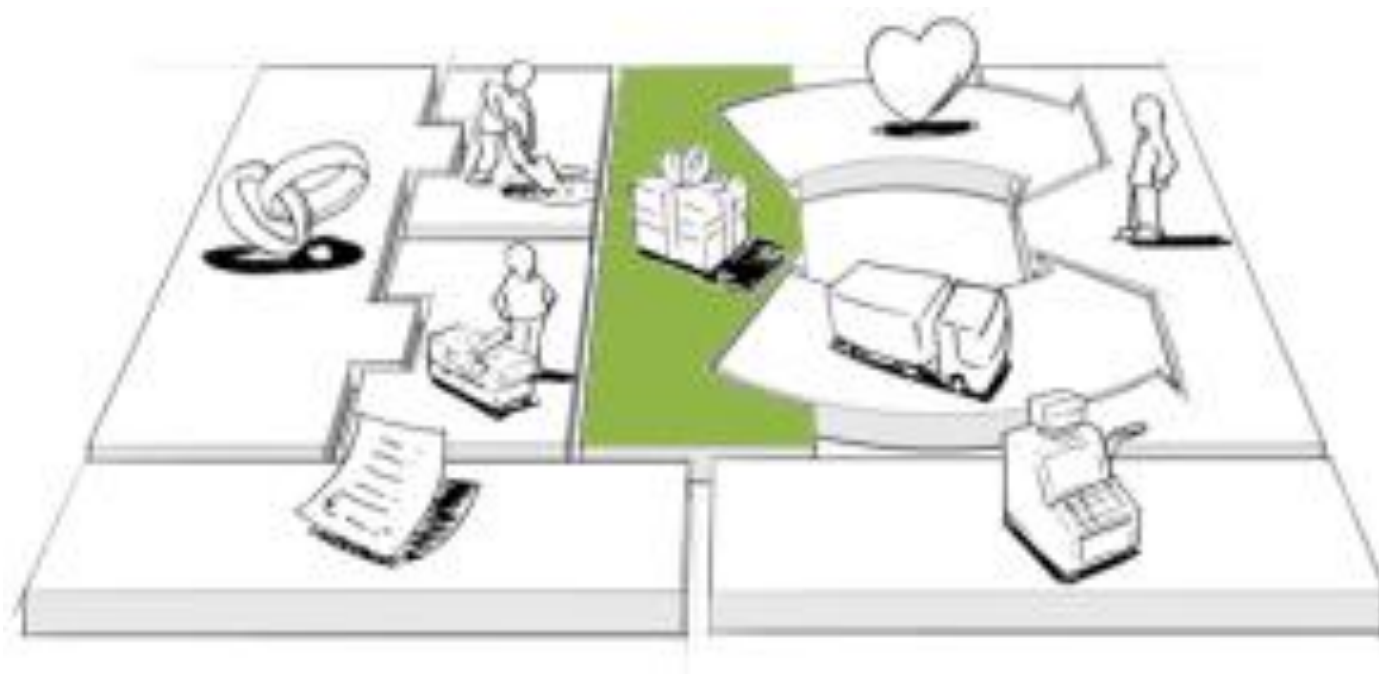




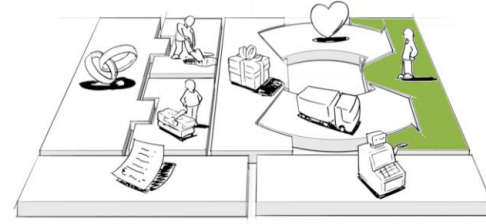
PROPOSTA DE VALOR



DESCRIU el teu cas (5 min)



SEGMENTACIÓ DE CLIENTS



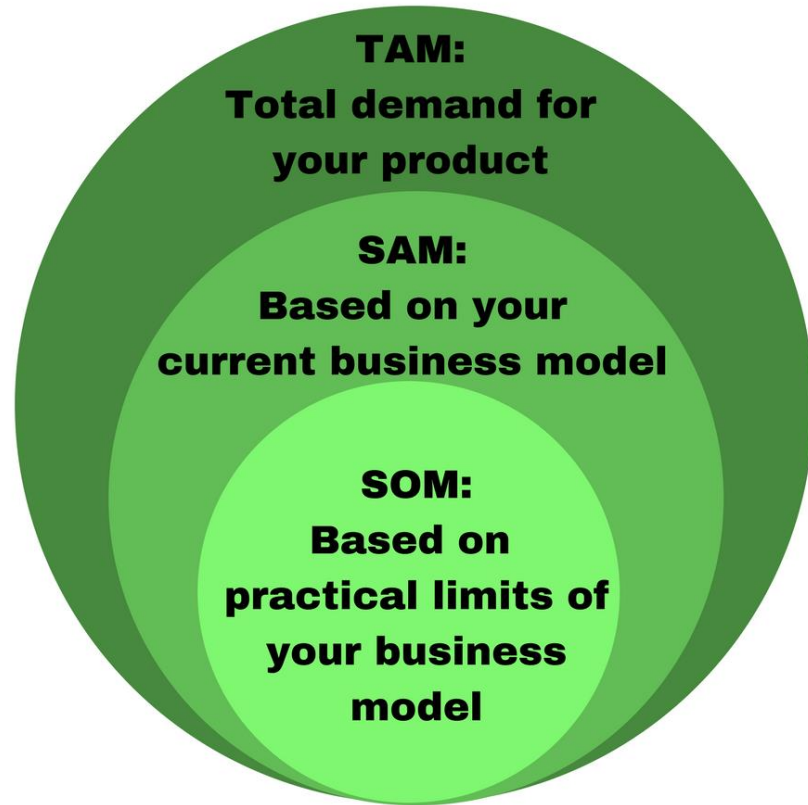
DEFINICIÓ:

Procés que implica partir el nostre target (target) en funció de variables cor

- ✓ Demografia / Geografia /
- ✓ Comportament (Ingress
- ✓ Necessitats, motivacions,

PREGUNTES CLAU:

- ✓ Qui són? → A qui ap
- ✓ Què fan? → Ens diu
- ✓ Per què? → Entend
- ✓ Es gran? → Identifi

