

PREGUNTAS COMPETENCIALES PAU-TEMA 5-FUNCIÓN COMERCIAL

PAU-2025-TITULAR B

C.3. Una empresa fabrica relojes y los vende siguiendo dos estrategias diferenciadas. Los relojes de alto precio y calidad los vende en uno o muy pocos establecimientos de cada ciudad. Sin embargo, los relojes de calidad y precio muy inferior, asequibles para todos los bolsillos, los vende bajo otra marca, ofertándolos en todo tipo de comercios en cada zona geográfica. Indique qué tipo de **estrategia de distribución** ha elegido en cada caso y por qué ha realizado esa elección.

PAU-2025-SUPLENTE 1

C.2. *ZAPAND* es una empresa andaluza fabricante de calzado que va a lanzar un nuevo modelo de zapatillas de gran calidad, cómodas y de diseño elegante, destinadas a personas mayores que pasan mucho tiempo en casa o están en residencias de ancianos. Dada las características del producto, el precio de las zapatillas será elevado. Indique y explique tres **criterios de segmentación de mercados** que esta empresa podría usar en su plan de marketing.

PAU-2025-SUPLENTE 1

C.3. En relación con las **acciones o variables de marketing**:

- a) Una empresa de reparto de comida a domicilio ha decidido lanzar una campaña en la que sus clientes podrán recibir 3 pedidos y abonar solo 2 si se hacen de martes a jueves durante los meses de febrero, abril, agosto y octubre del año en curso. Indique qué instrumento de marketing está empleando esta empresa, justificando en qué consiste.
- b) El conocido fabricante de chocolate *NESTLÉ* decidió comercializar toda su amplia cartera de productos (chocolate, agua, helado, yogur, etc.) bajo la misma marca empresa. Señale qué estrategia de marca sigue y cite un beneficio que pueda tener para dicha empresa.

PAU-2025-SUPLENTE 2

C.3. Jorge, especialista en marketing, acaba de llegar a su nuevo trabajo en una empresa de reciente creación con mercado en Andalucía, dedicada a servicios de telefonía móvil. La primera tarea que le han pedido sus jefes es diseñar una estrategia de **segmentación de su mercado**. Explique lo que implica hacer una segmentación en el mercado en el caso de servicios de telefonía móvil, y explique, de forma clara y argumentada, dos posibles criterios de segmentación que podría aplicar.

PAU-2025-2026-ORIENTACIONES

C.3. Una empresa que vende lámparas está preparando estrategias de su **política de promoción o comunicación** para el próximo semestre. Entre otras opciones, durante el mes de marzo prevé regalar las bombillas con la compra de cada lámpara. Por otro lado, tiene previsto anunciar sus lámparas en la principal cadena de radio de la ciudad durante todo el semestre. En base a lo anterior, especifique qué estrategias tiene previsto utilizar y ponga un ejemplo de otra que pudiera usar.