
Solucionario de

ejercicios de autoevaluación

Ejercicios de autoevaluación

Unidad de Aprendizaje 1

1. Indica si las siguientes afirmaciones son verdaderas o falsas.

a. Ante el gran reto de poder sobrevivir como empresa en el ecosistema globalizado de los mercados, las organizaciones empresariales necesitan más que nunca del talento humano, en cuanto a experiencia, conocimiento y cercanía al cliente.

- Verdadero
- Falso

b. Las organizaciones actuales tienen el importante objetivo de construir sólidos equipos de ventas con alto porcentaje de rotación.

- Verdadero
- Falso

c. La venta puede definirse como un proceso de comunicación donde uno de los dos actores que intervienen en este escenario trata de persuadir al otro con el gran arte de la influencia.

- Verdadero
- Falso

2. ¿Qué concepto se define como el poder o atribución que tiene una persona para alterar o condicionar el comportamiento de otra?

- a. Inspiración
- b. Influencia**
- c. Seducción
- d. Sugestión

3. ¿Qué factor influye en la necesidad de contar con eficientes y eficaces equipos comerciales en este nuevo paradigma empresarial?

- a. **Un mercado acelerado y dinámico motivado por las nuevas tecnologías.**
- b. El aumento de la competencia.
- c. Una sociedad desinformada.
- d. Todas las opciones son correctas.

4. ¿Qué es la venta?

- a. Un arte.
- b. Un conjunto de técnicas.
- c. Un proceso.
- d. **Todas las opciones son correctas.**

5. ¿Cuál es el objetivo final del proceso de la venta?

- a. La satisfacción del cliente.
- b. **La fidelización del cliente.**
- c. La atracción del cliente.
- d. El bienestar del cliente.

6. En el proceso de la venta, ¿qué fase es justo la previa al cierre?

- a. La fase en la que se conoce al cliente.
- b. **La fase en la que se rebaten objeciones.**
- c. La fase en la que se argumenta al cliente.
- d. La fase en la que se fideliza al cliente.

7. ¿Cuál de las siguientes respuestas no corresponde a la definición de una venta tradicional?

- a. La entrevista de venta está enfocada a destacar las ventajas del producto.
- b. **La entrevista de venta está enfocada a la venta por beneficios.**
- c. La forma de argumentar del vendedor es genérica.
- d. El vendedor es un informador que trata de convencer al cliente.

8. ¿Qué tipo de desarrollo debe tener un buen profesional de la venta?

- a. Desarrollo de habilidades en técnicas de venta, comunicación y ejercicio de influencia y persuasión.
- b. Desarrollo de conocimientos técnicos en productos y servicios.
- c. Desarrollo de conocimientos sobre el mercado.
- d. Todas las opciones son correctas.**

9. ¿Qué concepto define las expectativas depositadas en el profesional que ejerce el liderazgo, para abordar de manera eficiente la consecución de objetivos con los recursos limitados asignados (humanos, materiales y tiempo)?

- a. Gestión transformacional.
- b. Gestión autocrática.
- c. Gestión efectiva.**
- d. Gestión democrática.

10. ¿Qué aspecto es clave para dominar la comunicación efectiva?

- a. La parte verbal de la comunicación.
- b. La parte vocal de la comunicación.
- c. La parte visual de la comunicación.
- d. Todas las opciones son correctas.**

Ejercicios de autoevaluación

Unidad de Aprendizaje 2

1. Indica si las siguientes afirmaciones son verdaderas o falsas.

a. El proceso de compra describe lo que puede ser un patrón genérico de actuación del consumidor.

- Verdadero
- Falso

b. El proceso de compra finaliza en el momento en que el cliente adquiere el producto o contrata un servicio.

- Verdadero
- Falso

c. En la fase de análisis del proceso de compra, el cliente evalúa las opciones encontradas en una fase anterior.