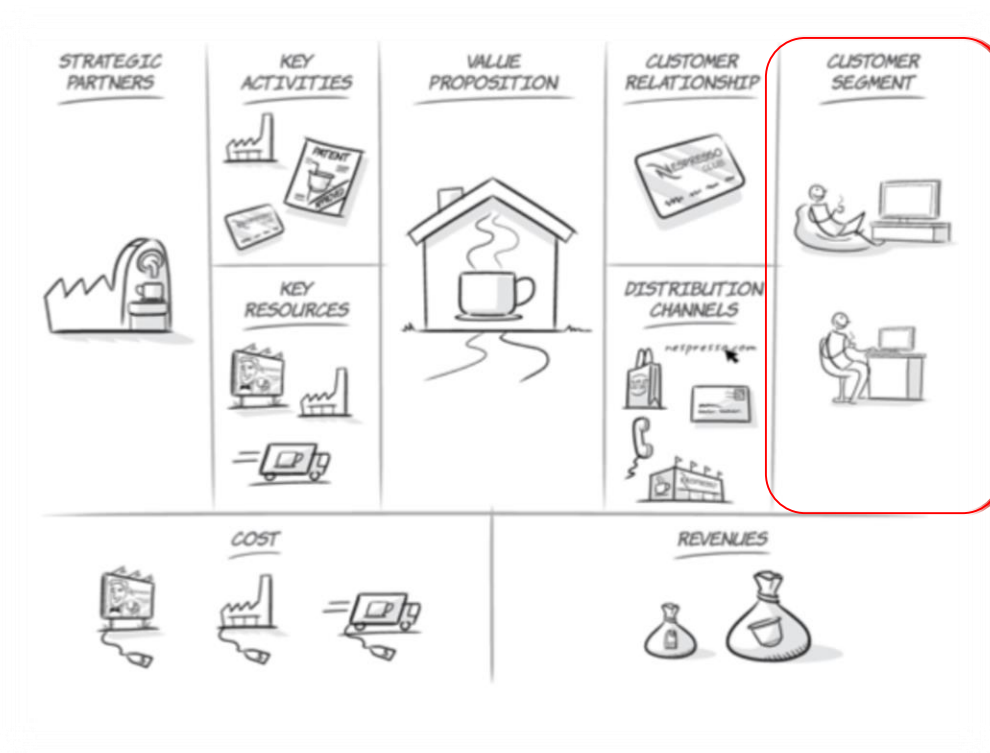
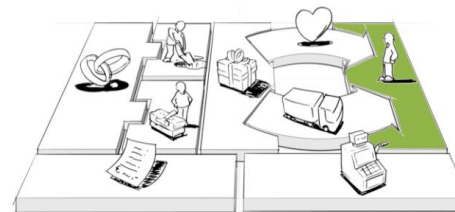


es similars

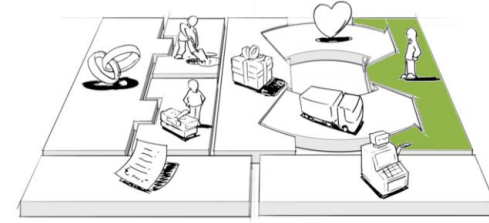
.ció.

SEGMENTACIÓ DE CLIENTS

Exemple NESPRESSO:



SEGMENTACIÓ DE CLIENTS



Examples:

✓ LOEWE

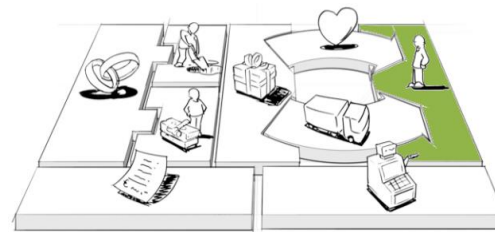
- ✓ Necessitat detectada: Fins fa poc feia segmentació tradicional, insuficient per entendre el client
- ✓ Solució: Tendència a segmentar per comportament i necessitat
- ✓ Conseqüència: Evolució a una segmentació més personalitzada.

✓ Exemples de TÈCNiques per COMPORTAMENT:

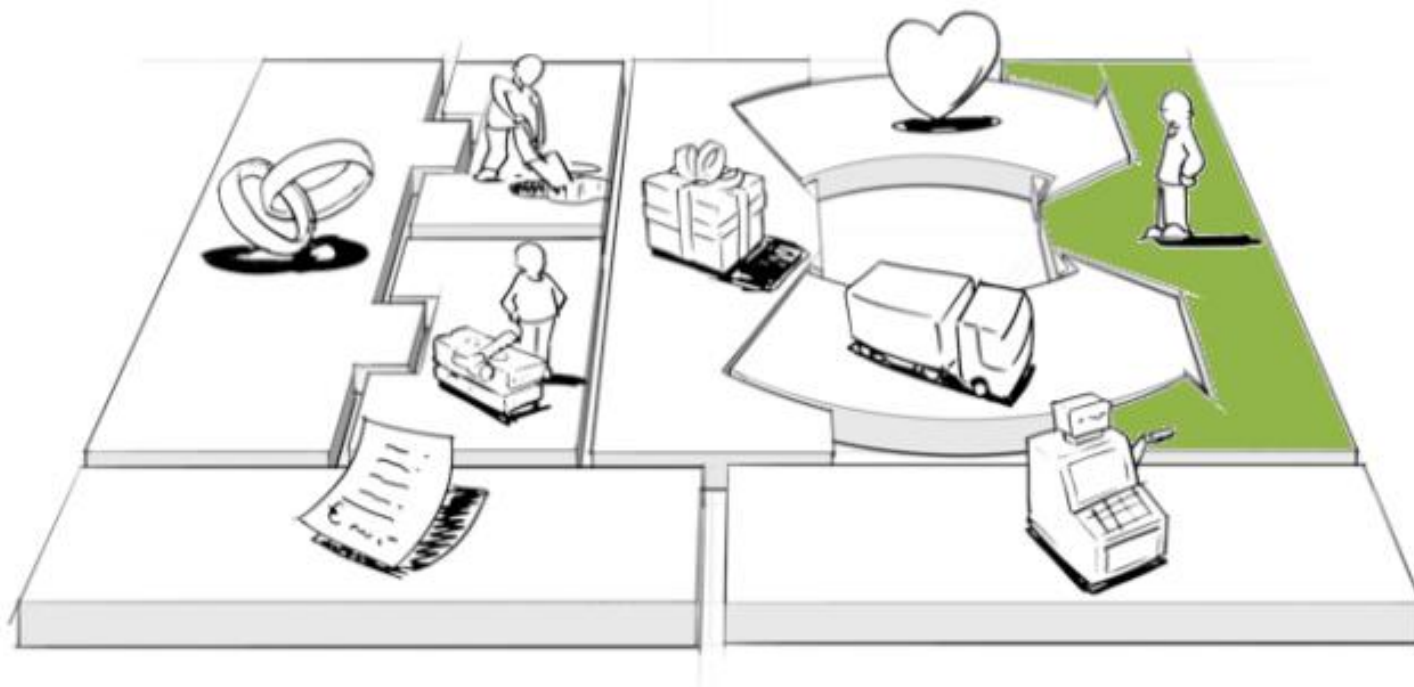
- ✓ Valor ABC “Vips” (Segons nivell ingressos)
- ✓ Recurrència
- ✓ NPS (Net Promoter Score / Satisfacció client)



SEGMENTACIÓ DE CLIENTS

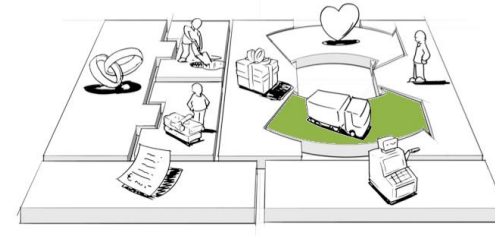


DESCRIU el teu cas (5 min)





CANALS



DEFINICIÓ:

Definir com ens comuniquem i fem arribar la proposta de valor arribem als diferents segments de clients. El canal principalment pot ser:

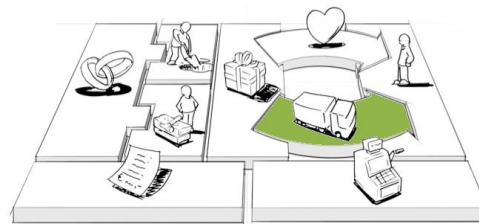
- ✓ **DIRECTE:** Arribar a client final amb medis propis
- ✓ **INDIRECTE:** Mitjançant intermediaris (Majoristes / Retailers / Franquícies)

