

---

**Solucionario de**

# ejercicios de autoevaluación



---

## Ejercicios de autoevaluación

### Unidad de Aprendizaje 1

1. Determina si la siguiente oración es verdadera o falsa: “La proactividad es una actitud que permite anticiparse de manera activa a problemas futuros”.

■ Verdadero

■ Falso

2. ¿Cuál de las siguientes es una característica de una persona proactiva?

a. Autoconfianza.

b. Conciencia de las limitaciones y habilidades propias.

c. Responsabilidad ante sus aciertos y errores.

**d. Todas las opciones son correctas.**

3. ¿Cómo se llama la característica de la proactividad comercial que permite reconocer los obstáculos potenciales y encontrar una solución para evitarlos, incluso, antes de que dichos obstáculos se conviertan en auténticos problemas?

a. Predicción

**b. Prevención**

c. Participación

d. Planificación

4. Relaciona las características que pertenecen a una persona proactiva y las que pertenecen a una persona reactiva.

a. Persona proactiva

b. Persona reactiva

b. Se desborda emocionalmente ante las situaciones externas adversas.

a. Se enfrenta a los cambios.

a. Tiene autoconfianza.

b. Percibe los cambios como amenazas.

b. Pierde mucho tiempo juzgando.

- b.** Le falta iniciativa.
- a.** Gestiona positivamente la incertidumbre.
- a.** Asume la toma de decisiones y se hace responsable de las consecuencias.

**5. El esfuerzo profesional está íntimamente relacionado con...**

- a. ... la perseverancia y la arrogancia.
- b. ... la arrogancia y la iniciativa.
- c. ... la dedicación, el sacrificio y la perseverancia.**
- d. ... la dedicación y el sacrificio.

**6. Relaciona cada definición con las características que pertenecen a las personas que se esfuerzan:**

- a. Son diligentes.
  - b. Hacen lo mejor que pueden.
  - c. Hacen lo mejor que saben.
  - d. Son justos en sus tareas.
  - e. Son generosos.
  - f. Son creativos.
  - g. Basan su personalidad en el esfuerzo.
- 
- d.** Realizan todas las tareas, incluso las de otros compañeros, como si fueran suyas.
  - a.** Aquella persona que actúa y trabaja con esfuerzo y dedicación para lograr sus objetivos comerciales.
  - g.** Es una condición que los acompaña en cualquier faceta de su vida diaria.
  - c.** Revisan de manera continua dichas tareas para quedar satisfechos.
  - e.** Ofrecen sus conocimientos, talentos e incluso recursos físicos al servicio de otras personas.
  - b.** No se quedan conformes con el primer resultado que obtienen, sino que van más allá y se exigen a sí mismos.
  - f.** Están dispuestos a probar nuevas técnicas y estrategias que les permitan mejorar sus labores profesionales.

7. Determina si la siguiente oración es verdadera o falsa: “Una atención proactiva al cliente no ayuda a reducir costes en la empresa”.

- Verdadero
- **Falso**

8. Ordena cronológicamente los pasos para la optimización de recursos.

1. Definir objetivos.
2. Evaluar recursos y procesos.
3. Identificar debilidades.
4. Planificar acciones.
5. Revisar resultados.

9. ¿Cuál de los siguientes no es un paso para ser una persona proactiva?

- a. Evitar los problemas
- b. Planificarse
- c. Actuar
- d. **No mostrar iniciativa**

10. La habilidad de visualizar y crear respuestas alternativas hace referencia a la...

- a. **... creatividad.**
- b. ... voluntad propia.
- c. ... autoconocimiento.
- d. ... consciencia.



---

## Ejercicios de autoevaluación

### Unidad de Aprendizaje 2

1. Determina si la siguiente oración es verdadera o falsa: “Se entiende por cliente aquella persona que solicita un servicio sin llegar a comprarlo”.

■ Verdadero

■ Falso

2. ¿Cuál de las siguientes es una característica que debe cumplir la atención al cliente?

a. Cuidar los detalles.

b. Respetar el tiempo del cliente.

c. Ser accesible.

