UD 8. Innovación en modelos de negocio y de gestión

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

Qué incluye: todas las preguntas de esta unidad que han salido en la PAU de Andalucía, más las del **modelo oficial 2026-2027** (orientaciones para la PAU 2027). Cada ejercicio lleva su **solución** y los **criterios oficiales de corrección**.

- Bloque D del examen: Herramientas para innovar en modelos de negocio y de gestión.
- 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: justificar con los conceptos del tema es lo que da los puntos.

Preguntas competenciales

Orientaciones PAU 2027

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

Carmen es una joven emprendedora que ha diseñado un innovador sistema de sensores domésticos para optimizar el consumo de agua y luz en los hogares. Mañana asistirá a un evento donde coincidirá con importantes inversores de capital riesgo y dispone de una única y breve oportunidad para captar su interés, por lo que debe presentar los puntos clave de su proyecto de manera concreta, atractiva y en un tiempo máximo de dos minutos. ¿Qué herramienta de comunicación se le está pidiendo que utilice? Explique en qué consiste.

SOLUCIÓN

Se le pide que utilice un **elevator pitch** (discurso del ascensor).

Consiste en presentar un proyecto en muy poco tiempo (lo que dura un trayecto en ascensor, entre 30 segundos y 2 minutos) de forma clara, concreta y atractiva para despertar el interés del interlocutor (aquí, los inversores de capital riesgo) y conseguir una segunda reunión. Debe incluir:

- El problema o necesidad que resuelve (el derroche de agua y luz en los hogares).
- La solución y su propuesta de valor (los sensores que optimizan el consumo y el ahorro que generan).
- El mercado o clientes a los que se dirige y por qué el proyecto es viable y rentable.
- Una petición final (qué se busca del inversor) y un cierre que se recuerde.

CRITERIOS OFICIALES DE CORRECCIÓN

Suma hasta 1 punto en total distribuidos así: 0 puntos si contesta incorrectamente o no contesta; a) hasta 0,2 puntos si identifica adecuadamente la herramienta; b) hasta 0,2 puntos por la explicación de cada parte en función del texto.

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 ordinaria · Titular · D.1 1 punto

Una conocida firma de ropa enfocada en el segmento de edad entre 14 y 20 años es muy reconocible por el olor de sus establecimientos, muy característico y agradable. Por otro lado, en las tiendas existe un hilo musical de fondo con música popular entre el mencionado segmento de edad, así como pantallas donde se muestran videos reconocibles por el grupo de edad objetivo. ¿Qué herramienta o estrategia de marketing aplica esta empresa para captar a su público objetivo? Explique su respuesta.

SOLUCIÓN

Aplica el **neuromarketing** (marketing sensorial o experiencial).

Utiliza estímulos que actúan sobre los sentidos y las emociones del cliente, a menudo de forma inconsciente: un **olor** característico y agradable (marketing olfativo), **música** popular entre los jóvenes (marketing auditivo) y **vídeos** con los que se identifican (marketing visual). Así crea una experiencia de compra agradable, asocia la tienda con emociones positivas, hace que la marca se reconozca y se recuerde, alarga el tiempo que el cliente pasa en la tienda y aumenta las posibilidades de compra.

CRITERIOS OFICIALES DE CORRECCIÓN

Suma hasta 1 punto en total distribuidos así: 0 puntos si contesta incorrectamente o no contesta; hasta 0,25 puntos por identificar correctamente la estrategia; hasta 0,75 puntos por explicar y responder con coherencia a esta cuestión.

PAU 2026 Convocatoria ordinaria · Titular · D.2 1 punto

La cooperativa andaluza Huerta Cercana vende cestas de verduras ecológicas a domicilio en varias ciudades. Hasta ahora han ido improvisando, pero quieren aclarar su modelo de negocio utilizando el modelo Canvas.

a) Indique tres bloques del lienzo de modelo de negocio que considere especialmente importantes para Huerta Cercana y explique brevemente qué debería reflejar cada uno en este caso.

b) Señale una ventaja de usar el modelo Canvas para emprendedores y pequeñas empresas.

SOLUCIÓN

a) Tres bloques especialmente importantes:

- **Propuesta de valor**: verduras ecológicas, frescas y de proximidad, llevadas a casa; comodidad para el cliente y confianza en el origen (producto de cooperativa andaluza).
- **Segmentos de clientes**: familias y personas urbanas preocupadas por la alimentación sana y el medioambiente que valoran recibir la compra en casa.
- **Canales**: tienda online o app para hacer el pedido, reparto a domicilio y redes sociales para darse a conocer.