- Verdadero
- Falso

2. ¿De qué fases y en qué orden se compone el proceso de compra?

a. Necesidad/motivación, búsqueda de información, análisis, fidelización o abandono, evaluación y toma de decisiones.

b. Necesidad/motivación, búsqueda de información, análisis, toma de decisiones, evaluación y fidelización o abandono.

c. Necesidad/motivación, búsqueda de información, análisis, evaluación, fidelización o abandono y toma de decisiones.

d. Necesidad/motivación, análisis, búsqueda de información, evaluación, fidelización o abandono y toma de decisiones.

3. ¿Qué nombre recibe la función que tiene el cerebro para procesar e interpretar la información recibida mediante los sentidos?

- a. **Percepción**
- b. Aprendizaje
- c. Inteligencia
- d. Juicio

4. ¿Qué nombre recibe la función que tiene el cerebro para construir conocimiento en función de la información recibida?

- a. Juicio
- b. Inteligencia
- c. Aprendizaje**
- d. Razón

5. Cuando el cliente busca información basada en experiencias previas, busca obtener una solución a un problema...

- a. ... limitado.**
- b. ... complejo.
- c. ... rutinario.
- d. Todas las opciones son incorrectas.

6. ¿Qué nombre recibe el conjunto de factores internos o externos que determinan en parte las acciones de una persona?

- a. Necesidad
- b. Motivación**
- c. Deseo
- d. Todas las opciones son correctas.

7. ¿Qué tipo de necesidad humana se encuentra en el punto jerárquico más elevado de la pirámide de Maslow?

- a. Necesidad de seguridad
- b. Necesidad de autorrealización.**
- c. Necesidad fisiológica.
- d. Necesidad de relaciones sociales.

8. ¿Cómo se ha de actuar ante un cliente dubitativo?

- a. Dándole tiempo para pensar y expresar sus necesidades.
- b. Generándole confianza.
- c. Proponiéndole el menor número de alternativas y empatizando con sus puntos de vista.
- d. Todas las opciones son correctas.**

9. ¿Qué tipo de influencia social corresponde a un modo de creencia que tiene el ser humano para asumir que una determinada conducta individual o colectiva es mejor que cualquier otro comportamiento?

- a. La asociada a la subcultura.
- b. La asociada a la cultura.
- c. La asociada a los valores.**
- d. La asociada a la clase social.

10. Durante la percepción del consumidor a la hora de asimilar la información, se ponen en marcha estímulos que hacen posible que las personas pongan o no atención a determinados elementos. ¿Qué nombre recibe este proceso?

- a. Distorsión selectiva.
- b. Atención selectiva.**
- c. Retención selectiva.
- d. Aprendizaje selectivo.

Ejercicios de autoevaluación

Unidad de Aprendizaje 3

1. Indica si las siguientes afirmaciones son verdaderas o falsas.

a. El mercado masivo se caracteriza por agrupar a una población que reúne unas características e intereses iguales y que requieren cubrir unas necesidades muy homogéneas.

- Verdadero
- Falso

b. El mercado de ropa casual es un tipo de mercado masivo.

- Verdadero
- Falso

c. Un nicho de mercado es una porción del mercado masivo que ha sido segmentado previamente.

- Verdadero
- Falso

2. ¿Qué mecanismos publicitarios aseguran que el mensaje se transmita al mayor número de consumidores posible?

- a. La televisión.
- b. La radio.
- c. La publicidad escrita.
- d. Todas las opciones son correctas.**

3. ¿A qué precios aspiran adquirir los clientes de productos masivos?

- a. A precios económicos.**
- b. A precios caros.
- c. Indistintamente a precios económicos y precios caros.
- d. A los mismos precios que se manejan en los nichos de mercado.

4. ¿En qué se caracterizan los productos masivos?

- a. Su uso es puntual.
- b. El consumo no es inmediato.
- c. Son de difícil acceso.
- d. Son de precio asequible.**

5. ¿Cuál de las siguientes opciones es un inconveniente de tratar comercialmente en el mercado de masas?