**d. Todas las opciones son correctas.**

3. En el proceso de comunicación, ¿quién es el que se encarga de decodificar el mensaje?

a. Emisor

**b. Receptor**

c. Mensajero

d. Cliente

4. El mensaje que el emisor intenta transmitir se llama...

**a. ... mensaje pensado o proyectado.**

b. ... mensaje transmitido.

c. ... mensaje recibido.

d. ... mensaje elaborado.

**5. Relaciona los elementos de la comunicación.**

- a. "Quiero solicitar una beca para poder estudiar el año que viene en su universidad"
  - b. Carta
  - c. Época de preinscripciones
  - d. María
  - e. Folleto ofreciendo información
  - f. Universidad de Salamanca
  - g. Escrito
- 
- d.** Emisor
  - f.** Receptor
  - b.** Canal
  - c.** Contexto
  - a.** Mensaje
  - g.** Código
  - e.** Retroalimentación

**6. Una reunión de un jefe y un trabajador en su despacho es...**

- a. ... una comunicación no presencial.
- b. ... un monólogo.
- c. ... una comunicación presencial.**
- d. ... una comunicación escrita.

**7. En la escucha activa...**

- a. ... se pueden tener propias expectativas sin que interfieran.
- b. ... se han de saber interpretar las manifestaciones verbales y no verbales.**
- c. ... se puede llevar a cabo teniendo prisa.
- d. ... se realiza de manera inconsciente en cualquier ámbito.

**8. ¿Cuál de las siguientes características no forma parte de la articulación?**

- a. Claridad
- b. Velocidad
- c. Intensidad
- d. Lengua**

**9. La parte después de la bienvenida en una llamada telefónica es...**

- a. ... la fórmula de saludo.
- b. ... el desarrollo.
- c. ... la descripción.
- d. ... el formulario.

**10. Ordena cronológicamente los pasos a seguir en el tratamiento de reclamaciones.**

- a. Comunicación al cliente de los aspectos básicos del procedimiento.
- b. Análisis de la naturaleza de la queja o reclamación.
- c. Prestación del servicio posventa o resolución del problema.
- d. Análisis de la satisfacción del cliente.
- e. Propuesta de mejora del producto o servicio a partir de las reclamaciones recibidas.



---

## Ejercicios de autoevaluación

### Unidad de Aprendizaje 3

1. Determina si la siguiente oración es verdadera o falsa: “No es importante realizar un análisis de la entrevista”.

- Verdadero
- Falso

2. Es cierto que la paralingüística...

- a. ... es una forma de comunicación oral.
- b. ... estudia los movimientos del cuerpo humano.
- c. ... es una forma de comunicación verbal.
- d. ... **estudia los tonos o el volumen de la voz.**

3. ¿Cuál de las siguientes categorías no pertenece a los signos no verbales?

- a. Emblemas
- b. Indicadores**
- c. Ilustradores
- d. Adaptadores

4. Relaciona cada uno de los conceptos con el ámbito en el que se estudian.

- a. Tono de voz.
- b. Cruzar las piernas.
- c. Espacio personal.
- d. Fruncir el ceño.
- e. Levantar el puño.
- f. Velocidad al hablar.

- b. d. e.** Kinesia
- a. f.** Paralingüística
- c.** Proxémica

**5. Relaciona el significado con cada uno de los tipos de miradas.**

- a. Los ojos del emisor recorren de arriba abajo el cuerpo del interlocutor.
  - b. La mirada cae por debajo de los ojos del interlocutor.
  - c. La mirada no debe caer por debajo de los ojos del interlocutor.
- c.** Mirada laboral  
**b.** Mirada social  
**a.** Mirada íntima

**6. La pregunta: *¿Qué sabes de los insectos odonatos?* Es de tipo...**

- a. ... abierta.**
- b. ... cerrada.
- c. ... mixta.
- d. ... reflexiva.

