

**PRUEBA TÉCNICO
COMERCIAL**

Nombre y apellidos:

D.N.I.:

Número Identificativo:

INSTRUCCIONES

A continuación, encontrará una serie de frases que permitirán evaluar sus conocimientos en el área comercial. La prueba consta de 40 preguntas, teniendo tres opciones de respuesta y una única opción válida. Cada respuesta correcta tendrá un valor de 0,375 puntos, así como cada respuesta incorrecta tendrá una penalización de 0,125 puntos.

El tiempo máximo para realizar la prueba será de 60 minutos.

1. La investigación de mercado se encarga de:

- a. Conocer la estructura del mercado y las motivaciones de compra.
- b. Averiguar qué canales de distribución utilizar.
- c. Saber lo que la hace la competencia.

2. La definición de nuestros competidores en un mercado se basa:

- a. En que ofrezcan productos suplementarios a los nuestros.
- b. En que los competidores ofrezcan productos alternativos a los nuestros.
- c. En que se dirijan a los mismos grupos objetivos con productos similares.

3. A la hora de gestionar la cartera de clientes de una empresa, ¿cuál de las siguientes afirmaciones es verdadera?:

- a. La gestión es la misma si los clientes son empresa (B2B), consumidor final (B2C), distribuidores (B2D) o administración pública (B2A).
- b. La gestión difiere en función de si los clientes son empresa (B2B), consumidor final (B2C), distribuidores (B2D) o administración pública (B2A).
- c. Realmente la gestión no es idéntica si los clientes son empresa (B2B), consumidor final (B2C), distribuidores (B2D) o administración pública (B2A) pero varía muy poco, por lo que, a efectos prácticos nos da igual como sean los clientes.

4. Las condiciones de pago y el límite de crédito de los clientes deben ser fijadas por:

- a. Departamento Financiero.
- b. Departamento de Ventas/Marketing.

c. Departamento Financiero con una adecuada retroalimentación del Área Ventas/Marketing.

5. ¿Cuál de las siguientes afirmaciones sobre la medición de la satisfacción de los clientes mediante el *Net Promoter Score* (NPS) es falsa?:

- a. El *Net Promoter Score* (NPS) es una de las mejores métricas para medir la satisfacción de los clientes-
- b. Clasifica a los clientes en 3 categorías: detractores (1-6), clientes descontentos y que posiblemente vas a perder; pasivos (7-8), clientes contentos pero que se pueden ir cualquier día a un competidor y promotores (9-10), clientes contentos y que te aman y te recomendarían.
- c. El valor del *Net Promoter Score* (NPS) está comprendido entre 0 y 100.

6. ¿Qué es el Impuesto de Bienes Inmuebles (IBI)?

- a. Es un impuesto directo de carácter local que grava la titularidad y derechos reales que tengamos sobre cualquier inmueble, ya sea urbano, rústico o con características especiales.
- b. Es un impuesto personal, progresivo y directo que grava la renta obtenida en un año natural por las personas físicas residentes en España.
- c. Es un impuesto que grava la compraventa de viviendas, vehículos o ampliaciones de capital. Se trata de un impuesto que se debe pagar a Hacienda cuando se realizan transacciones de compraventa de bienes inmuebles o bienes muebles.

7. Algunas de las tareas que desempeña un Gestor Inmobiliario en la gestión de inmuebles son:

- a. Captar inmuebles para proceder a su comercialización. Captar a nuevos posibles compradores, vendedores, arrendatarios y arrendadores. Atender a aquellas personas interesadas en las propiedades que ofrecen. Concertar citas y mostrar los inmuebles.
- b. Captar inmuebles para proceder a su comercialización. Captar a nuevos posibles compradores, vendedores, arrendatarios y arrendadores. Atender a aquellas personas interesadas en las propiedades que ofrecen. Gestionar todos los seguros para compradores y arrendadores asociados a los inmuebles.
- c. Captar a propietarios de suelo y terrenos disponibles. Captar inmuebles para proceder a su comercialización. Atender a aquellas personas interesadas en las propiedades que ofrecen. Concertar citas y mostrar los inmuebles.

8. Ante los nuevos paradigmas del mercado las empresas deben evitar:

- a. Colocar al cliente en el centro de la gestión.
- b. Optimizar los recursos y los procesos.
- c. Ignorar al cliente y centrarse en sí mismas, ya que los clientes no saben lo que quieren.

9. Según recoge la Ley Orgánica de protección de Datos de carácter personal (LOPD), ¿qué derechos debemos garantizar y facilitar a todas las personas?

- a. Los derechos básicos de información veraz.
- b. Los de acceder a todos los datos de la empresa.
- c. Los derechos de oposición al tratamiento, acceso, rectificación y cancelación.