- a. Coste de producción mayor.
- b. Competencia con las grandes marcas.**
- c. Público demasiado amplio y diverso.
- d. Menos oportunidades de venta.

6. ¿Cuál es el primer paso para desarrollar una idea de producto dirigido a un mercado masivo?

- a. Descubrir los tipos de necesidades.**
- b. Descubrir el valor de la necesidad.
- c. Descubrir la solución correcta para vestir la necesidad.
- d. Descubrir los beneficios del producto.

7. ¿Para qué puede servir la pirámide de Maslow?

- a. Para descubrir el valor de la necesidad.
- b. Para descubrir los tipos de necesidades.**
- c. Para descubrir la solución correcta para vestir la necesidad.
- d. Todas las opciones son incorrectas.

8. ¿En qué se basa una buena oferta?

- a. En el análisis de la competencia.
- b. En las características del producto.
- c. En un buen precio.
- d. En la experiencia del consumidor.**

9. Una venta es cortoplacista cuando...

- a. ... se vende un producto a un precio económico.
- b. ... se vende un producto sin ninguna experiencia añadida para el cliente.
- c. ... se vende un producto basado en el patrón de compra del cliente.**
- d. ... se vende un producto mediante asesoramiento.

10. ¿Qué beneficios implica presentar a los clientes ofertas eficaces?

- a. Permite convertir *leads* y prospectos en clientes.
- b. Aumenta el margen de beneficios por el aumento de ventas.
- c. Disminuye el coste de adquisición de materia prima al mejorar las ventas.
- d. Todas las opciones son correctas.**

Ejercicios de autoevaluación

Unidad de Aprendizaje 4

1. Indica si las siguientes afirmaciones son verdaderas o falsas.

a. Las grandes compañías se sirven de interesantes herramientas que ayudan a establecer una comparativa entre diferentes perfiles psicológicos que optan a ocupar puestos asociados a las ventas.

- Verdadero
- Falso

b. El saber comunicar es una de las competencias más demandadas por las compañías.

- Verdadero
- Falso

c. Las habilidades comunicativas no pueden cultivarse, ya que forman parte de la personalidad del individuo.

- Verdadero
- Falso

2. ¿Cuál de los siguientes grupos de gestos no forma parte del lenguaje no verbal promulgado por Friesen y Ekman?

- a. Emblemáticos
- b. Gerenciales**
- c. Reguladores
- d. Adaptadores

3. ¿Qué nombre reciben los gestos que sirven para ilustrar de manera más frecuente a lo largo de la comunicación aquello que se quiere notificar con idea de que exista una comunicación ordenada?

- a. Reguladores**
- b. Adaptadores
- c. Manifestadores de afecto
- d. Emblemáticos

4. ¿Cuál es la postura más correcta que debe adoptar un vendedor durante la comunicación con el cliente?

- a. Manos a la vista y abiertas.
- b. Barbilla ligeramente levantada.
- c. Hombros relajados.
- d. Todas las opciones son correctas.**

5. ¿Cómo debe ser el contacto visual con el cliente en una entrevista de ventas?

- a. Mantener el contacto visual todo el tiempo.
- b. Mantener el contacto visual en un 50 % del tiempo.**
- c. No tener contacto visual.
- d. Todas las opciones son incorrectas.

6. ¿Cuál de los siguientes conceptos adquiere un carácter fluctuante?

- a. Cuota y objetivos de venta.
- b. Objetivos de venta.**
- c. Previsión de venta.
- d. Objetivos y previsión de venta.

7. ¿Qué caracteriza a los objetivos SMART?