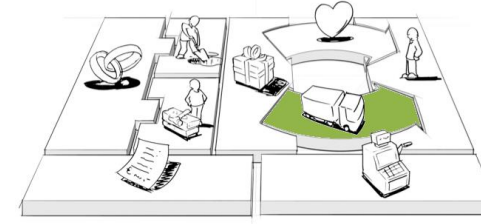
PREGUNTES CLAU:

- ✓ Com establim contacte amb els nostres clients?
- ✓ Quins canals utilitzem per donar a conèixer, captar i fidelitzar?
- ✓ A través de quins canals "aportem valor"?
- ✓ Web? Botiga? Comercials? Distribuïdors? Intermediaris? Franquícies?
- ✓ Quin funciona millor? Quin és més rentable?
- ✓ En quina fase convé un canal o un altre? Captació > Venda > Postvenda

CANALS

Exemple NESPRESSO:





Examples:

✓ Infinit fitness:

Necessitat detectada: Creixement limitat i car

Solució: Canal indirecte amb franquícies

Conseqüència: Creixement exponencial amb franquícies



✓ COLVIN :

Necessitat detectada: Cadena de valor amb molts intermediaris

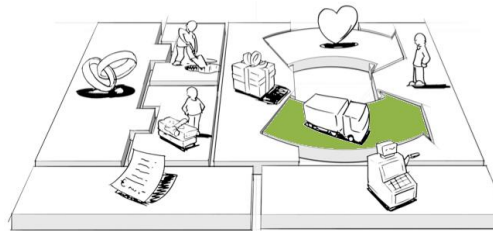
Solució: Canal directe de agricultor >> CLIENT FINAL

Conseqüència: Increment de marges i millor QA de producte i servei

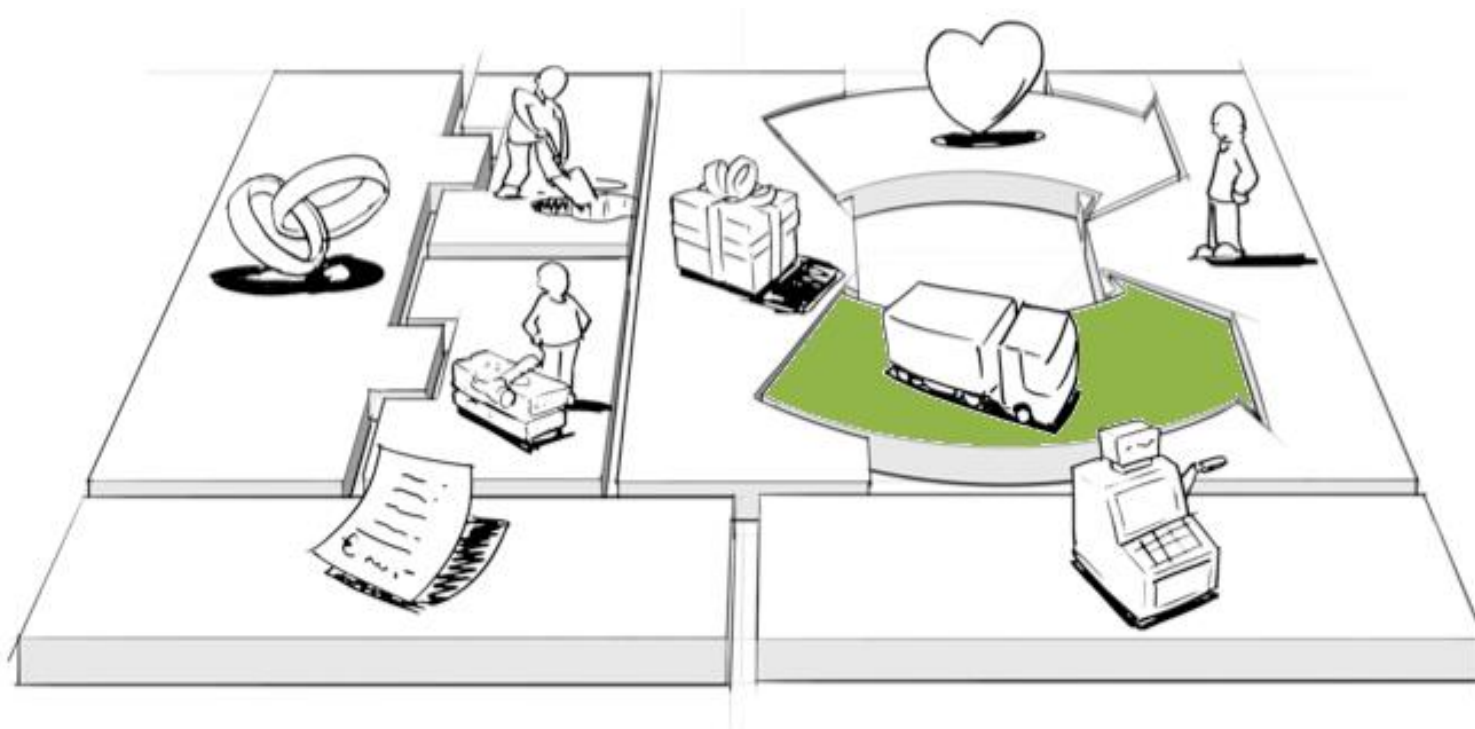




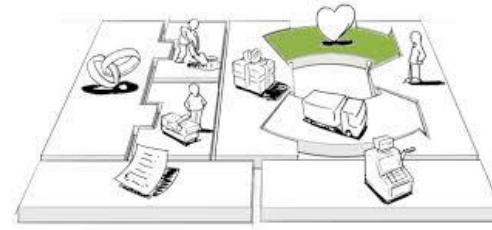
CANALS



DESCRIU el teu cas (5 min)



RELACIÓ AMB CLIENTS



DEFINICIÓ:

Descriure el tipus de relació que volem tenir amb cada segment. Podem adaptar la relació en funció de cada segment a nivell de captació y manteniment (fidelització).

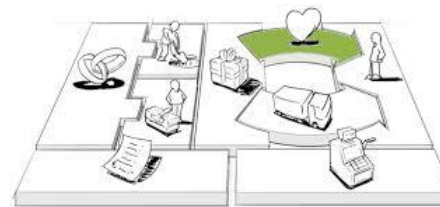
- ✓ Personal (proximitat)
- ✓ A distancia (Autoservei, servei automatitzat)

PREGUNTES CLAU:

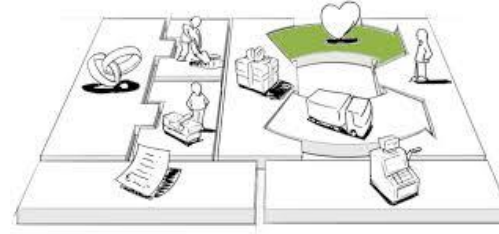
- ✓ Quina relació tinc actualment amb el mercat?
- ✓ Quin tipus de relació establím amb cada grup de segmentació?
- ✓ Quin tipus de relació establím en cada fase d'interacció amb client?
- ✓ Com s'integren amb la resta de punts del model de negoci?
- ✓ Tenim estratègia de fidelització?