(También valdrían: relación con los clientes, por ejemplo suscripción semanal; socios clave, como agricultores y empresas de reparto; fuentes de ingresos o estructura de costes.)

b) Ventaja: permite ver en **una sola página** y de forma visual todo el modelo de negocio, detectar huecos o incoherencias y modificarlo con facilidad, sin necesidad de un plan de empresa largo y costoso.

CRITERIOS OFICIALES DE CORRECCIÓN

Suma hasta 1 punto en total distribuido así: 0 puntos si contesta incorrectamente o no contesta; a) hasta 0,75 puntos si cita 3 bloques relevantes (0,25 por cada bloque); b) hasta 0,25 puntos si señala una ventaja clara aplicada a emprendedores/pequeñas empresas.

PAU 2026 Convocatoria ordinaria · Suplente 1 · D.1 1 punto

HP comercializa impresoras con un precio inicial muy asequible, mientras que los cartuchos de tinta son muy costosos. Estas impresoras HP solo funcionan con cartuchos originales de la marca, lo que garantiza calidad y compatibilidad. Además, ofrece un servicio en el que los clientes pagan de manera periódica una cuota mensual basada en la cantidad de impresión que realizan, recibiendo automáticamente los cartuchos necesarios. Esto facilita el uso continuo de las impresoras, asegura que siempre haya tinta disponible y proporciona a la empresa ingresos regulares y previsibles. Identifique y explique los patrones de modelo de negocio que lleva a cabo HP descritos en el texto.

SOLUCIÓN

HP combina dos patrones:

- **Cebo y anzuelo (cebo y gancho)**: vende el producto principal (la impresora) a un precio muy bajo, incluso con poco margen, para atraer clientes, y gana dinero con los consumibles que el cliente tiene que comprar después (los cartuchos caros y exclusivos de la marca).
- **Suscripción**: el cliente paga una cuota periódica (mensual) según lo que imprime y recibe automáticamente los cartuchos. Da a la empresa ingresos regulares y previsibles y fideliza al cliente.

CRITERIOS OFICIALES DE CORRECCIÓN

Suma hasta 1 punto en total distribuido así: 0 puntos si contesta incorrectamente o no contesta; hasta 0,25 puntos por nombrar cada uno de los modelos; hasta 0,25 puntos por la explicación de cada modelo.

PAU 2026 Convocatoria ordinaria · Suplente 1 · D.2 1 punto

Una empresa andaluza dedicada al desarrollo de aplicaciones móviles quiere lanzar al mercado una nueva app para la gestión de reservas en restaurantes. Antes de la producción definitiva, decide elaborar un prototipo para evaluar su funcionalidad y la aceptación por parte de los clientes. Explique en qué consiste el prototipado y cuál es su utilidad para esta empresa.

También salió en: PAU 2026 (Convocatoria extraordinaria · Titular)

SOLUCIÓN

El **prototipado** consiste en crear una versión preliminar, simplificada o de prueba de un producto (un prototipo) antes de su producción definitiva, para comprobar cómo funciona y cómo reaccionan los usuarios. Puede ir desde un boceto o maqueta hasta una versión funcional básica.

Utilidad para la empresa:

- Comprobar si la app de reservas funciona bien (facilidad de uso, errores, diseño) y mejorarla antes del lanzamiento.
- Conocer la opinión de clientes reales (restaurantes y usuarios) y saber si la aceptarán.
- **Reducir el riesgo y los costes**: detectar fallos cuando corregirlos es barato, en lugar de invertir en una app completa que quizá no se use.

CRITERIOS OFICIALES DE CORRECCIÓN

Suma hasta 1 punto en total distribuido así: 0 puntos si contesta incorrectamente o no contesta; hasta 0,4 puntos si define con claridad, coherencia y cohesión el prototipado; hasta 0,6 puntos si explica correctamente su utilidad en la empresa.