**7. ¿Qué afirmación sobre la empatía es correcta?**

- a. Para mostrar empatía primero hay que conocer el sentimiento y después reconocerlo en el interlocutor.
- b. La empatía es uno de los componentes indispensables de la escucha activa.
- c. Para mostrar empatía se debe valorar al otro y sus sentimientos.
- d. Todas las opciones son correctas.**

**8. Ordena cronológicamente la estructura que debe seguir una entrevista comercial:**

- a. Preparación de la entrevista.
- b. Concertación de la entrevista.
- c. Presentación y toma de contacto.
- d. Detección de las necesidades y los deseos.
- e. Argumentación.
- f. Tratamiento de las objeciones.
- g. Cierre de la entrevista.
- h. Despedida.
- i. Análisis de la entrevista.

**9. Detecta cuáles son las barreras que se dan en cada caso:**

- a. Laura, supervisora del equipo de logística, trata de dar órdenes a su equipo en el muelle de descarga mientras llega un camión.
- b. En la reunión en la que se discutía la negociación de un préstamo estaban presentes la supervisora de almacén y el coordinador de limpieza.
- c. Raúl acude a Italia y pide la cuenta en un restaurante haciendo un gesto con la mano.
- d. María, una joven de 18 años, le explica a su abuelo de 83 años cómo funciona *Facebook*.

- a. Barrera física
- b. Barrera intelectual
- c. Barrera psicológica
- d. Barrera intelectual

**10. Cuando en una conversación telefónica existen unas interferencias que imposibilitan la comunicación, estamos ante...**

- a. ... una barrera física.**
- b. ... una barrera psicológica.
- c. ... una barrera intelectual.
- d. Todas las opciones son incorrectas.



---

## Ejercicios de autoevaluación

### Unidad de Aprendizaje 4

1. ¿Cuál de las siguientes es una fase de la planificación de la venta?

- a. Identificar de forma clara y alcanzable el objetivo comercial.
- b. Establecer cómo llevar a la práctica el objetivo.
- c. Crear un método de trabajo personal.
- d. Todas las opciones son correctas.**

2. Ordena cronológicamente las fases del proceso comercial:

- a. Realización de pedidos.
- b. Solicitud de información.
- c. Gestión de reclamaciones y/o quejas.
- d. Servicio posventa.

3. Determina si la siguiente oración es verdadera o falsa: “En la realización de pedidos es necesario solicitar el método de pago”.

- Verdadero
- Falso

4. Atender al cliente desde antes de comprar el producto y hasta después de haber efectuado la compra pertenece a:

- a. Aprender de la competencia.
- b. Ofrecer una experiencia completa a los clientes.**
- c. Ponerse en el lugar del cliente.
- d. Experimentar los propios productos.

5. La venta cruzada también se conoce como...

- a. ... *press-selling*.
- b. ... *united-selling*.
- c. ... *cross-selling*.**
- d. ... *call-selling*.

6. Determina si la siguiente oración es verdadera o falsa: “La clave de la venta cruzada es no aportarle valor añadido al cliente”.

- Verdadero
- Falso

7. ¿Cuál de los siguientes es un error en la venta cruzada?

- a. Hablar muy alto.
- b. Llamar de usted al cliente.
- c. No decir el precio del producto.
- d. Ofrecer productos basura.**

8. Un cliente satisfecho...

- a. ... es un cliente que comprará más.
- b. ... es un cliente dispuesto a seguir la relación con la marca.**
- c. ... es un cliente que pondrá un 10 en las encuestas de satisfacción.
- d. ... es muy difícil de conseguir.

9. Relaciona con los beneficios de la venta cruzada y con sus consejos para generar confianza en el cliente.

- a. Beneficios venta cruzada.
- b. Generar confianza en el cliente.
  
- b. Estableciendo una relación de beneficio mutuo.
- a. Optimiza los costes.
- b. Teniendo disponibilidad.
- a. Se pueden vender productos menos conocidos.
- a. Mejora la experiencia de usuario.
- b. Cumpliendo las promesas y objetivos marcados.
- b. Interesándose en el cliente y mostrándole su importancia para la empresa.
- a. Mejora la imagen de marca.