RELACIÓ AMB CLIENTS

Exemple NESPRESSO:

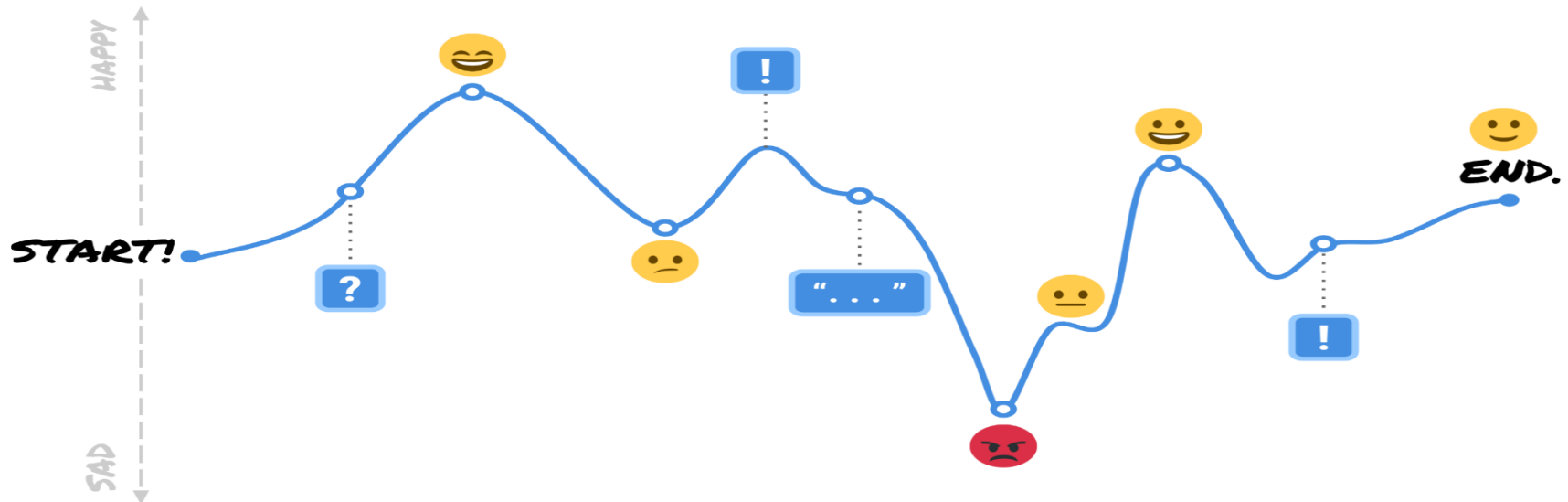


RELACIÓ AMB CLIENTS



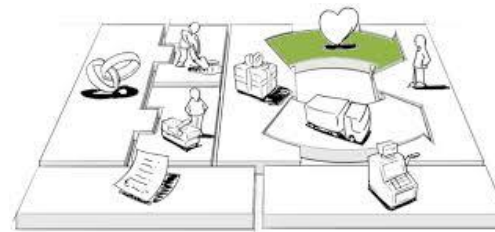
Exemples:

✓ Customer Journey

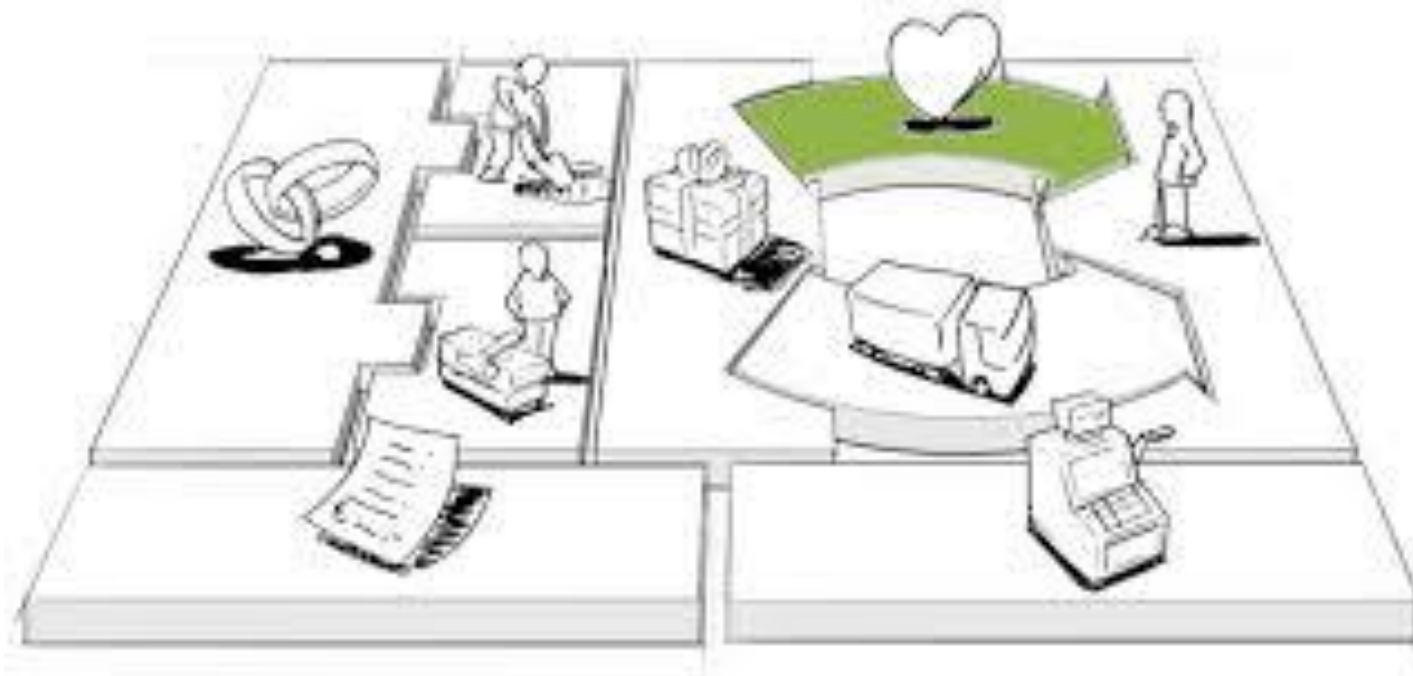




RELACIÓ AMB CLIENTS

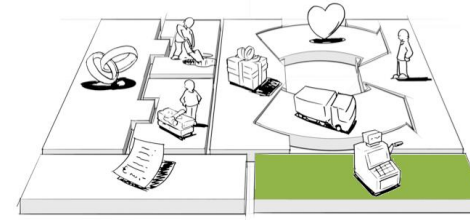


DESCRIU el teu cas (5 min)





FLUXE d'INGRESSOS



DEFINICIÓ:

Descriure i analitzar com el model genera ingressos, per a cadascun dels segments del mercat. Principals Opcions:

- ✓ Venda Producte
- ✓ Cuota Servei
- ✓ Cuota Subscripció
- ✓ Freemium

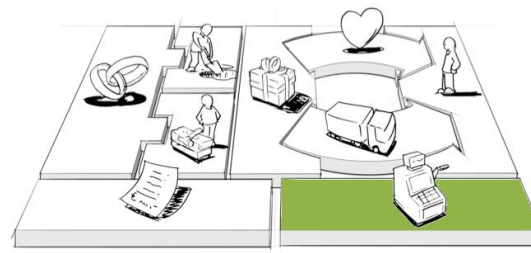
PREGUNTES CLAU:

- ✓ Quina opció de fluxe d'ingrés em convé més?
- ✓ Quant (€) ingressem per cada proposta o segment?
- ✓ Ingrés puntual o recurrent?
- ✓ Quant estan disposats a pagar? (diferenciar per segment)
- ✓ Com prefereixen pagar? Cobrem al moment o a X dies?