PAU 2026 Convocatoria ordinaria · Suplente 2 · D.1 1 punto

Un grupo de jóvenes emprendedores quiere crear una aplicación que permita a jóvenes estudiantes mejorar su organización de estudio, minimizando su estrés y disminuyendo su ansiedad. Antes de realizar una inversión a mayor escala, deciden probarla con estudiantes del instituto donde estudiaron, recogiendo opiniones y analizando las reacciones del alumnado a su producto. ¿Qué técnica están utilizando para conocer la reacción de sus futuros clientes? ¿En qué consiste?

SOLUCIÓN

Utilizan el **prototipado** (testeo o validación con un prototipo), combinado con la **observación** de los usuarios.

Consiste en crear una versión de prueba de la aplicación y dársela a un grupo de usuarios reales (estudiantes de su antiguo instituto) para observar cómo la usan, recoger sus opiniones y analizar sus reacciones. Así pueden detectar fallos, mejorar la app y comprobar si tiene aceptación **antes de hacer una inversión mayor**, reduciendo el riesgo.

CRITERIOS OFICIALES DE CORRECCIÓN

Suma hasta 1 punto en total distribuidos así: 0 puntos si contesta incorrectamente o no contesta; hasta 0,5 puntos por responder con coherencia la técnica en cuestión; hasta 0,5 puntos por explicar en que consiste esta técnica.

PAU 2026 Convocatoria ordinaria · Suplente 2 · D.2 1 punto

Un emprendedor onubense presenta su proyecto de aceite de oliva virgen extra ante inversores, en el que destacan las siguientes frases: 1. ¿Sabían que el 80% del aceite de oliva se vende a granel sin contar su origen? 2. En nuestra empresa unimos aceite de oliva virgen extra con realidad aumentada para contar leyendas locales en cada botella. 3. Buscamos 20.000 € para marketing a cambio del 5 % de beneficio. 4. Soy socio del Recreativo de Huelva desde pequeño.

a) ¿Cómo se llama esta técnica de presentación verbal breve y persuasiva? Explíquela.

b) Asocie las frases del texto con la función que realizan en el discurso de este emprendedor.

SOLUCIÓN

a) Es el **elevator pitch** (discurso del ascensor): una presentación oral muy breve (alrededor de un minuto), clara y persuasiva de una idea de negocio, con el objetivo de despertar el interés de inversores o socios y conseguir una segunda reunión.

b) Funciones de cada frase:

- **Frase 1**: **gancho / presentar el problema**: capta la atención con un dato llamativo.
- **Frase 2**: **propuesta de valor / solución**: qué hace diferente al proyecto.
- **Frase 3**: **petición (llamada a la acción)**: qué necesita y qué ofrece a cambio.
- **Frase 4**: **conexión personal o emocional**: genera cercanía y confianza con quien escucha.

CRITERIOS OFICIALES DE CORRECCIÓN

Suma hasta 1 punto en total distribuido así: 0 puntos si contesta incorrectamente o no contesta; hasta 0,2 puntos por identificar correctamente la técnica; hasta 0,2 puntos por explicar adecuadamente la técnica; hasta 0,15 puntos por asociar correctamente cada frase del texto con su función dentro del discurso.

PAU 2026 Convocatoria extraordinaria · Titular · D.1 1 punto

Una joven emprendedora ha abierto un negocio de pizzas artesanales con ingredientes locales y masa hecha a mano. Tras unos meses, observa que no se vende lo suficiente y que no se logra cubrir todos los costes. Está pensando en probar nuevas combinaciones de sabores, cambiar el tamaño de algunas pizzas, adaptar la publicidad con promociones para atraer al público joven utilizando redes sociales y ofertas especiales y suprimir algunos ingredientes caros. Entre las anteriores medidas que se está planteando la emprendedora, identifique cuatro que son propias del método SCAMPER. Justifique su respuesta.

SOLUCIÓN

El método **SCAMPER** plantea preguntas para mejorar un producto: Sustituir, Combinar, Adaptar, Modificar, Proponer otros usos, Eliminar y Reordenar. Cuatro medidas propias de este método:

- **Combinar**: probar nuevas combinaciones de sabores.
- **Modificar**: cambiar el tamaño de algunas pizzas.
- **Adaptar**: adaptar la publicidad con promociones para el público joven en redes sociales.
- **Eliminar**: suprimir algunos ingredientes caros.