**10. La venta cruzada...**

- a. ... debe ser invasiva.
- b. ... no puede ser invasiva.**
- c. ... tiene pocos beneficios.
- d. ... es implementada por muy pocas empresas.



---

## Ejercicios de autoevaluación

### Unidad de Aprendizaje 5

1. Ordena cronológicamente las fases de la argumentación comercial.

- a. Apertura
- b. Desarrollo
- c. Demostración
- d. Tratamiento de objeciones

2. Las características tangibles de un producto son...

- a. ... lo que el consumidor espera del producto.
- b. ... los elementos que permiten identificar el producto.**
- c. ... los servicios adicionales que puede traer consigo el producto.
- d. ... el etiquetado.

3. ¿Cuántas fases se pueden diferenciar en la presentación del producto?

- a. Tres: Inicio, argumentación y ventajas.
- b. Dos: Inicio y desarrollo.
- c. Tres: Inicio, desarrollo y conclusión.**
- d. Cuatro: Inicio, desarrollo, argumentación y conclusión.

4. Determina si la siguiente oración es verdadera o falsa: "Un comercial no está vendiendo un producto, sino que vende la idea detrás del producto".

- Verdadero
- Falso

5. ¿Qué tipo de argumentación es aquella cuya finalidad es hacer comprender al cliente las diferentes asociaciones de elementos y su interés?

- a. Argumentación descriptiva.
- b. Argumentación demostrativa.
- c. Argumentación ilustrativa.
- d. Argumentación asociativa.**

6. Toda argumentación comercial...

- a. ... tiene dos cualidades fundamentales.**
- b. ... es obligatoria.
- c. ... tiene una cualidad principal.
- d. ... tiene beneficios asegurados.

7. Relaciona cada definición de argumento con el tipo al que pertenece:

- a. De tipo subjetivo, influyen la intuición y el instinto.
- b. De tipo objetivo, pensados y madurados.
  
- b.** Argumentos racionales.
- a.** Argumentos afectivos.

8. La argumentación afectiva a nivel de empresa se refiere a...

- a. ... la forma en que los clientes aprecian a la empresa.**
- b. ... las características del producto que hacen que el cliente se fije en él.
- c. ... las características que ofrece la empresa en general.
- d. ... las características propias del vendedor.

9. Determina si la siguiente oración es verdadera o falsa: "Argumentar es convertir una característica del producto en una ventaja que soluciona un problema para el cliente".

- Verdadero
- Falso

**10. ¿Cuáles de las siguientes son recomendaciones para la argumentación comercial?**

- a. Evitar la improvisación.
- b. Establecer el camino a seguir.
- c. Generar motivación en los vendedores.
- d. Todas las opciones son correctas.**



---

## Ejercicios de autoevaluación

### Unidad de Aprendizaje 6

1. ¿En qué momentos se puede plantear una objeción?

- a. Contacto inicial
- b. Argumentación
- c. Cierre de la venta
- d. Todas las opciones son correctas.**

2. Una objeción se resuelve...

- a. ... escuchando atentamente.**
- b. ... cuestionando las dudas del cliente.
- c. ... en los días posteriores a la conversación.
- d. ... tomando nota activamente.

3. Las objeciones que aparecen al principio del contacto o en el momento final de tomar la decisión de compra y que suelen producirse porque al cliente no le interesa el producto se llaman:

- a. Sinceras
- b. Excusas**
- c. Ocultas
- d. Enmascaradas

4. Relaciona cada definición con el tipo de objeción a la que pertenece.

- a. Sinceras
- b. Excusas
- c. Ocultas
- d. Enmascaradas
- e. Tácticas

- d.** Estas objeciones no tienen relación con la propuesta del vendedor y generalmente se dan al principio de la entrevista.
- b.** Estas objeciones aparecen al principio del contacto o en el momento final de tomar la decisión de compra y suelen producirse porque al cliente no le interesa el producto.