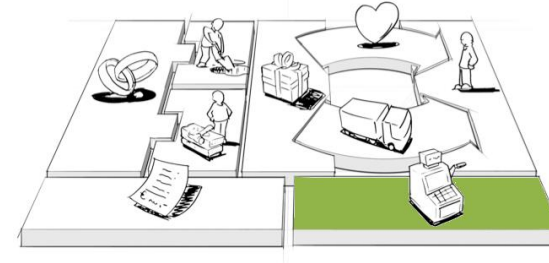
FLUXE d'INGRESSOS

Exemple NESPRESSO:





FLUXE d'INGRESSOS



Exemples:

- ✓ **WALLAPOP:**
Necessitat detectada: Font d'ingressos única (Publicitat).
Solució: Servei Freemium
Conseqüència: Pagant una mica més t'ofereixen més visibilitat.
- ✓ **Startups:** Dificultat en el fluxe d'ingressos els primers anys. Necessitat d'inversió inicial.
- ✓ **Pymes industrials:** Fluxe estacional depenent de les comandes puntuals.

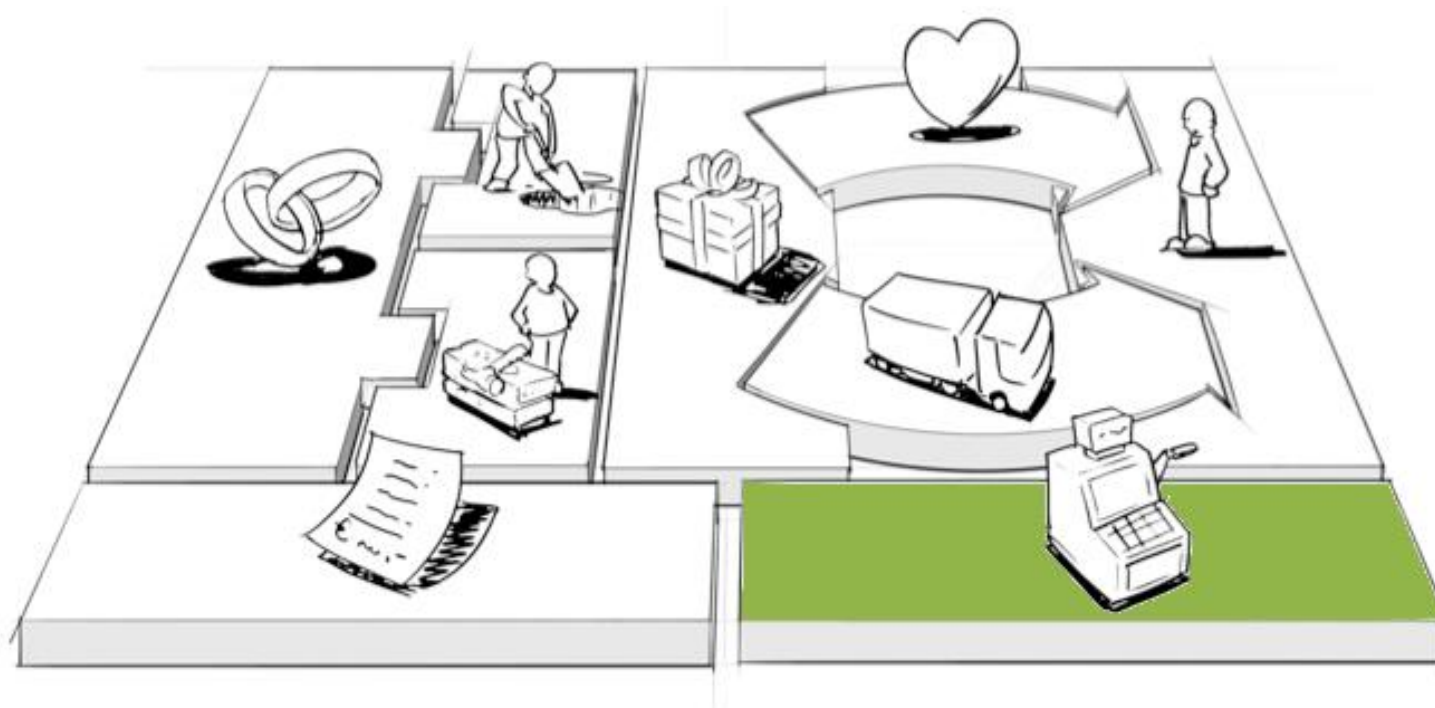




FLUXE d'INGRESSOS



DESCRIU el teu cas (5 min)



RECURSOS CLAU



DEFINICIÓ:

Recursos que permetin crear i oferir una proposta de valor diferencial:

- ✓ Tipus:
 - ✓ Físics
 - ✓ Econòmics
 - ✓ Intel·lectuals
 - ✓ Humans

PREGUNTAS CLAU:

- ✓ Es pot externalitzar el recurs?
- ✓ Quin cost té?
- ✓ Quina vida útil té?

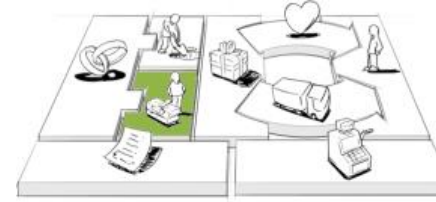
RECURSOS CLAU

Exemple NESPRESSO:





RECURSOS CLAU



Exemples:

- ✓ **JOB AND TALENT** (<https://www.jobandtalent.com/es>)
 - ✓ Problema: Disparitat multioficina, presencial, etc.
 - ✓ Solució: Plataforma (Actiu)
 - ✓ Conseqüència: Reducció costos estructura (oficines, comercials..), Augment velocitat (processos més àgils) i augment usuaris (digitalització)
- ✓ **DELSUPER** (<https://www.delsuper.es/>)
 - ✓ Problema: Mal servei d'entrega a domicili
 - ✓ Solució: Plataforma (Actiu)
 - ✓ Conseqüència: Millora experiència, retenció usuaris, etc.
- ✓ **LA NEVERA ROJA** (<https://www.just-eat.es/>)
 - ✓ Problema: Mal servei d'entrega a domicili
 - ✓ Solució: Plataforma (Actiu)
 - ✓ Conseqüència: Restaurant com Usuari guanyen

jobandtalent


DEL SUPER
a tu casa ¡en 1 hora!