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

Un emprendedor ofrece un programa de bienestar para personas mayores de 40 años con ejercicios sin pesas que mejoran la musculatura y la movilidad. Para captar clientes graba y publica rutinas de ejercicios y recomendaciones de hábitos saludables en YouTube e Instagram y solo para aquellos que se suscriban, ofrece planes personalizados para cada usuario. Además, complementa su propuesta con suplementos nutricionales como proteína en polvo y creatina, desarrollados en colaboración con un fabricante especializado, y comercializa camisetas de su propia marca a través de su tienda online.

a) Defina qué es el lienzo de modelo de negocio.

b) Identifique a partir del enunciado tres bloques del lienzo de modelo de negocio. Justifique su respuesta.

SOLUCIÓN

a) El **lienzo de modelo de negocio (modelo Canvas)** es una herramienta visual que describe en una sola página cómo una empresa crea, entrega y capta valor, mediante **nueve bloques**: segmentos de clientes, propuesta de valor, canales, relación con los clientes, fuentes de ingresos, recursos clave, actividades clave, socios clave y estructura de costes.

b) Tres bloques identificados:

- **Segmentos de clientes**: personas mayores de 40 años que quieren mejorar su musculatura y movilidad.
- **Canales**: YouTube, Instagram y su tienda online.
- **Fuentes de ingresos**: suscripciones a planes personalizados, venta de suplementos nutricionales y camisetas de su marca.

(También: **socios clave**, el fabricante especializado de suplementos; **propuesta de valor**, programa de bienestar sin pesas; **relación con los clientes**, contenido gratuito y planes personalizados.)

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

Gema, una joven emprendedora, está preparándose para exponer a posibles inversores su idea de negocio, que consiste en crear una aplicación que permita a jóvenes estudiantes reducir su estrés académico y mejorar su rendimiento escolar. Debe exponer su idea de forma resumida en un tiempo no superior a un minuto. ¿Qué herramienta se le está pidiendo que use? Explique en qué consiste.

SOLUCIÓN

Se le pide que use un **elevator pitch** (discurso del ascensor).

Consiste en una presentación oral **muy breve** (no más de un minuto), clara y persuasiva de su idea de negocio, pensada para captar la atención de un inversor. Debe incluir el problema que resuelve (estrés académico de los estudiantes), la solución y lo que la hace diferente (la app), a quién se dirige y qué necesita (financiación), con el objetivo de despertar interés y conseguir una reunión posterior.

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

La tienda de ropa online Andaluss quiere mejorar la experiencia de sus clientes y aumentar su fidelización, para lo que ha extraído la siguiente información: sus clientes ven redes sociales con tendencias y recomendaciones de influencers, escuchan consejos de amigos sobre ofertas y estilos, desean ir a la moda, pero se preocupan por gastar demasiado y publican comentarios y fotos de compras en redes sociales. Se quejan de que no suelen encontrar ropa de calidad a precios accesibles y buscan ofertas, envíos rápidos y políticas de devolución flexibles.

a) ¿Qué herramienta está utilizando la empresa para comprender mejor los comportamientos y emociones de los clientes potenciales?

b) Explique en función del texto cuatro partes de dicha herramienta.

SOLUCIÓN

a) Utiliza el **mapa de empatía**.

b) Partes según el texto:

- **¿Qué ve?**: redes sociales con tendencias y recomendaciones de influencers.
- **¿Qué oye?**: consejos de amigos sobre ofertas y estilos.
- **¿Qué piensa y siente?**: desea ir a la moda, pero le preocupa gastar demasiado.
- **¿Qué dice y hace?**: publica comentarios y fotos de sus compras en redes sociales.

(También: **esfuerzos o frustraciones**: no encuentra ropa de calidad a precios accesibles; **resultados o deseos**: ofertas, envíos rápidos y devoluciones flexibles.)

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 A · D.1 1 punto

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?

SOLUCIÓN

a) Es el **storytelling** (narración de historias).

b) Su éxito se debe a que conecta emocionalmente con el cliente: una historia real, con un protagonista y unos valores (ecología, sostenibilidad), se recuerda mejor que un mensaje comercial, genera empatía y confianza y diferencia la marca. Por eso los clientes aceptan pagar algo más: no compran solo un mueble, sino los valores que representa.

CRITERIOS OFICIALES DE CORRECCIÓN

Suma hasta 1 punto en total distribuidos así: 0 puntos si contesta incorrectamente o no contesta; a) 0,5 puntos si responde con corrección a la pregunta; b) 0,5 puntos si responde con claridad, coherencia y cohesión.