10. La definición de nuestros competidores en un mercado se basa:

- a. En que ofrezcan productos suplementarios a los nuestros.
- b. En que los competidores ofrezcan productos alternativos a los nuestros.
- c. En que se dirijan a los mismos grupos objetivos con productos similares.

11. ¿Cuál de las siguientes estrategias no nos serviría para potenciar el Marketing Inmobiliario?

- a. Estrategias de *trading*.
- b. Estrategias de *Social Selling*.
- c. Estrategias de *WhatsApp marketing*.

12. ¿En qué consiste el contrato de compraventa de inmuebles?

- a. Es aquel contrato por el que una de las partes se obliga a dar un bien inmueble a cambio de un precio.
- b. Consiste en ceder el uso y disfrute de un inmueble a otra persona manteniendo la misma titularidad del inmueble.
- c. Es un contrato por el cual una de las partes (el arrendador) se obliga a transferir temporalmente el uso y goce de una cosa mueble o inmueble a la otra parte (el arrendatario) quien a su vez se obliga a pagar por ese uso o goce un precio cierto y determinado.

13. El contrato de arrendamiento de local de negocio es un contrato...

- a. Mediante el cual, una de las partes intervinientes (arrendadora), se obliga a poner a disposición o ceder el uso y disfrute del local a la otra parte interviniente. La parte arrendataria podrá destinar el local para el ejercicio de una actividad económica, y lo hará por un periodo temporal concreto y, a cambio, se compromete a satisfacer una serie de pagos (alquiler).
- b. Mediante el cual, una de las partes intervinientes (arrendadora), se obliga a poner a disposición o ceder el uso y disfrute del local a la otra parte interviniente. La parte arrendataria podrá destinar el local para uso de vivienda, y lo hará por un periodo temporal concreto y, a cambio, se compromete a satisfacer una serie de pagos (alquiler).
- c. Mediante el cual, se le proporciona al inquilino su vivienda habitual.

14. ¿Qué es un *Prospect Contact Program*?

- a. Se trata de un programa de contactos continuados con clientes potenciales, a los que llamamos *Prospects*.
- b. Una forma de conseguir clientes de forma estructurada.

- c. Conseguir recomendaciones de otros clientes.

15. Por normal general, ¿quiénes firman un contrato de arras?

- a. El propietario del inmueble y el banco que dará la hipoteca.
- b. El comprador y el banco que dará la hipoteca.
- c. El comprador y el propietario del inmueble.

16. Una de las tendencias para los próximos años es:

- a. El marketing automatizado.
- b. La venta por catálogo.
- c. La venta piramidal.

17. Un eCommerce es en esencia:

- a. El arte de vender *online*.
- b. Una web donde se ofrecen productos.
- c. La compra y venta de productos o servicios a través de canales digitales, tales como internet y otras redes digitales.

18. Los 4 Pilares de la venta *online*:

- a. Tener un buen catálogo de productos, una página que se cargue rápido, buena publicidad y buenos precios.
- b. Tener acceso a productos baratos, lanzar buenas promociones, ganar *influencers* y un buen programador.
- c. La "*Landing Page*", la Tienda Online, las RRSS y el Posicionamiento.

19. El modelo de las 4P's es una manera de definir el Marketing y se compone de:

- a. Producto, distribución, precio y productividad.
- b. Producto, procedencia, distribución y comunicación.
- c. Producto, distribución, precio y comunicación.

20. Actualmente se usa mucho el marketing inmobiliario de contenidos o *inbound marketing*, que viene a ser la creación de contenidos de interés para nuestros potenciales clientes, Y esto se consigue a través del:

- a. Solo del posicionamiento SEO, o lo que es lo mismo, la mejora de nuestra visibilidad en buscadores como Google, para aparecer en las primeras posiciones de las búsquedas no pagadas.
- b. Solo del posicionamiento SEM, o medio para aparecer en los primeros resultados de los buscadores de pago (Google Adwords).
- c. Ambas respuestas anteriores son correctas.

21. Los bienes y derechos de titularidad de los Consorcios de Zona Franca, destinados específicamente al desarrollo y dinamización económica y social de su área de influencia...

- a. **No se consideran integrados en el Patrimonio del Estado.**
- b. Se consideran Patrimonio del Estado y, por tanto, su adquisición, gestión, explotación, administración y enajenación se regirá por la normativa reguladora del patrimonio de las Administraciones Públicas.
- c. Se consideran Patrimonio del Estado, pero se ajustan a un procedimiento específico.

22. Los bienes y derechos de titularidad de los Consorcios de Zona Franca son principios relativos a los bienes y derechos de dominio público:

- a. No se precisa la realización de inventarios.
- b. Dedicación preferente al uso privativo frente a su uso común.
- c. **Inalienabilidad, inembargabilidad e imprescriptibilidad.**

23. Dentro de las competencias del Patrimonio del Estado, la función de “Velar por el cumplimiento de la política patrimonial definida por el Gobierno, para lo cual dictará instrucciones y directrices” corresponde a:

- a. Consejo de Ministros.
- b. **Ministro de Hacienda.**
- c. Dirección General del Patrimonio del Estado.