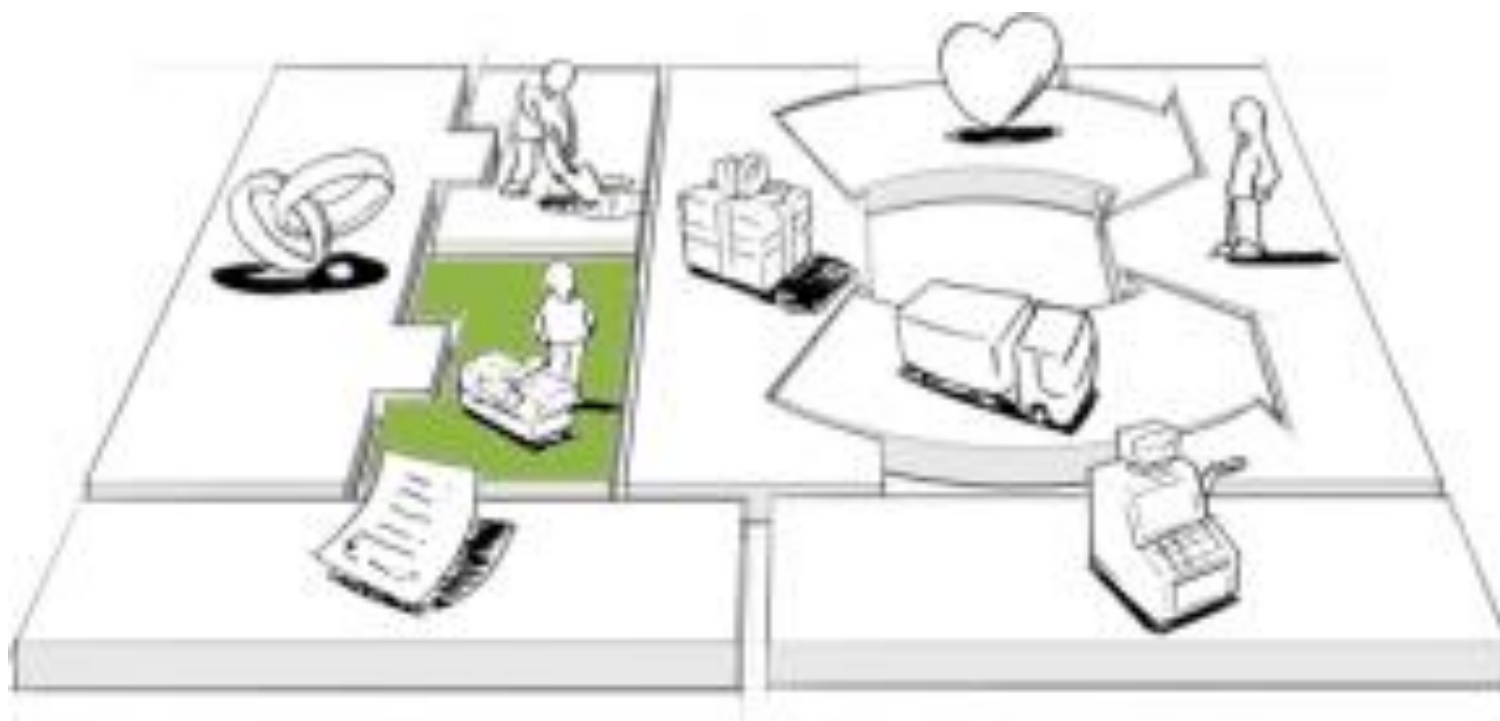




RECURSOS CLAU

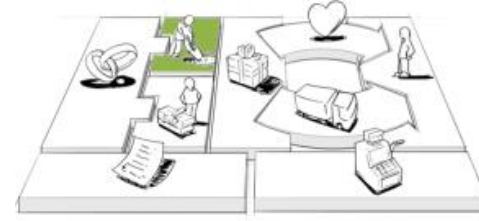


DESCRIU el teu cas (5 min)





ACTIVITATS CLAU



DEFINICIÓ:

Accions més importants per a garantir èxit en una empresa:

- ✓ Disseny, Producció, Promoció, Distribució, Ventes, Atenció al Client, Comptabilitat, Legal, etc.

PREGUNTES CLAU:

- ✓ Es pot externalitzar aquesta activitat?
- ✓ Es fàcilment copiable?
- ✓ Quin valor afegit aporta l'activitat?

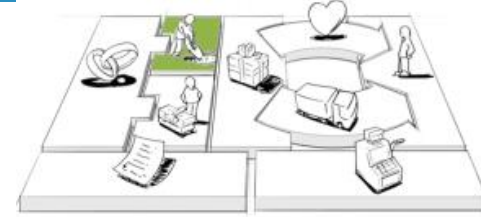
ACTIVITATS CLAU

Exemple NESPRESSO:





ACTIVITATS CLAU



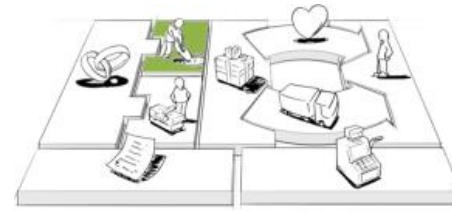
Exemples:

- ✓ ZAPPOS (<https://www.zappos.com/>)
 - ✓ Problema: Mala atenció client i taxa retenció mot baixa
 - ✓ Solució: Atenció al client TOP
 - ✓ Conseqüència: Taxa de retenció incrementada exponencialment

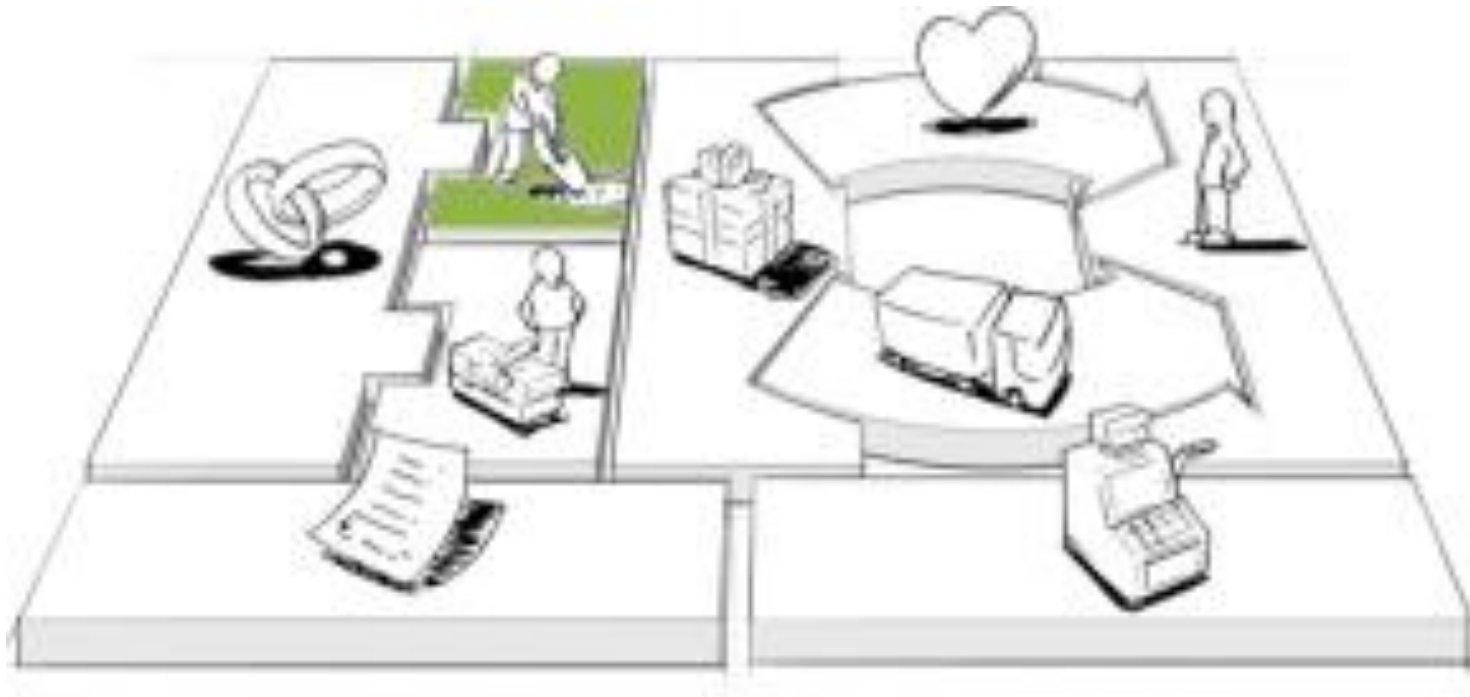
- ✓ COLVIN (<https://www.thecolvinco.com/es>)
 - ✓ Problema: Cadena de valor llarga i complexa
 - ✓ Solució: Eliminar cadena subministre (directes al grower)
 - ✓ Conseqüència: Reducció costos, major experiència usuari, etc.



