5.1 La función comercial

Preguntas de la PAU de otras comunidades autónomas · resueltas

Qué incluye: las preguntas sobre la función comercial y las estrategias de marketing que han salido en la PAU de: Aragón, Castilla y León, Castilla-La Mancha, La Rioja, Madrid, Murcia. 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.

Aragón

Modelo 2025 Ejercicio 3 · f)

f) Plan de marketing.

SOLUCIÓN ORIENTATIVA

Plan de marketing: documento que recoge el análisis de la situación (mercado, competencia, DAFO), los objetivos comerciales, las estrategias (segmentación, posicionamiento) y las acciones concretas del marketing-mix (producto, precio, distribución y comunicación), con su presupuesto, calendario y control.

Castilla y León

Junio 2026 Test · 4.

4. ¿Qué enunciado es correcto? a) El plan de marketing se divide en marketing estratégico y operativo; b) el marketing estratégico se refiere al marketing mix; c) el marketing operativo incluye el análisis de fortalezas y debilidades.

SOLUCIÓN ORIENTATIVA

Respuesta correcta: a).

Castilla-La Mancha

Julio 2024 1.2

Función comercial.

SOLUCIÓN ORIENTATIVA

Área de la empresa que relaciona a la empresa con el mercado: investiga las necesidades de los consumidores (investigación de mercados), decide la estrategia de marketing y las variables del marketing mix (producto, precio, distribución y promoción) y se ocupa de la venta, con el objetivo de satisfacer a los clientes y vender de forma rentable.

La Rioja

Ordinaria 2025 Pregunta 5 · 5.1

5.1 Explique el marketing estratégico y sus fases.

SOLUCIÓN ORIENTATIVA

Es la parte del marketing que analiza el mercado y decide a largo plazo a quién dirigirse y cómo posicionarse. Fases: análisis de la situación (mercado, entorno, competencia, DAFO), segmentación del mercado, elección del público objetivo, posicionamiento y fijación de objetivos comerciales; después, el marketing operativo lo aplica con el marketing mix.

Madrid

Modelo 2026-27 Pregunta 3 · b.1)

Usted forma parte de un grupo de emprendedores que va a organizar «GranPop Capital», un festival de música pop con reconocidos artistas internacionales.

b.1) Explique las etapas necesarias para desarrollar el plan de marketing del festival (1 punto).

SOLUCIÓN ORIENTATIVA

1. Análisis de la situación (actuaciones anteriores, entorno, competencia, investigación de mercados y DAFO). 2. Fijación de objetivos, cuantitativos y cualitativos. 3. Elaboración y selección de estrategias (público objetivo y planteamiento del marketing mix). 4. Plan de acción: acciones concretas de producto, precio, promoción y distribución. 5. Presupuesto. 6. Implantación y asignación de recursos. 7. Control y evaluación para detectar desviaciones y corregirlas.

Murcia

Julio 2026 Bloque I · Preguntas 1 a 8 · 6.

Europamur Alimentación, S.A., empresa familiar murciana conocida por su enseña Cash Europa, fue fundada en 1989 por Antonio Navarro García. Se dedica a la distribución mayorista en formato cash & carry (autoservicio mayorista en el que el cliente profesional elige, paga y se lleva los productos), sobre todo para profesionales de la hostelería, la restauración y el pequeño comercio. Según SABI, facturó en 2024 algo más de 333 millones de euros y empleó a 244 personas, cifras que crecen mucho si se suma Nagarmur, S.L., la filial que explota los supermercados Dumbo. El grupo colabora con bancos de alimentos y entidades sociales de las zonas donde opera, donando excedentes aptos para el consumo, y ha implantado medidas de eficiencia energética como iluminación LED y la optimización de cámaras frigoríficas.

6. Suponga que la empresa tiene un departamento de marketing y ventas encargado de la función comercial. ¿Cuál es el cometido de esta función?

SOLUCIÓN ORIENTATIVA

Conectar la empresa con el mercado: estudiar las oportunidades de mercado y establecer un plan para aprovecharlas y cumplir los objetivos comerciales (analizar las necesidades de los consumidores, planificar objetivos y acciones, organizar los medios y controlar el programa comercial). Actúa sobre las «cuatro P»: producto, precio, comunicación y distribución.

7. ¿Cuál es el cometido de la función comercial en la empresa? Enumere las decisiones básicas de esta área.

SOLUCIÓN ORIENTATIVA

La función comercial estudia las oportunidades de mercado y establece un plan para aprovecharlas y cumplir los objetivos comerciales: analizar las necesidades de los consumidores, planificar objetivos y acciones, organizar los medios para ejecutarlas y controlar el programa comercial. Las decisiones básicas son las «cuatro P» de McCarthy: producto, precio, comunicación (promoción) y distribución.