- a. Son específicos, medibles, alcanzables e infinitos en el tiempo.
- b. Son específicos, medibles, alcanzables e imprevisibles en el tiempo.
- c. Son específicos, medibles, alcanzables e ilimitados en el tiempo.
- d. Son específicos, medibles, alcanzables y definidos en el tiempo.**

8. Cuando un vendedor lleva a cabo todas sus tareas atendiendo a los objetivos que desea alcanzar, significa que...

- a. ... es eficiente.
- b. ... es eficaz.**
- c. ... es eficiente y eficaz.
- d. Todas las opciones son incorrectas.

9. Ser eficiente en la gestión del tiempo implica dar respuesta a la pregunta:

- a. ¿Qué hacer?
- b. ¿Cómo hacerlo?**
- c. ¿Por qué hacerlo?
- d. ¿Cuándo hacerlo?

10. ¿Qué nombre recibe el elemento que caracteriza a un vendedor ayudándole a destacar sobre otros y que lo coloca en una posición aventajada para afrontar la competencia de su sector?

- a. Ventaja competitiva gigantesca**
- b. Ventaja competitiva desbordante
- c. Ventaja competitiva imperiosa
- d. Ventaja competitiva relevante

Ejercicios de autoevaluación

Unidad de Aprendizaje 5

1. Indica si las siguientes afirmaciones son verdaderas o falsas.

a. La inteligencia emocional es una habilidad que gestiona sentimientos y sirve para conducir las emociones para que ejerzan una influencia positiva en el pensamiento.

- Verdadero
- Falso

b. La comunicación empresarial incluye diversas formas de establecer relaciones con el cliente.

- Verdadero
- Falso

c. Se dice que el individuo que tiene inteligencia emocional y la sabe aplicar en el campo de las ventas tiene una elevada conciencia de sí mismo, sabe autorregularse, es empático y tiene una alta capacidad para establecer relaciones sociales de calidad.

- Verdadero
- Falso

2. ¿Por qué es importante para un vendedor conocer su propia cadena de cierres?

- a. Para informar a sus superiores de cuáles son sus objetivos.
- b. Para saber el esfuerzo que tendrá que realizar para formalizar una venta.**
- c. Para calcular cuántas comisiones mensuales percibirá por el total de las ventas.
- d. Todas las opciones son correctas.

3. ¿Qué rasgo es propio de un buen vendedor?

- a. **Tenaz**
- b. Imprudente
- c. Acomodado
- d. Olvidadizo

4. ¿Qué nombre recibe el lugar en el que se acomodan los atributos no conscientes por el vendedor y que desconoce que posee para ser un profesional de éxito?

- a. Dotes sociales
- b. **Masa crítica**
- c. Ética laboral
- d. Capacidad de raciocinio

5. ¿Qué importante recurso utiliza un buen vendedor durante la entrevista de ventas a lo largo de la fase de conocimiento?

- a. Los argumentos comerciales.
- b. **Las preguntas abiertas.**
- c. Las preguntas cerradas.
- d. Los argumentos técnicos.

6. ¿Qué tiempo se ha de estimar para poder pasar a la fase de conocimiento en una entrevista de venta?

- a. 2 min
- b. **5 min**
- c. 10 min
- d. 15 min

7. ¿Cuánto debe durar como máximo la suma de todas las fases de una entrevista de venta para tener más posibilidades de obtener un cierre?

- a. 30 min
- b. **60 min**
- c. 90 min
- d. 120 min

8. ¿Qué información clave del cliente se ha de obtener en la fase de conocimiento?

- a. Las necesidades y recursos del cliente.
- b. Los objetivos del cliente.
- c. Los motivos de compra del cliente.
- d. Todas las opciones son correctas.**

9. ¿Qué tipo de necesidad presenta un cliente que duda cuándo adquirirá el producto?

- a. Necesidad explícita
- b. Necesidad implícita**
- c. Necesidad imperiosa
- d. Necesidad cero

10. ¿Qué tipo de impedimentos insalvables pone el cliente para no aceptar una oferta?

- a. Condición**
- b. Objeción
- c. Excusas
- d. Todas las opciones son incorrectas.