ACTIVITATS CLAU

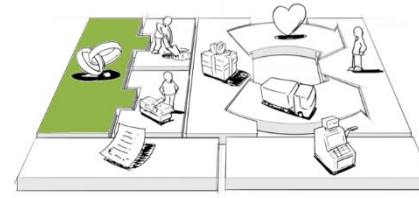


DESCRIU el teu cas (5 min)





SOCIS CLAUS



DEFINICIÓ:

Creació d'aliances per a optimitzar el model de negoci, reduir riscos o adquirir recursos:

- ✓ Aliances Estratègiques
- ✓ Coopetició
- ✓ Joint Ventures
- ✓ Relació client – proveïdor

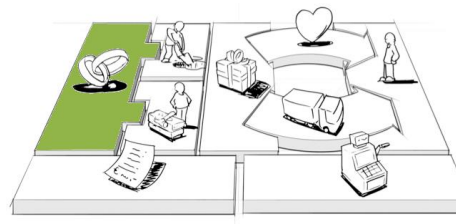
PREGUNTAS CLAU:

- ✓ Quins són els nostres socis claus?
- ✓ Quins són els nostres proveïdors més rellevants?
- ✓ Quines són les nostres palanques de recolzament?



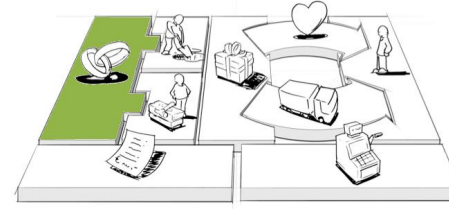
SOCIS CLAU

Exemple NESPRESSO:





SOCIS CLAU



Exemples:

- ✓ VINTAE (<http://vintae.com/>)
 - ✓ Problema: Cost manteniment alts actius fixes
 - ✓ Solució: Aliances amb Bodegues
 - ✓ Conseqüència: Augment proposta valor en l'experiència vitivinícola i reducció estructura costos → Escalabilitat

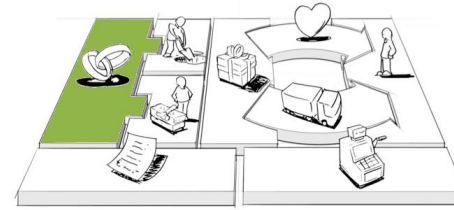
- ✓ INFINIT FITNESS (<https://www.ininitfitness.es/>)
 - ✓ Problema: Forta inversió inicial + Barrera entrada localització
 - ✓ Solució: Franquícies
 - ✓ Conseqüència: Reducció costos estructura (només serveis centrals) + Recurrència del franquiciat

vintae

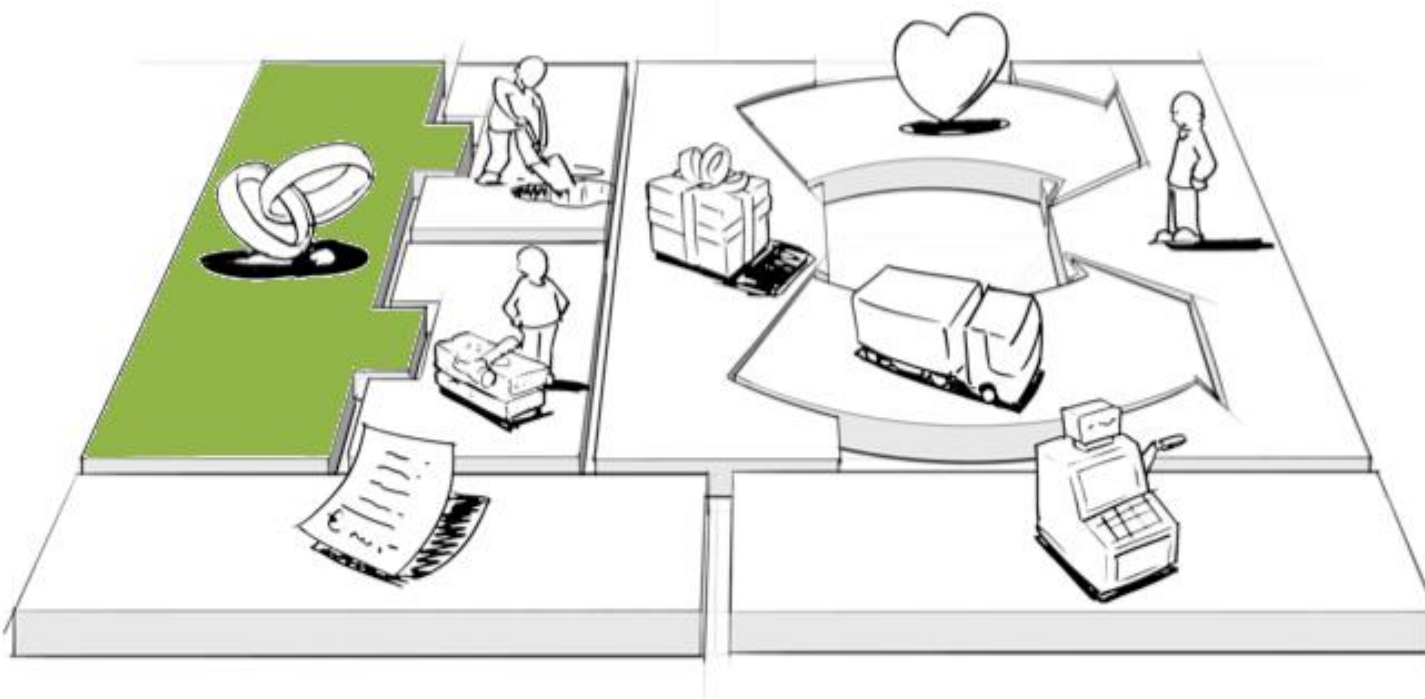




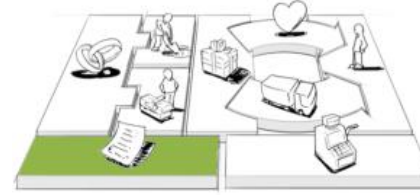
SOCIS CLAU



DESCRIU el teu cas (5 min)



ESTRUCTURA DE COSTOS



DEFINICIÓ:

Costos derivats principalment de la creació com manteniment de les relacions amb clients o generació ingressos:

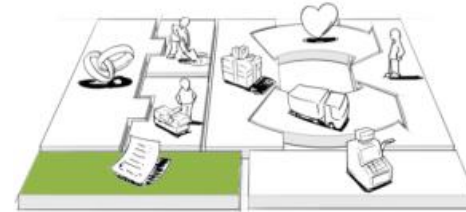
- ✓ Categories:
 - ✓ Fix
 - ✓ Variable
 - ✓ Economia Escala
 - ✓ Economia de camp

PREGUNTES CLAU:

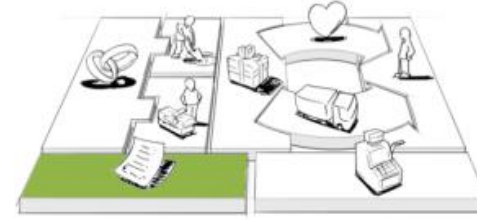
- ✓ Quina importància té aquest cost? Quantificar.
- ✓ Aquest cost acaba suposant un valor afegit?
- ✓ Existeix un equilibri amb els ingressos?
- ✓ Fix vs variable? Burn rate?

