# 5.11 Canvas: parte comercial

Preguntas competenciales de la PAU (Andalucía) resueltas · 2025, 2026 y orientaciones 2027

**Qué incluye:** las preguntas de la PAU de Andalucía en las que hay que identificar los bloques comerciales del lienzo Canvas (segmentos de clientes, propuesta de valor, canales, relación con los clientes y fuentes de ingresos), de 2025 y 2026 y del **modelo oficial 2026-2027**, con su **solución** y los **criterios oficiales de corrección**.

- Cada pregunta competencial vale **1 punto** y cada problema **2 puntos**.
- Intenta resolverlo antes de mirar la solución y comprueba con los criterios qué se puntúa.

## Preguntas competenciales

### Orientaciones PAU 2027

**Orientaciones PAU 2027** Modelo oficial 2026-2027 · D.2 1 punto

Un joven emprendedor malagueño va a lanzar al mercado una marca de mochilas y accesorios de viaje fabricados íntegramente con plásticos reciclados recogidos del océano. Su proyecto se enfoca de manera directa en viajeros que viajan con frecuencia y personas concienciadas con la sostenibilidad medioambiental. Las compras se realizarán exclusivamente de manera online a través de su página web oficial, ofreciendo envíos rápidos al domicilio del comprador. Con el objetivo de darse a conocer, el emprendedor planea colaborar estrechamente con creadores de contenido (influencers) dedicados al sector de los viajes. Asimismo, para asegurar el suministro del material reciclado, ha firmado un acuerdo estratégico con varias cofradías de pescadores locales. Identifique al menos tres bloques del modelo Canvas presentes en el texto y justifique su respuesta utilizando ejemplos del enunciado.

**SOLUCIÓN**

Bloques del lienzo Canvas presentes en el texto:

- **Propuesta de valor**: mochilas y accesorios de viaje fabricados con plástico reciclado del océano (producto sostenible).
- **Segmentos de clientes**: viajeros frecuentes y personas concienciadas con el medioambiente.
- **Canales**: venta exclusivamente online a través de la web oficial, con envío rápido a domicilio.
- **Relación con los clientes / promoción**: colaboración con influencers del sector de los viajes para darse a conocer.
- **Socios clave**: acuerdo estratégico con cofradías de pescadores locales que aseguran el suministro de plástico reciclado.

(Bastan tres bloques bien justificados.)

**CRITERIOS OFICIALES DE CORRECCIÓN**

Suma hasta 1 punto en total distribuido así: 0 puntos si contesta incorrectamente o no contesta; hasta 1 punto por los tres bloques. (0,1 por nombrarlos; 0,15 si explica)

## PAU 2026

**PAU 2026** Convocatoria extraordinaria · Suplente 2 · D.2 1 punto

Una emprendedora andaluza va a poner en marcha un negocio de comida saludable basado en ensaladas elaboradas con productos ecológicos. Su propuesta se dirige principalmente a personas preocupadas por una alimentación sana. Los clientes podrán personalizar sus platos eligiendo los ingredientes. Además, podrán consumirlos en el local, recogerlos para llevar o recibirlos a domicilio. La empresa ofrecerá descuentos y promociones a los clientes habituales a través de un programa de fidelización. Para garantizar la calidad del producto, la emprendedora colaborará con agricultores locales como principales proveedores.

**a)** Identifique al menos tres bloques del modelo Canvas.

**b)** Justifique su respuesta según lo descrito en el texto.

**SOLUCIÓN**

**a)** y **b)** Bloques del modelo Canvas:

- **Propuesta de valor**: comida saludable con ensaladas de productos ecológicos, personalizables por el cliente.
- **Segmentos de clientes**: personas preocupadas por una alimentación sana.
- **Canales**: consumo en el local, recogida para llevar y entrega a domicilio.
- **Relación con los clientes**: programa de fidelización con descuentos y promociones para clientes habituales.
- **Socios clave**: agricultores locales como principales proveedores, que garantizan la calidad del producto.

## PAU 2025

**PAU 2025** Titular · Examen B · D.2 1 punto

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.

**SOLUCIÓN**

- **Propuesta de valor**: experiencias únicas en contacto con la naturaleza (rutas de senderismo guiadas) con alojamientos ecológicos.
- **Segmentos de clientes**: turistas interesados en la naturaleza, el senderismo y el turismo sostenible (familias, grupos, personas que buscan desconectar).
- **Canales**: página web y redes sociales para promocionarse, venta directa a la clientela y, en el futuro, otras plataformas de reserva.

**CRITERIOS OFICIALES DE CORRECCIÓN**

Suma hasta 1 punto en total, distribuido así: 0 puntos si contesta incorrectamente o no contesta; 0,3 puntos si justifica con claridad, coherencia y cohesión un bloque ligado al negocio; 0,6 puntos si justifica dos bloques y 1 punto si justifica tres tipos de bloques.

**PAU 2025** Suplente 2 · Examen B · D.2 1 punto

Una startup tecnológica especializada en servicios de almacenamiento en la nube adoptó un modelo de negocio freemium, ofreciendo espacio gratuito inicial a todos los usuarios y planes premium a aquellos que necesitan más almacenamiento. Una campaña en TikTok con influencers destacando los beneficios del servicio gratuito logró viralizarse y atraer a más de 1 millón de nuevos usuarios en un mes. Utilizando el modelo del lienzo de negocio, identifique la propuesta de valor, el canal de comunicación empleado y la relación con los clientes que contribuyeron al éxito de la campaña.

**SOLUCIÓN**

- **Propuesta de valor**: espacio de almacenamiento en la nube gratuito al empezar, con planes premium para quien necesite más (modelo freemium); comodidad y seguridad para guardar archivos.
- **Canal de comunicación**: redes sociales, en concreto una campaña en TikTok con influencers que se hizo viral.
- **Relación con los clientes**: autoservicio digital y automatizado, captando usuarios con la gratuidad y fidelizándolos para que pasen a planes de pago (relación basada en la comunidad y la recomendación entre usuarios).

**CRITERIOS OFICIALES DE CORRECCIÓN**

Suma hasta 1 punto en total distribuido así: 0 puntos si contesta incorrectamente o no contesta; 0,3 puntos por responder correctamente a una de las cuestiones; 0,6 puntos por responder adecuadamente a dos de las cuestiones; 1 punto por responder adecuadamente las tres cuestiones.

**PAU 2025** Titular · Examen B · D.1 1 punto

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.

**SOLUCIÓN**

**a)** Es el modelo de negocio **freemium**: la versión básica es gratuita y se cobra por funciones avanzadas.

**b)** Pueden obtener beneficios de varias formas:

- **Versión premium o suscripción**: cobrar por funciones extra (meditaciones guiadas, planes personalizados, sin anuncios).
- **Publicidad**: vender espacios publicitarios dentro de la app a anunciantes interesados en el público estudiante.
- También: compras dentro de la app o acuerdos con universidades y centros educativos.

**CRITERIOS OFICIALES DE CORRECCIÓN**

Suma hasta 1 punto en total, distribuido así: 0 puntos si contesta incorrectamente o no contesta; a) 0,4 puntos por responder con corrección; b) hasta 0,3 puntos si explica con claridad, coherencia y cohesión cada posibilidad de las dos (0,6 puntos en total) solicitadas.