

PREGUNTAS COMPETENCIALES PAU-TEMA 8-INNOVACIÓN EN MODELOS DE NEGOCIO Y GESTIÓN

PAU-2025-TITULAR A

D.1. Una empresa se dedica a la fabricación de mobiliario de jardín utilizando plástico reciclado. Aunque sus productos son ligeramente más caros que los de la competencia, la empresa ha tenido una buena aceptación en el mercado, sobre todo a raíz de una campaña de marketing donde se contaba la historia real de su fundador que, abrumado por la acumulación de desechos plásticos, decidió apostar por la ecología y la sostenibilidad del planeta.

a) ¿Qué nombre recibe esta **técnica narrativa**?
b) ¿A qué se debe el éxito de la misma?

D.2. Un grupo de emprendedores está buscando ideas para lanzar un nuevo producto en el sector de la confitura de frutas. Para ello, deciden aplicar dos **técnicas de generación de nuevas ideas**: 1º) reunir a un grupo de personas consumidoras del producto, así como a otro grupo formado por personal de la empresa, y pedirles a todos que propongan libremente ideas constructivas durante un tiempo limitado. 2º) Utilizar otra técnica en la que mejoran productos existentes respondiendo a preguntas específicas, como "¿Qué se puede cambiar o modificar?" y "¿Qué podemos eliminar?".

Indique las dos técnicas de generación de ideas que están utilizando los emprendedores y justifique cómo contribuye cada una a la creación de nuevas ideas de negocio.

PAU-2025-TITULAR B

D.1. Dos jóvenes graduadas en informática han desarrollado una APP para ayudar a controlar el estrés y relajarse, enfocada especialmente hacia el estudiantado en época de exámenes. Quieren ponerla en el mercado gratuitamente, si bien, como es lógico, desean también obtener beneficios con su explotación.

a) ¿Qué nombre recibe el **modelo de negocio** que desean aplicar?
b) ¿Cómo pueden obtener beneficios? Explique dos modos de hacerlo.

D.2. La empresa de turismo rural *Andalucía Verde* ofrece experiencias únicas en contacto con la naturaleza, destacando rutas de senderismo guiadas y alojamientos ecológicos. Actualmente, la empresa se promociona principalmente a través de su página web y redes sociales, y vende sus servicios directamente a su clientela. También están considerando cobrar una comisión por cada venta realizada a través de otras plataformas.

Identifique los siguientes tres bloques clave del **modelo Canvas** de esta empresa: propuesta de valor, segmento de clientes y canales de distribución.

PAU-2025-SUPLENTE 1

D.1. Una empresa quiere lanzar un nuevo modelo de teléfono móvil novedoso, cambiando su diseño anterior de forma sustancial. Ante la importancia de la decisión, ha creado maquetas del nuevo modelo que se han enviado a todos los centros de ventas de telefonía, con el objetivo de observar la reacción de los potenciales clientes. El modelo se expone de forma bastante visible en las tiendas y los empleados toman notas de las reacciones que reciben de los clientes.

Explique qué **técnica** está utilizando la empresa **para conocer la reacción del consumidor** ante su producto.

D.2. Durante un evento de *networking* empresarial en Sevilla, un emprendedor se dirige a un inversor y le presenta la siguiente idea de negocio:

"Hola, me llamo Marta y soy la fundadora de GreenPack, una startup andaluza que fabrica envases biodegradables para el sector alimentario. Cada año, miles de toneladas de plástico terminan contaminando nuestro medio ambiente, y en GreenPack ofrecemos una alternativa sostenible que se descompone en menos de 90 días. En solo dos años, hemos conseguido que 20 empresas del sector de la alimentación confíen en nosotros y reducimos más de 15 toneladas de residuos plásticos. Nuestro objetivo ahora es crecer y expandirnos a nivel nacional, y estamos buscando aliados que quieran formar parte de esta revolución sostenible. ¿Podríamos concretar una reunión para hablar más sobre cómo podemos colaborar?"

- a) ¿Qué técnica de presentación está utilizando Marta para captar la atención del inversor?
- b) ¿Por qué es una herramienta útil?

PAU-2025-SUPLENTE 1

D.1. Una conocida plataforma digital de contenidos multimedia ofrece sus servicios de forma gratuita a sus clientes, aunque cobra a los clientes si quieren disfrutar de mejores servicios o servicios extra.

- a) ¿Qué patrón de negocio está utilizando esta plataforma?
- b) ¿Dónde está el negocio de esta empresa si el producto es ofrecido inicialmente de forma gratuita?

D.2. Álvaro Rodríguez y Amaro de la Calle son dos jóvenes emprendedores de Jerez de la Frontera creadores de la marca *Gloria Vendimia*. El proyecto surge a finales de 2018 como comercio online de camisetas y sudaderas con mensajes creativos, con doble sentido y muy andaluces. La apertura de un local en pleno centro de la ciudad llegó cuatro años más tarde. Un éxito cuya clave está “en la creatividad”. La popular serie ‘Stranger things’ se traduce en ‘Colgaeras raras’, la mítica serie ‘Friends’ pasa a llamarse en sus camisetas ‘Compañeros’; también se venden mucho la de ‘Papas aliñás’ con la tipografía de ‘Pepe Jeans’, ‘No me enfado pero me da coraje’ o ‘Mencanta Jeré’.

Explique en qué medida ha podido ser importante para estos jóvenes emprendedores el pensamiento lateral o divergente en el **lanzamiento de su marca**.

PAU-2025-2026-ORIENTACIONES PAU

D.1. Tres jóvenes graduadas acaban de crear su propia marca de ropa playera, cómoda, bonita, asequible y fabricada con tejidos naturales (transpirable, alergénico, alta calidad, etc.). Proponga y explique brevemente cuatro ideas basadas en esta información para **diferenciarse de la competencia** y así lograr **posicionarse en el mercado**.

D.2. La empresa *DIGADULT S.A.* ha diseñado una aplicación digital que permite a su clientela (generalmente personas adultas próximas a la jubilación) realizar operaciones comerciales, solicitar servicios de salud, contactar con familiares o similar, etc., de una forma segura, cómoda y con facilidad. A tenor de la información suministrada, se trata de ayudar a esta empresa a realizar su **lienzo de negocio (canvas)** en sus apartados de *segmentos de clientes, socios clave y propuesta de valor*.