- c. Las objeciones ocultas suelen aparecer a lo largo de la argumentación y ocultan una objeción sincera que no se quiere expresar abiertamente.
- e. Estas objeciones tienen el objetivo de pedir ventajas, aunque el cliente ya esté decidido a comprar.
- a. Las objeciones sinceras son las que aparecen en la argumentación.

5. **¿Qué técnica provoca, en ocasiones, que sea el cliente el que conteste a su propia objeción?**

- a. Técnica de la objeción-apoyo.
- b. Técnica de la trampa.
- c. Técnica de las preguntas.**
- d. Técnica de la negativa directa.

6. **¿Qué técnica se basa en repetir la objeción, pero minimizando los aspectos negativos y aumentando los positivos?**

- a. Técnica de la redefinición.**
- b. Técnica de la negativa directa.
- c. Técnica del "sí, pero...".
- d. Técnica positiva.

7. **¿Cuál de las siguientes es una regla de oro en el tratamiento de objeciones?**

- a. Escuchar activamente sin interrumpir.
- b. Solucionar el problema.
- c. Aceptar la queja.
- d. Todas las opciones son correctas.**

8. **Determina si la siguiente oración es verdadera o falsa: "Uno de los peores errores de un vendedor es hacerle ver al cliente que considera que su objeción es absurda o que carece de importancia".**

- Verdadero
- Falso

**9. Cuando las objeciones surgen en la argumentación...**

- a. ... **se debe considerar que el cliente está interesado, ya que si no lo estuviera no haría preguntas ni objeciones.**
- b. ... el cliente no quiere que se le muestre el producto, ya que cree no necesitarlo.
- c. ... serán consideradas como preguntas que realiza el cliente para solucionar todas sus dudas antes de efectuar la compra.
- d. ... es para intentar conseguir mejores condiciones de compra.

**10. ¿Cuáles son las objeciones más frecuentes?**

- a. De color.
- b. De características.
- c. **De precio.**
- d. De frecuencia.



---

## Ejercicios de autoevaluación

### Unidad de Aprendizaje 7

1. Determina si la siguiente oración es verdadera o falsa: "Solamente hay que pensar en el cierre de ventas en la fase final de la venta".

- Verdadero
- Falso

2. ¿Cuál de las siguientes es una señal de venta que indica que es un momento óptimo para cerrar la venta?

- a. El cliente asiente con la cabeza.
- b. Después de resolver una objeción.
- c. El cliente responde afirmativamente en varias ocasiones.
- d. Todas las opciones son correctas.**

3. En relación a las fases del proceso de cierre de ventas, ¿qué dos actitudes debe mantener siempre el vendedor?

- a. Persuasión y empatía.**
- b. Simpatía y encanto.
- c. Manipulación y locuacidad.
- d. Rapidez y concisión.

4. Las señales de compra son aquellas que indican:

- a. Que el cliente tiene dinero para comprar el producto.
- b. Que el cliente se va a pensar la compra.
- c. Que el cliente ya ha adquirido el producto en su mente.**
- d. Todas las opciones son incorrectas.

5. ¿Cuál de estas afirmaciones NO es un aspecto que deba considerarse en el cierre de la venta?

- a. Hay que hacer esfuerzos hasta el final.
- b. Buscar la afirmación continua.
- c. Fijarse en el aspecto físico del cliente.**
- d. Conseguir que el cliente considere más fácil comprar que no hacerlo.

6. Ordena cronológicamente las fases del cierre de ventas:

- a. Prospección
- b. Contacto
- c. Reunión
- d. Manejo de objeciones
- e. Cierre y seguimiento

7. Si un cliente pregunta sobre el inicio del servicio o la fecha de entrega:

- a. Se trata de una señal física de compra.
- b. Se trata de una señal verbal de compra.**
- c. No es una señal de compra.
- d. Solo está informándose, con lo que no hay que iniciar el cierre de venta.

8. ¿Cuál de las siguientes no es una técnica de cierre de ventas?