ESTRUCTURA DE COSTOS

Exemple NESPRESSO:



ESTRUCTURA DE COSTOS



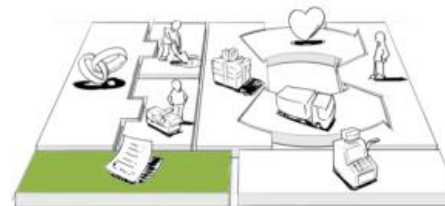
Exemples:

- ✓ GLOVO (<https://glovoapp.com/es/>)
 - ✓ Problema: Red logística per minimitzar temps
 - ✓ Solució: Glovers → Gent disposada a contribuir a canvi d'una comissió
 - ✓ Conseqüència: Economia escala, millor servei, etc.

- ✓ UBER (<https://www.uber.com/>)
 - ✓ Problema: Mobilitat / Logística
 - ✓ Solució: Ampliar oferta amb mateixa estructura (UberEats, UberRush)
 - ✓ Conseqüència: Diversificar ingressos i reduir costos



ESTRUCTURA DE COSTOS



DESCRIU el teu cas (5 min)

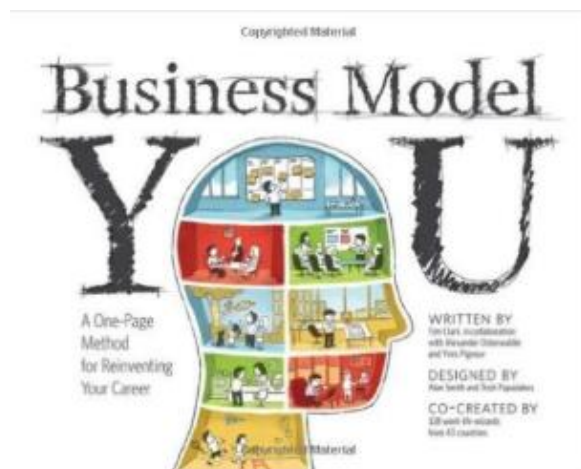


MILLORA EITEU MODEL de NEGOCI

Pràctica:

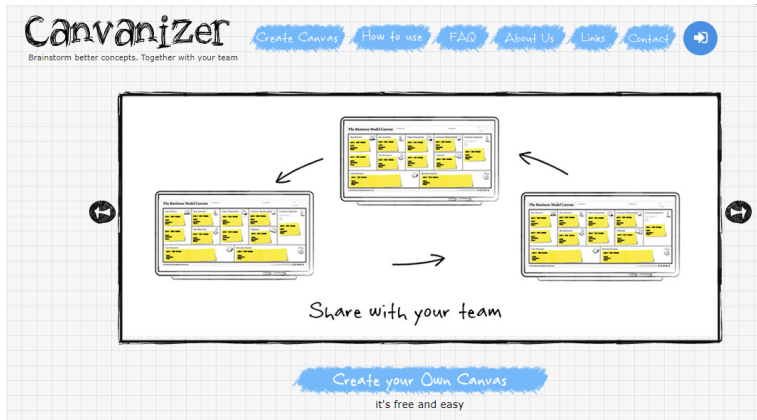
1. **DESCRIURE:** Ja teniu descrit cada punt del vostre Model Canvas.
2. **EXPOSICIÓ:** Exposeu el vostre model a la resta de grups.
3. **ANÀLISIS:** Intercanvi del model amb un altre grup, qui realitzarà un anàlisis dels avantatges i debilitats del Model. Identificació de 2 punts forts i 2 punts dèbils.
4. **EXPOSICIÓ:** de Pros i contres a l'altre grup
5. **INNOVACIÓ:** Retorn de models al grup original i proposta de Innovació (millora) en 2 punts diferents del MODEL.
6. **EXPOSICIÓ** de les millores a la resta de grups.

REFERÈNCIES & RECOMANACIONS



RECURSOS

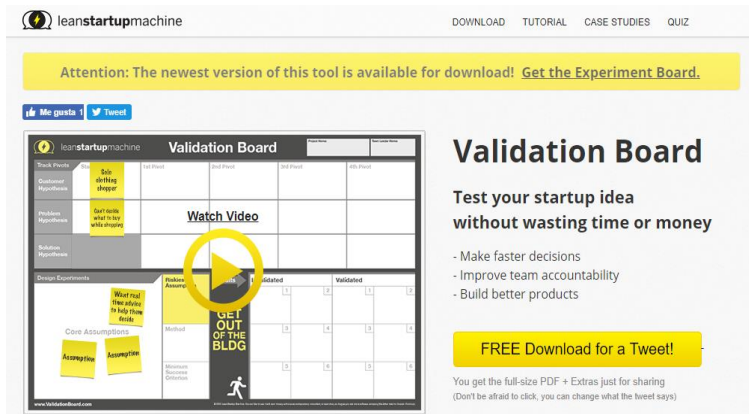
<https://canvanizer.com/>



<https://canvanizer.com/>



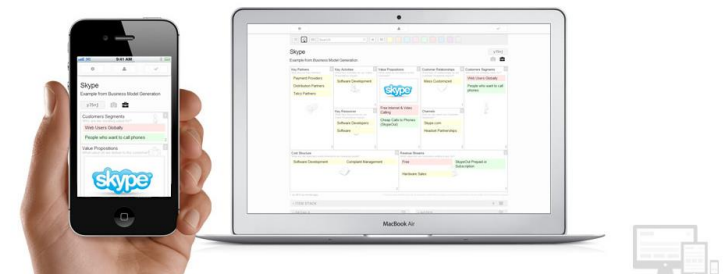
<https://www.leanstartupmachine.com/validationboard/>



<https://bmfiddle.com/>

Business Model Fiddle
The Free Business Model Canvas Playground

Tour Languages FAQ Resources [Fiddle Now!](#)



Free and Easy way to Capture and Develop Your Ideas



GRÀCIES

What else?



G VICEPRESIDÈNCIA
O I CONSELLERIA
I INNOVACIÓ,
B RECERCA I TURISME
/ DIRECCIÓ GENERAL
INNOVACIÓ I RECERCA

una manera de fer
europa 

Fons Europeu de
Desenvolupament Regional



Unió Europea

FACTORIA D'INNOVACIÓ 2018 -2019

CENTRE D'ALT RENDIMENT EN CREATIVITAT I INNOVACIÓ

MOLTES GRÀCIES!

Recinto Industrial Colonia Guell
Calle A, Edificio Filaturas, 4º 1ª
08690 Santa Coloma de Cervelló

ParcBit, Edificio Naorte
Bloque B, 2 piso, puerta 8
07121 Palma de Mallorca (Balears)

factoriainnovacio@f-iniciativas.net

www.f-iniciativas.es



Business Model Canvas: Caso Práctico - Nespresso

