

# **Activ 2.2: Generació d'un Business Model Canvas**

## **Assignatura**

Conceptes de Sistemes de la Informació (CSI)

## **Curs**

2022-2023 Quadrimestre de tardor

## **Autors**

Oriol Company Carbó  
Marc Duch Buechler  
Andreu Orensanz Bargalló

# Índex

<b>1. Generació d'un Business Model Canvas</b>	<b>3</b>
2.1. Propostes de valor	5
2.2. Segments de clients	5
2.3. Canals	5
2.4. Relació amb els clients	6
2.5. Fonts de finançament	6
2.6. Recursos clau	6
2.7. Activitats clau	7
2.8. Socis clau	7
2.9. Estructura de costos	7
<b>2. Referències</b>	<b>9</b>

## **1. Generació d'un Business Model Canvas**

En aquest apartat presentem la nostra visió del model de negoci per al domini de *Showare*, emprant l'eina del *Business Model Canvas*, també conegut simplement amb les sigles BMC. Aquesta es tracta d'una plantilla en forma de taula per a la gestió estratègica per al desenvolupament de nous models de negoci o documentar-ne de ja existents. Aquesta plantilla es tracta d'un gràfic visual amb elements que descriuen les propostes de producte o de valor de l'empresa (oferta), la infraestructura, els clients i les finances, classificades en diferents cel·les. Això ajuda a les organitzacions a alinear les seves activitats mitjançant la il·lustració de possibles compensacions.

### **Infraestructura:**

- Activitats clau: Es tracta de les tasques que cal completar en l'execució de la proposta de valor de l'organització.
- Recursos clau: Són les eines necessàries per a completar les activitats clau per tal de completar la proposta de valor de l'organització.
- Socis clau: Són les companyies o proveïdors que ajuden a completar les activitats clau. Les associacions amb certs socis ajuden a reduir riscos i adquirir recursos.

### **Oferta:**

- Propostes de valor: Es tracta d'un producte o servei per satisfer les necessitats del client.