- a. Técnica de la alternativa
- b. Técnica del "algo más"
- c. Técnica de la prueba
- d. Técnica de la empatía**

9. Si a un cliente le comento que el periodo de rebajas acaba este día y que es probable que no vuelva a tener el producto a ese precio, estoy utilizando la técnica de cierre:

- a. Técnica de la última oportunidad.**
- b. Técnica del resumen.
- c. Técnica del ovillo.
- d. Técnica de la proposición directa.

10. ¿En qué momento de la venta se utiliza la técnica de cierre de venta denominada “el ovillo”?

- a. Al inicio de la venta.
- b. En mitad de la venta.
- c. A lo largo de toda la venta.**
- d. Al final de la venta.



---

## Ejercicios de autoevaluación

### Unidad de Aprendizaje 8

1. La fidelización de clientes es un elemento básico que ayuda a mejorar...

- a. ... la relación entre compañeros.
- b. ... los precios de los productos.
- c. ... la rentabilidad de la empresa.**
- d. ... la opinión de los trabajadores.

2. ¿Cómo se llama la herramienta que sirve para conocer el comportamiento de los clientes, especialmente si se trata de una tienda *online* o página web?

- a. Google Analytics.**
- b. Encuestas.
- c. Reclamaciones.
- d. *Google My Business*.

3. Relaciona cada estrategia de fidelización con su significado:

- a. Crear programas de fidelización.
  - b. *Newsletter*.
  - c. Ofrecer valor añadido.
  - d. Crear imagen de marca.
  - e. Reflejar emociones.
- 
- e.** Mostrarle al cliente los beneficios de comprar el producto o servicio no solo a través de cualidades técnicas.
  - b.** Consiste en enviar correos a los clientes en los que se les cuenten novedades, se les presenten ofertas, etcétera.
  - c.** Ofrecer algo más que meramente cubrir la necesidad del consumidor.
  - d.** Conseguir una imagen seria y honesta de cara a los clientes a través de las redes sociales, de la página web e incluso con el trato personal hacia los clientes.
  - a.** Se trata de crear tarjetas de fidelización, programas de puntos, comprador VIP, etc.

4. Una herramienta para la gestión de clientes es:

- a. GRM
- b. MCR
- c. CCM
- d. **CRM**

5. ¿Cuál de las siguientes es una ventaja de la gestión de clientes?

- a. Permite segmentar mejor.
- b. Permite mejorar la experiencia de compra.
- c. Aumenta la fidelización.
- d. **Todas las opciones son correctas.**

6. Determina si la siguiente oración es verdadera o falsa: "Determinar el perfil del cliente idóneo es importante para la adecuada gestión de clientes".

- **Verdadero**
- Falso

7. La cantidad de productos o servicios que un cliente adquiere de una empresa hace referencia a...

- a. ... programa de puntos.
- b. **... vinculación de clientes.**
- c. ... CRM.
- d. ... *ticket* de compra.

8. Un cliente fiel...

- a. ... no acude a la competencia.
- b. ... está obligado a escribir reseñas de los productos.
- c. ... es más económico de mantener que conseguir un nuevo cliente.
- d. **Las opciones a y c son correctas.**

**9. ¿Cuál es el principal factor que influye en la fidelización de clientes?**

- a. Las barreras de salida.
- b. El precio.
- c. La satisfacción del cliente.**
- d. Todas las opciones son incorrectas.

**10. ¿En qué etapa tiene lugar la vinculación de clientes?**

- a. En la primera**
- b. En la segunda
- c. En la última
- d. En ninguna



---

## Ejercicios de autoevaluación

### Unidad de Aprendizaje 9

1. ¿Cuál de las siguientes claves ha de cumplir la atención al cliente?

- a. Cumplir todas las promesas.
- b. Ser accesible.
- c. Respetar la confidencialidad.
- d. Todas las opciones son correctas.**

2. Determina si la siguiente oración es verdadera o falsa: "El cliente reacciona mejor ante un lenguaje positivo que ante uno negativo".

