5.4 Propuesta de valor

Preguntas de la PAU de otras comunidades autónomas · resueltas

Qué incluye: las preguntas sobre la propuesta de valor que han salido en la PAU de: Cantabria, Galicia, País Vasco. Están ordenados por comunidad y, dentro de cada una, del más reciente al más antiguo.

- Cuando un ejercicio del examen trataba varios temas, aquí aparece solo la parte de este apartado, salvo si una parte depende de otra: entonces va completo.
- Las soluciones son orientativas. La puntuación y el formato del examen cambian de una comunidad a otra.

Cantabria

Ordinaria 2025 Apartado 3 · Tarea 3.2 · opción 1

Amazon nació en 1994 como librería en línea y hoy es una de las mayores plataformas de venta y distribución del mundo. Su filosofía es la obsesión por el cliente: web sencilla, devoluciones fáciles, enorme variedad, precios competitivos y entregas muy rápidas con Prime. Se dirige a casi cualquier consumidor con internet, fideliza con Prime y recomendaciones personalizadas, e invierte mucho en innovación (inteligencia artificial, drones). Se ha diversificado (Prime Video, Music, Fresh) y también ofrece su plataforma a otros vendedores.

Tarea 3.2 · opción 1 Explique la propuesta de valor de Amazon y los factores que impulsan su desarrollo. (1 punto)

SOLUCIÓN ORIENTATIVA

Propuesta de valor: comprar casi cualquier cosa de forma cómoda, con precios competitivos, gran variedad, devoluciones sencillas y entregas muy rápidas. Factores que la impulsan: la orientación total al cliente, la fidelización con Prime y las recomendaciones personalizadas, la inversión en innovación (IA, logística, drones) y la diversificación de servicios.

Extraordinaria 2025 Apartado 3 · Tarea 3.2 · opción 1

Tesla (2003) era en 2018 el mayor vendedor mundial de coches eléctricos, con el 12 % del mercado. Tiene vehículos de gama media, deportivos y de lujo, y también comerciales. Vende directamente en tiendas propias y en su web, donde el cliente elige y personaliza su coche; tiene centros de servicio con atención personalizada, técnicos que van a domicilio y una red propia de supercargadores rápidos y baratos o gratuitos. Su marca se asocia al lujo, la tecnología y la innovación; invierte en software, conducción autónoma y energía sostenible, y también vende baterías domésticas, paneles solares, componentes a otros fabricantes y servicios financieros.

Tarea 3.2 · opción 1 Explique la propuesta de valor de Tesla. (1 punto)

SOLUCIÓN ORIENTATIVA

Vehículos eléctricos más ecológicos, tecnológicos e innovadores, con imagen de marca de lujo, para todo tipo de clientes (de gama media a alta y comerciales), con atención personalizada, posibilidad de configurar el coche y recarga rápida y barata en su red propia.

Galicia

Ordinaria 2026 Pregunta 4 · 4.2 · opción 1

Una sociedad limitada vende café de especialidad en grano y tostado por suscripción en línea. Compra el café directamente a pequeñas cooperativas de los países de origen, lo tuesta con máquinas automáticas de diseño propio y lo envía al cliente final; al eliminar intermediarios reduce los costes un 60 % y controla mejor la calidad. En su plataforma el cliente elige la variedad y programa las entregas, y puede cancelar cuando quiera, salvo si compra una cafetera automática muy rebajada, que exige un año de permanencia. En la plantilla hay paridad en los puestos directivos, promoción interna por méritos, puestos adaptados a personas con discapacidad, horario flexible y adaptación de la jornada para quienes cuidan de menores o dependientes.

4.2 · opción 1 Defina la propuesta de valor e identifique la de esta empresa. (1,5 puntos)

SOLUCIÓN ORIENTATIVA

La propuesta de valor es el conjunto de beneficios que la empresa ofrece a sus clientes para resolver sus necesidades y por los que la prefieren frente a la competencia. Aquí: café de especialidad de gran calidad, comprado en origen y recién tostado, enviado a casa con un servicio flexible (eligen variedad y entregas y pueden cancelar cuando quieran), a buen precio gracias a la eliminación de intermediarios.

País Vasco

Ordinaria 2026 Pregunta 3 · Opción B · 2

2 ¿Para qué sirve la propuesta de valor?

SOLUCIÓN ORIENTATIVA

determinar el valor diferenciado que la empresa ofrece al cliente. 3: identificar para qué personas u organizaciones se va a crear valor. 4: crear espacios de mercado nuevos, sin competencia, mediante la innovación en valor. 5: analizar fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas e interpretar la posición actual. 6: los segmentos de clientes, clasificados según criterios de segmentación. 7: la formación de nuestros trabajadores (es un factor interno). 8: identificar las actividades internas que generan valor y mejorar la competitividad. 9: cuando hay menos competencia y más posibilidad de diferenciarse. 10: experimentar con clientes reales para comprobar las ideas.

Extraordinaria 2026 Pregunta 3 · Opción B · 8

8 ¿Para qué sirve la propuesta de valor?

SOLUCIÓN ORIENTATIVA

ordenar la oferta en ejes clave de diferenciación y posicionamiento. 9: el conjunto de mecanismos de comunicación y entrega que forman todo el ciclo de relación con el cliente. 10: identificar los tipos de clientes dispuestos a recibir valor según su comportamiento.