PAU 2025 Titular · Examen A · D.2 1 punto

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. 2ª) 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.

SOLUCIÓN

- **1.ª técnica: lluvia de ideas (brainstorming)**. Un grupo propone libremente el mayor número de ideas en un tiempo limitado, sin criticarlas, y después se seleccionan. Contribuye porque fomenta el pensamiento divergente y combina puntos de vista distintos (consumidores y personal de la empresa).
- **2.ª técnica: SCAMPER**. Consiste en hacerse preguntas sobre un producto existente: sustituir, combinar, adaptar, modificar, poner otros usos, eliminar y reorganizar. Contribuye porque obliga a mirar el producto desde ángulos distintos y genera mejoras o productos nuevos a partir de lo que ya existe.

CRITERIOS OFICIALES DE CORRECCIÓN

Suma hasta 1 punto en total distribuidos así: 0 puntos si contesta incorrectamente o no contesta; 0,5 puntos si responde con claridad a cada una de las dos técnicas, aunque no sepa enunciar el nombre en inglés (0,2 puntos si solo la identifica sin explicar) (total 1 punto).

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.

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 1 · Examen A · D.1 1 punto

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.

SOLUCIÓN

La empresa utiliza el **prototipado**: crea maquetas (prototipos) del nuevo móvil, una representación del producto antes de fabricarlo, para probarlo con clientes potenciales. Lo combina con la **observación** como técnica de investigación: los empleados registran las reacciones de los clientes sin preguntarles directamente.

Así obtiene información real sobre si el nuevo diseño gusta, qué mejorar y si conviene lanzarlo, reduciendo el riesgo antes de hacer la inversión en producción.

CRITERIOS OFICIALES DE CORRECCIÓN

Suma hasta 1 punto en total, distribuido así: 0 puntos si contesta incorrectamente o no contesta; hasta 1 punto si responde con claridad, coherencia y cohesión a la cuestión.

PAU 2025 Suplente 1 · Examen A · D.2 1 punto

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?

SOLUCIÓN

a) Marta utiliza un **elevator pitch** (discurso del ascensor): una presentación muy breve, concreta y atractiva de su proyecto, que termina pidiendo una reunión.

b) Es útil porque:

- Permite captar la atención de un inversor en muy poco tiempo, aprovechando cualquier oportunidad (un evento de networking).
- Obliga a sintetizar lo esencial: el problema (residuos plásticos), la solución (envases biodegradables en 90 días), los resultados conseguidos (20 empresas clientes, 15 toneladas menos de plástico) y lo que se busca (aliados para crecer).
- Termina con una petición concreta (una reunión) que abre la puerta a una presentación más completa.

CRITERIOS OFICIALES DE CORRECCIÓN

Suma hasta 1 punto en total, distribuido así: 0 puntos si contesta incorrectamente o no contesta; a) hasta 0,5 puntos si identifica claramente la técnica; b) hasta 0,25 puntos por cada característica identificada, hasta dos de las múltiples posibles (0,5 puntos en total).

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

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.

SOLUCIÓN

Cuatro ideas para diferenciarse y posicionarse:

- **Tejidos naturales y sostenibles**: comunicar que la ropa es transpirable, hipoalergénica y respetuosa con el medioambiente (posicionamiento ecológico).
- **Relación calidad-precio**: alta calidad y diseño bonito a un precio asequible, frente a marcas más caras.
- **Comodidad**: prendas pensadas para el día de playa, con tallas y cortes cómodos para todo tipo de cuerpos.
- **Identidad de marca y comunicación**: storytelling sobre las tres jóvenes fundadoras, presencia en redes sociales e influencers, diseños con un estilo propio (por ejemplo, inspirados en las costas andaluzas) y ediciones limitadas.

CRITERIOS OFICIALES DE CORRECCIÓN

Suma hasta 1 punto en total distribuidos así: 0 puntos si contesta incorrectamente o no contesta; hasta 0,25 puntos si explica con claridad, coherencia y cohesión cada una de las cuatro ideas diferentes pedidas (0,1 punto si solamente nombra en qué se basa, pero no la explica adaptada al negocio concreto).

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

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.