- Verdadero
- Falso

3. Relaciona las características que responden a las ventajas o desventajas de la comunicación verbal.

- a. Requiere más atención por parte de los interlocutores.
- b. Facilita la retroalimentación.
- c. Rapidez.
- d. El mensaje ha de ser comprendido de inmediato.
- e. El mensaje se puede fortalecer con elementos no verbales.

b. c. e. Ventajas  
a. d. Desventajas

4. En una comunicación cara a cara, el componente no verbal es del...

- a. ... 10 %.
- b. ... 89 %.
- c. ... 65 %.**
- d. ... 26 %.

**5. La codificación icónica de los actos no verbales es...**

- a. ... cuando el acto no verbal no se parece en nada a lo que el acto significa.
- b. ... cuando el acto no verbal se relaciona con su significado.**
- c. ... cuando se utilizan esquemas.
- d. ... cuando se incluyen elementos de sonido.

**6. ¿Cuál de los siguientes aspectos debe tenerse en cuenta en el establecimiento u oficina de cara a la atención al cliente?**

- a. Música
- b. Limpieza y orden
- c. Olor
- d. Todas las opciones son correctas.**

**7. Relaciona las características de los clientes con el tipo al que pertenecen.**

- a. Exige respuestas concretas e información exacta.
  - b. Habla poco y es bueno escuchando.
  - c. Tímido e inseguro.
  - d. Impaciente, superficial y emotivo.
  - e. Puede llegar a ser pesado.
  - f. Está en permanente mal humor.
  - g. Cree que lo sabe todo.
  - h. Provoca la discusión.
  - i. Duda de todo y de todos.
- 
- b.** El cliente que asiente o permanece en silencio.
  - d.** El cliente impulsivo.
  - c.** El cliente indeciso.
  - g.** El cliente que lo sabe todo.
  - a.** El cliente riguroso y minucioso.
  - f.** El cliente rudo.
  - h.** El cliente polémico.
  - e.** El cliente hablador.
  - i.** El cliente desconfiado.

**8. Al cliente hablador se le debe...**

- a. ... **evitar seguir sus bromas.**
- b. ... aclarar todas sus dudas.
- c. ... seguir sus bromas.
- d. ... dedicarle todo el tiempo que exija.

**9. ¿Cuál de los siguientes principios no debe seguir el tratamiento de quejas y reclamaciones?**

- a. Responsabilidad
- b. Visibilidad
- c. Accesibilidad
- d. **Subjetividad**

**10. Ordena cronológicamente los pasos a seguir en el tratamiento de quejas y reclamaciones.**

1. Comunicación al cliente de los aspectos básicos del procedimiento.
2. Análisis de la naturaleza de la queja o reclamación.
3. Prestación del servicio posventa o resolución del problema.
4. Análisis de satisfacción del cliente.
5. Propuesta de mejora del producto o servicio a partir de las reclamaciones recibidas.



---

## Ejercicios de autoevaluación

### Unidad de Aprendizaje 10

**1. Ordena cronológicamente las fases del proceso de venta:**

1. Contacto
2. Descubrimiento de necesidades
3. Tratamiento de objeciones
4. Argumentación
5. Cierre
6. Despedida

**2. ¿Cuál de las siguientes opciones descodifica el mensaje?**

- a. Emisor
- b. Receptor**
- c. Canal
- d. *Feedback*

**3. La comunicación no verbal está compuesta de...**

- a. ... gestos.
- b. ... tono de voz.
- c. ... miradas.
- d. Todas las opciones son correctas.**

**4. Determina si la siguiente oración es verdadera o falsa: "Los gestos tienen diferentes significados según el contexto y la cultura".**

- Verdadero
- Falso

**5. El timbre de la voz...**

- a. ... es importante para no distorsionar aquello que se quiere transmitir.
- b. ... es la intensidad con la que se habla.
- c. ... es la fluidez verbal con la que se expresa una persona.
- d. ... es lo que permite distinguir a las personas.**

**6. Relaciona las preguntas con el tipo de pregunta al que pertenecen.**

- a. ¿Quiere usted un helado?
- b. ¿Prefiere el posicionamiento SEO o SEM?
- c. ¿Cuál es su problema?
- d. ¿Cuánto dinero cree que pierde porque los clientes no pueden ver su negocio?