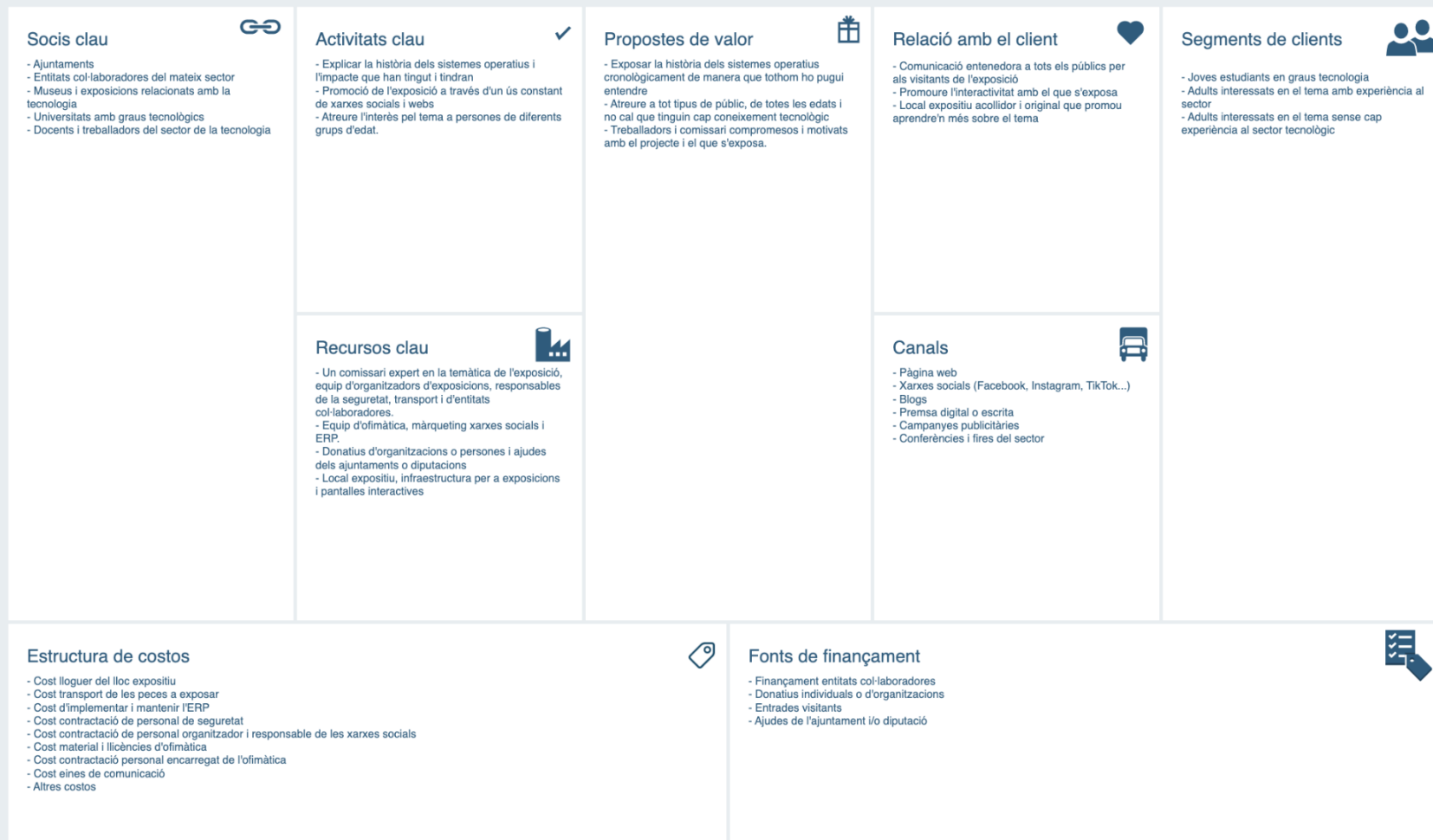
### **Clients:**

- Segments de clients: Grups de persones o empreses als que s'intenta dirigir-se i vendre el seu producte o servei.
- Canals: Són els punts de contacte que permeten als clients connectar-se amb l'organització que ofereix el producte o servei.
- Relació amb el client: En aquest apartat es mostra com s'estableix la relació amb cadascun dels segments de clients i com s'interacciona amb ells.

### **Finances:**

- Estructura de costos: En aquest bloc s'identifiquen els costos associats amb les operacions del model de negoci.
- Font d'ingressos: Es descriuen les fonts d'ingressos de la nostra companyia mentre s'ofereixen productes o serveis als clients. També es descriu com s'obté ingressos de les propostes de valor.

## Business Model Canvas example - Habit Tracker app



## **2.1. Propostes de valor**

- Exposar la història dels sistemes operatius cronològicament de manera que tothom ho pugui entendre
- Atreure a tot tipus de públic, de totes les edats i no cal que tinguin cap coneixement tecnològic
- Treballadors i comissari compromesos i motivats amb el projecte i el que s'exposa.

Les propostes de valor que volem presentar amb el nostre model de *Showare* són poder exposar la història del *software* a partir d'un tema concret: els sistemes operatius. Creiem interessant explicar la història dels sistemes operatius de manera cronològica és una molt bona manera d'explicar d'explicar el *software* en sí, ja que el sistema operatiu, o també anomenat *software* del sistema, és la base per tal que aquest *software* existeixi, connectant-lo així amb els elements físics d'un computador. Amb un tema en concret es fa més proper a l'interès del públic general i s'atreurà més visitants. També ens interessa que l'equip organitzador i el comissari, així com les entitats tinguin un interès en exposar aquesta història i estiguin compromesos i motivats amb el projecte.

## **2.2. Segments de clients**

- Joves estudiants en graus tecnologia
- Adults interessats en el tema amb experiència al sector
- Adults interessats en el tema sense cap experiència al sector tecnològic

Els clients són, evidentment, els visitants de l'exposició. Aquests han de tenir un cert interès en el món de la tecnologia, però no necessàriament han de dedicar-se o ser estudiants de cap sector del món tecnològic. Està pensat per a tot tipus de públic des d'adolescents fins a adults de totes les edats.

## **2.3. Canals**

- Pàgina web
- Xarxes socials (Facebook, Instagram, TikTok...)
- Blogs
- Premsa digital o escrita
- Campanyes publicitàries
- Conferències i fires del sector

Un aspecte que hem trobat essencial per a la promoció del nostre projecte són les xarxes socials. Durant la visita al CCCB vam veure que aquest era un aspecte que els mancava quan organitzen les diferents exposicions al llarg de l'any, que no disposen ni d'un web dedicat a la promoció dels projectes que s'organitzen. Per això creiem que el nostre projecte de *Showare* disposi tant d'una pàgina web com diferents comptes a les

xarxes socials i més properes a la gent que li pot interessar. Avui en dia aquesta és la manera més eficient per atreure visitants a la nostra exposició.

A banda d'utilitzar xarxes socials i webs corporatives també trobem rellevant emprar mitjans més tradicionals per a promocionar el projecte: cartells a conferències del sector, informant a la premsa escrita, entre d'altres campanyes publicitàries.

## **2.4. Relació amb els clients**

- Comunicació entenedora a tots els públics per als visitants de l'exposició
- Promoure la interactivitat amb el que s'exposa
- Local expositiu acollidor i original que promou aprendre més sobre el tema

La única relació que tenim amb els visitants és a través d'explicar la història del *software*, més concretament dels sistemes operatius, a partir de la nostra exposició. Per tant la comunicació del que es vol exposar ha de ser entenedora per a tot tipus de visitants i es promourà la interactivitat a partir de diferents eines per tal de ser més propers.

## **2.5. Fonts de finançament**

- Finançament entitats col·laboradores
- Donatius individuals o d'organitzacions
- Entrades visitants
- Ajudes de l'ajuntament i/o diputació

La font de finançament del model de *Showare* que presentem prové principal de les entrades dels visitants a l'exposició i de donatius individuals o d'organitzacions i entitats concretes. També com bé vam veure a la xerrada al CCCB, si l'exposició s'organitza per un centre públic com el que vam anar a visitar, el finançament vindria especialment de les ajudes que oferiria la diputació i/o l'ajuntament local.