SOLUCIÓN

- **Segmentos de clientes**: personas adultas próximas a la jubilación o ya jubiladas; personas con poca experiencia digital; también sus familiares, que pueden recomendar la app.
- **Socios clave**: centros de salud y servicios sanitarios; comercios y plataformas de venta online; bancos (pagos seguros); empresas de telecomunicaciones y desarrolladores de software; asociaciones de mayores.
- **Propuesta de valor**: una app segura, cómoda y fácil de usar que reúne en un solo lugar compras, gestiones sanitarias y contacto con la familia, favoreciendo la autonomía de las personas mayores.

CRITERIOS OFICIALES DE CORRECCIÓN

Suma hasta 1 punto en total distribuidos así: 0 puntos si contesta incorrectamente o no contesta; 0,3 puntos por aportar sugerencias correctas en uno de los apartados, 0,6 puntos por hacerlo en dos y 1 punto por hacerlo en los tres, pidiendo un mínimo de dos opciones en cada uno.

PAU 2025 Suplente 2 · Examen A · D.1 1 punto

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?

SOLUCIÓN

a) Utiliza el patrón **freemium**: servicio básico gratuito y versión de pago con más prestaciones.

b) El negocio está en conseguir una base muy grande de usuarios gracias a la gratuidad y en que una parte de ellos (aunque sea pequeña) se pase a la **versión de pago** (premium) para tener mejores servicios o servicios extra. Los ingresos de los usuarios de pago cubren el coste de los gratuitos. Además, los usuarios gratuitos pueden generar ingresos por **publicidad** y difunden el servicio, atrayendo nuevos clientes.

CRITERIOS OFICIALES DE CORRECCIÓN

Suma hasta 1 punto en total, distribuido así: 0 puntos si contesta incorrectamente o no contesta; a) 0,25 puntos por responder con corrección; b) hasta 0,75 puntos por responder con claridad, coherencia y cohesión.

PAU 2025 Suplente 2 · Examen A · D.2 1 punto

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 ‘Compares’; 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. simulación. Elegir UNA de las dos preguntas propuestas.

SOLUCIÓN

El **pensamiento lateral o divergente** consiste en buscar muchas ideas originales, saliendo de los caminos habituales y combinando elementos que normalmente no se relacionan.

Ha sido clave para Gloria Vendimia porque les ha permitido crear un producto diferente: combinan referencias de la cultura popular (series, marcas conocidas) con expresiones y humor andaluz («Colgaeras raras», «Compares», «Papas aliñás»). Esa creatividad diferencia su marca de la competencia, genera identificación con el público andaluz y facilita que las camisetas se difundan en redes sociales, lo que explica su éxito.

CRITERIOS OFICIALES DE CORRECCIÓN

Suma hasta 1 punto en total, distribuido así: 0 puntos si contesta incorrectamente o no contesta; hasta 0,5 puntos si demuestra conocimiento del concepto pensamiento lateral o divergente (al margen de la forma en que lo haga o aplique el conocimiento); hasta 0,5 puntos adicionales si lo realiza en el contexto de la empresa del caso (en el supuesto de que solo aplique de forma correcta al caso del enunciado obtendrá 1 punto, dado que es lo que se pregunta).

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

La empresa andaluza GreenTech Solutions, dedicada al desarrollo de soluciones tecnológicas para la optimización energética, está buscando nuevas ideas para diversificar su oferta. En una de sus sesiones creativas, el equipo se divide en grupos y utiliza diferentes enfoques para generar ideas innovadoras. En un primer enfoque, los empleados generan una gran cantidad de propuestas sin restricciones, donde se anima a que cualquier idea, por descabellada que parezca, sea considerada. Identifique la técnica utilizada en el contexto de generación de ideas y explique brevemente cómo esa técnica puede ayudar a fomentar la creatividad y generar soluciones innovadoras.

SOLUCIÓN

La técnica es la **lluvia de ideas (brainstorming)**.

Ayuda a la creatividad porque se basa en el pensamiento divergente: se generan muchas ideas en poco tiempo, sin críticas ni juicios, lo que elimina el miedo a equivocarse; las ideas de unos inspiran a otros y se combinan; y entre muchas propuestas, incluso las más «descabelladas», pueden surgir soluciones originales. Después se seleccionan las más viables (fase convergente).

CRITERIOS OFICIALES DE CORRECCIÓN

Suma hasta 1 punto en total distribuido así: 0 puntos si contesta incorrectamente o no contesta; 0,5 puntos si identifica con claridad la técnica; hasta 0,5 puntos por la explicación.

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.