**b.** La pregunta alternativa.

**c.** La pregunta abierta.

**a.** La pregunta cerrada.

**d.** La pregunta dirigida.

**7. ¿Cuál de las siguientes no es una técnica para conseguir la escucha activa?**

- a. Parafrasear y resumir.
- b. Mirar al interlocutor.
- c. Permanecer en silencio mientras habla.**
- d. Escoger el lugar y momento adecuados.

**8. Determina si la siguiente oración es verdadera o falsa: "La empatía solo puede mostrarse mediante la comunicación verbal".**

- Verdadero
- Falso

**9. Las habilidades comerciales de los profesionales para ser buenos receptores radican en...**

- a. ... la escucha activa.
- b. ... la empatía.
- c. ... saber preguntar.
- d. Todas las opciones son correctas.**

**10. Relaciona cada característica con el tipo de barrera de la comunicación a la que pertenece:**

- a. Tienen lugar cuando las ideas previas de los interlocutores tienen más importancia que lo que verdaderamente se está expresando en la comunicación.
- b. Aquellos condicionantes que existen en el medio físico en el que tiene lugar el proceso comunicativo.
- c. Aquellas que se producen cuando los conocimientos del receptor y del emisor no coinciden.

b. Barreras físicas.

c. Barreras intelectuales.

a. Barreras psicológicas.



---

## Ejercicios de autoevaluación

### Unidad de Aprendizaje 11

1. Si el cliente mira la hora durante la conversación, quiere decir que...

- a. ... el comercial le cae mal.
- b. ... se aburre.
- c. ... es el momento de cerrar la venta.**
- d. ... está controlando si el comercial está tardando lo prometido.

2. Determina si la siguiente oración es verdadera o falsa: "Si no se empieza el cierre de la venta cuando se detectan las señales, el cliente puede cansarse e incluso llegar a cambiar de opinión".

- Verdadero
- Falso

3. Las señales de interés...

- a. ... son siempre físicas.
- b. ... son siempre verbales.
- c. ... no se pueden detectar en el momento.
- d. ... pueden ser físicas o verbales.**

4. Relaciona cada señal con el tipo al que pertenecen:

- a. El comprador asiente.
- b. Pedir consejo al comercial.
- c. Solicitar que se repita cierta información que sea importante.
- d. El comprador toma notas.
- e. Realizar afirmaciones positivas con otra persona.
- f. El comprador tiene el rostro pensativo.

**a. d. f.** Señales físicas.

**b. c. e.** Señales verbales.

5. Determina si la siguiente oración es verdadera o falsa: "Buscar la afirmación continua no es un requisito para el cierre de la venta".

- Verdadero
- Falso

6. Ir atando progresivamente al cliente durante todo el proceso de venta mientras se va obteniendo su conformidad en algunos momentos clave es la...

- a. ... técnica de la acción.
- b. ... técnica de la proposición directa.
- c. ... técnica del ovillo.**
- d. ... técnica de la balanza.

7. El seguimiento de la venta favorece...

- a. ... un mejor servicio de venta.
- b. ... reflejar una imagen de seriedad y honestidad.
- c. ... conseguir clientes más satisfechos.
- d. Todas las opciones son correctas.**

8. Determina si la siguiente oración es verdadera o falsa: "El seguimiento de la venta se centra solo en mejorar la reputación del comercial".

- Verdadero
- Falso

9. ¿Cuál de las siguientes no es una tarea de seguimiento de la venta?

- a. Dar una tarjeta de regalo.**
- b. Confirmación.
- c. Encuestas telefónicas.
- d. Mantener a los clientes informados.

**10. Desde que comienza la conversación con el cliente...**

- a. ... el comercial debe tratarle de usted.
- b. ... el comercial debe dejar que hable sin interrumpirle nunca.
- c. ... el comercial está siempre realizando actividades para que este se decida a finalizar la compra.**
- d. ... el comercial no podrá cerrar la venta hasta que el cliente lo diga específicamente.