24. La duración de los contratos de concesión de obras o de concesión de servicios, que comprendan la ejecución de obras y la explotación de servicio no podrá exceder, incluyendo las posibles prórrogas, de:

- a. **Cuarenta años.**
- b. Veinte años.
- c. Diez años.

25. Según el artículo 243 de la Ley de Contratos del Sector Público, el plazo máximo para que la administración apruebe la certificación final de las obras ejecutadas es:

- a. Nunca puede ser superior a 3 meses.
- b. **En el caso de obras complejas puede llegar hasta los 5 meses.**
- c. Un mes.

26. En una licitación pública, las ofertas anormalmente bajas,

- a. Serán excluidas automáticamente de la licitación.
- b. Serán las seleccionadas para la adjudicación.
- c. **Serán requeridas para que justifiquen y desglosen razonada y detalladamente el bajo nivel de los precios.**

27. En el ámbito de la Ley de Contratos del Sector Público, se entiende por Presupuesto base de licitación:

- a. El límite mínimo de gasto.
- b. El límite máximo de gasto.
- c. Un precio orientativo del gasto por debajo de precios de mercado.

28. En la Ley Orgánica 3/2007 se establecen los criterios de actuación de las Administraciones públicas para aplicar el principio de igualdad. Cuál de los siguientes es uno de estos criterios:

- a. Aumentar la presencia de mujeres en los órganos de selección y valoración.
- b. Facilitar la conciliación de la vida personal, familiar y laboral, sin menoscabo de la promoción profesional.
- c. Establecer un régimen sancionador para el acoso sexual y el acoso por razón de sexo.

29. Los contratos que celebren las Entidades del Sector Público no podrán incluir ...

- a. El precio cierto, o el modo de determinarlo.
- b. Los supuestos en que procede su resolución.
- c. Estipulaciones que establezcan derechos y obligaciones para las partes distintos de los previstos en los pliegos, concretados, en su caso, en la forma que resulte de la proposición del adjudicatario, o de los precisados en el acto de adjudicación del contrato de acuerdo con lo actuado en el procedimiento, de no existir aquéllos.

30. Según el Estatuto de Constitución del Consorcio de la Zona Franca de Cádiz, cuál de los siguientes no forma parte del mismo:

- a. El Alcalde de la Ciudad.
- b. Un representante de la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación.
- c. El Ministro de Hacienda.

31. La presidencia del Consorcio corresponde:

- a. Al Ministro de Hacienda.
- b. Al Delegado Especial del Gobierno.
- c. Al Alcalde de la Ciudad.

32. El Estatuto y Reglamento del Consorcio de la Zona Franca de Cádiz fue aprobado el año:

- a. 2002.
- b. 1859.
- c. 1932.

33. Según los Estatutos, el Comité Ejecutivo del Consorcio:

- a. Estará formado por cinco vocales presididos por el Delegado Especial del Estado.
- b. No intervienen en la gestión, administración y dirección de las obras y servicios de la Zona Franca.

- c. Se reunirá cuatro veces al año.

34. Cuál es la principal característica de una zona franca:

- a. Goza de beneficios tributarios.
- b. Se encuentra en un país libre de impuestos.
- c. Depende del ayuntamiento de la ciudad.

35. Hay 7 Zonas Francas en España:

- a. Cádiz, Barcelona, Vigo, Tenerife, Palma de Mallorca, Sevilla y Santander.
- b. Cádiz, Barcelona, Vigo, Tenerife, Gran Canaria, Alicante y Santander.
- c. Cádiz, Barcelona, Vigo, Tenerife, Gran Canaria, Sevilla y Santander.

36. Una Zona Económica Especial ...

- a. Es lo mismo que una Zona Franca.
- b. Es una zona de libre mercado dentro de un país con un régimen de mercado diferente.
- c. Es la zona de costa de un país.

37. El Servicio de Vigilancia Aduanera...

- a. Pertenece al Ministerio de Hacienda.
- b. Pertenece al Ministerio de Defensa.
- c. Pertenece al Ministerio de Justicia.

38. Cuál de los siguientes organismos de comercio exterior ha sido creado por la comunidad autónoma andaluza:

- a. ICE.
- b. Avante.
- c. Extenda.

39. El principal objetivo de los organismos de comercio exterior es:

- a. Regular los aranceles de las operaciones de importación.
- b. Dar apoyo a las empresas en su proceso de internacionalización.
- c. Aumentar las exportaciones y reducir las importaciones.

40. La Zona Libre de Colón es la zona franca más grande del continente americano, y se encuentra en:

- a. Panamá.
- b. EEUU.
- c. Brasil.