## **2.6. Recursos clau**

- Un comissari expert en la temàtica de l'exposició, equip d'organitzadors d'exposicions, responsables de la seguretat, transport i d'entitats col·laboradores.
- Equip d'ofimàtica, màrqueting xarxes socials i ERP.
- Donatius d'organitzacions o persones i ajudes dels ajuntaments o diputacions.
- Local expositiu, infraestructura per a exposicions i pantalles interactives.

Els recursos clau els hem classificat en diferents categories ja que se n'empren molts. Com a recursos humans clau tenim el comissari, que ha de ser expert en la temàtica de l'exposició, un equip d'organitzadors, que són tots aquells que treballen per tal d'ajudar a muntar l'exposició i de la gestió de l'organització, els responsables de seguretat, responsables de transport de les peces exposables i membres de les entitats col·laboradores. Per que fa al material, gairebé tot és material tecnològic per als equips d'ofimàtica, xarxes socials i ERP. Un recurs clau, ja descrit anteriorment, és el

finançamet, que ve donat principalment per donatius, ajudes dels ajuntaments i diputacions i el preu de les entrades per als visitants. Finalment, pel que fa a la infraestructura, s'ha de disposar d'un local on exposar, com també de material com vitrines, marcs, panells d'informació i pantalles interactives.

## **2.7. Activitats clau**

- Explicar la història dels sistemes operatius i l'impacte que han tingut i tindran
- Promoció de l'exposició a través d'un ús constant de xarxes socials i webs
- Atreure l'interès pel tema a persones de diferents grups d'edat.

L'activitat principal del nostre model de *Showare* és, evidentment, exposar la història del *software* a partir d'un tema en concret que són els sistemes operatius. Per tal de poder explicar aquesta història ens caldrà una altra activitat clau que és atraure gent que tingui interès pel tema a partir de la promoció de l'exposició amb diferents mitjans.

## **2.8. Socis clau**

- Ajuntaments
- Entitats col·laboradores del mateix sector
- Museus i exposicions relacionats amb la tecnologia
- Universitats amb graus tecnològics
- Docents i treballadors del sector de la tecnologia

Els socis clau per al nostre projecte seran les institucions públiques com els ajuntaments o les diputacions locals, en el cas que l'exposició l'organitza un centre total o parcialment públic, com el CCCB; les entitats col·laboradores, altres museus o centres de cultura que organitzin exposicions relacionades amb la tecnologia o la ciència, les universitats amb graus tecnològics, que ens poden proporcionar peces o informació rellevant, com també docents o gent relacionada amb el sector tecnològic.

## **2.9. Estructura de costos**

- Cost lloguer del lloc expositiu
- Cost transport de les peces a exposar
- Cost d'implementar i mantenir l'ERP
- Cost contractació de personal de seguretat
- Cost contractació de personal organitzador i responsable de les xarxes socials
- Cost material i llicències d'ofimàtica
- Cost contractació personal encarregat de l'ofimàtica
- Cost eines de comunicació
- Altres costos

Al ser una exposició el que cal organitzar, els costos principals de l'organització seran el lloguer del lloc expositiu i el transport de les peces a exposar. Pel que fa al personal,

caldrà gent encarregada de la seguretat, organització i muntatge de l'exposició, màrqueting i responsable de les xarxes socials, com també personal encarregat de l'ofimàtica. Altres costos seran pel material per necessari per a exposar com les vitrines, taules, marcs i panells informatius, com també material d'ofimàtica i les eines de comunicació i promoció de l'exposició.



## 2. Referències

- Wikipedia. Business Model Plan [en línia]. [Consulta: 14 novembre 2022]. Disponible a: <[https://en.wikipedia.org/wiki/Business\\_Model\\_Canvas](https://en.wikipedia.org/wiki/Business_Model_Canvas)>
- draw.io. Using the Business Model Canvas template in draw.io [en línia]. [Consulta: 21 novembre 2022]. Disponible a: <<https://drawio-app.com/business-model-canvas/>>
- IEBS. Qué es el Modelo Canvas y ejemplos de Canvas reales [en línia]. [Consulta: 21 novembre 2022]. Disponible a: <<https://www.iebschool.com/blog/que-es-el-modelo-canvas-y-como-aplicarlo-a-tu-negocio-agile-scrum/>>
- Modelo canvas. Propuesta de Valor [en línia]. [Consulta: 28 novembre 2022]. Disponible a: <<https://modelocanvas.net/propuesta-de-valor/>>
- Wikipedia. Enterprise resource planning [en línia]. [Consulta: 28 novembre 2022]. Disponible a: <[https://en.wikipedia.org/wiki/Enterprise\\_resource\\_planning](https://en.wikipedia.org/wiki/Enterprise_resource_planning)>
- Strategyzer. How do I use the Key Resources building block of the Business Model Canvas? [en línia]. [Consulta: 30 novembre 2022]. Disponible a: <<https://www.strategyzer.com/business-model-canvas/key-resources>>