



PROCESO SELECTIVO PARA INGRESO, **POR ACCESO LIBRE**, COMO PERSONAL LABORAL FIJO, EN EL **GRUPO PROFESIONAL M1** SUJETO AL IV CONVENIO ÚNICO PARA EL PERSONAL LABORAL DE LA ADMINISTRACIÓN GENERAL DEL ESTADO EN EL MITMA Y SUS ORGANISMOS AUTÓNOMOS. RESOLUCIÓN DE 28 DE JULIO DE 2021 DE LA SECRETARÍA DE ESTADO DE FUNCIÓN PÚBLICA (BOE 31-07-2021)

FORMA DE ACCESO: **LIBRE**
GRUPO PROFESIONAL: **M1**
ESPECIALIDAD: **Gestión de ventas y espacios comerciales**

ADVERTENCIAS:

- No abra el cuestionario hasta que se le indique.
 - Este cuestionario consta de 110 preguntas, que versarán sobre el contenido del programa. Las preguntas deberán ser contestadas en la "Hoja de Examen" entre los números 1 y 110 siguiendo las instrucciones que figuran en su reverso de la misma.
 - El tiempo de realización de este ejercicio es de 90 minutos.
 - Todas las preguntas del cuestionario tienen el mismo valor y contienen una sola respuesta correcta. Las contestaciones erróneas no penalizarán.
 - Compruebe siempre que el número de respuesta que señale en la "Hoja de Examen" es el que corresponde al número de pregunta del cuestionario.
 - No se valorarán las respuestas no contestadas ni aquellas en las que las marcas o correcciones no se realicen de acuerdo con las instrucciones que figuran en el reverso de la "Hoja de Examen".
 - Este cuestionario puede utilizarse en su totalidad como borrador.
 - No se permite el uso de libro ni documentación alguna, móvil o ningún otro elemento electrónico.
-
- **LEA MUY ATENTAMENTE LAS INSTRUCCIONES QUE FIGURAN AL DORSO DE LA "HOJA DE EXAMEN" ANTES DE CONTESTAR EL CUESTIONARIO.**
 - **SU COPIA DE LA "HOJA DE EXAMEN" LE SERÁ ENTREGADA POR EL RESPONSABLE UNA VEZ FINALICE EL EJERCICIO.**



GESTIÓN DE VENTAS Y ESPACIOS COMERCIALES

1. La Constitución Española de 1978 propugna como valores supremos de su ordenamiento jurídico:
 - a) La libertad, la justicia, la igualdad y la democracia.
 - b) La libertad, la justicia, la igualdad y la solidaridad.
 - c) La libertad, la justicia, la igualdad y el pluralismo político.

2. Según la Constitución Española de 1978, corresponde al Rey:
 - a) Convocar a referéndum en los casos previstos en la Constitución
 - b) Plantear ante el congreso de los Diputados, previa deliberación del Consejo de Ministros, la cuestión de confianza.
 - c) Sancionar en el plazo de un mes las leyes aprobadas por las Cortes Generales.

3. El derecho al trabajo de todos los españoles:
 - a) Se recoge en la Constitución Española de 1978 como uno de los derechos fundamentales.
 - b) Se recoge en la Constitución Española de 1978 entre los derechos y deberes de los ciudadanos.
 - c) Sólo está recogido en el Estatuto de los trabajadores.

4. De acuerdo con la Ley 50/1997, del Gobierno, entre las competencias atribuidas a los Subsecretarios, se encuentra:
 - a) Ejercer la potestad disciplinaria del personal del Departamento por faltas leves.
 - b) Desempeñar la jefatura superior de todo el personal del Departamento.
 - c) Nombrar y cesar a los titulares de los órganos directivos del Ministerio.

5. ¿Cuál de los siguientes derechos individuales de los empleados públicos se ejercita de manera colectiva, según se establece en el artículo 15 del Estatuto Básico del Empleado Público?
 - a) La libre asociación profesional.
 - b) La libertad sindical.
 - c) Las vacaciones, descansos, permisos y licencias.



6. De acuerdo con el artículo 37 del Estatuto Básico del Empleado Público, quedan excluidas de la obligatoriedad de negociación colectiva las siguientes materias:
 - a) Las normas que fijen los criterios y mecanismos generales en materia de evaluación del desempeño.
 - b) Los criterios generales sobre ofertas de empleo público.
 - c) La determinación de condiciones de trabajo del personal directivo.

7. La clasificación del IV Convenio Único de la AGE no recoge:
 - a) Grupos profesionales.
 - b) Familias profesionales y/o Especialidades.
 - c) Áreas funcionales.

8. La sanción de despido disciplinario se podrá imponer al personal laboral del IV Convenio Único por la comisión de faltas:
 - a) Muy graves.
 - b) Graves.
 - c) Leves.

9. Según el artículo 101 de la Constitución Española de 1978, el Gobierno cesa, entre otros casos:
 - a) Cuando lo separa el Rey, a propuesta de las Cortes.
 - b) Tras la celebración de elecciones generales.
 - c) Tras superar la cuestión de confianza.

10. El artículo 107 de la Constitución española establece que el supremo órgano consultivo del Gobierno es:
 - a) El Consejo de Ministros.
 - b) El Consejo de Estado.
 - c) El Consejo de Poder Judicial.

11. Según el artículo 116 de la Constitución Española, los estados de alarma, de excepción y de sitio y las competencias y limitaciones serán regulados por:
 - a) Una ley orgánica.
 - b) Una ley de bases.
 - c) Una ley de transferencias.



12. El concurso abierto y permanente de carácter interdepartamental, según establece el artículo 35 del IV Convenio único:

- a) Es el procedimiento extraordinario de provisión de puestos de trabajo mediante movilidad del personal laboral, que consiste en su adjudicación previa valoración de los méritos de las personas participantes.
- b) Es el procedimiento ordinario de provisión de puestos de trabajo mediante movilidad del personal eventual, que consiste en su adjudicación previa valoración de los méritos de las personas participantes.
- c) Es el procedimiento ordinario de provisión de puestos de trabajo mediante movilidad del personal laboral fijo, que consiste en su adjudicación previa valoración de los méritos de las personas participantes.

13. Según el artº 40 del IV Convenio único, la contratada laboral víctima de violencia de género que se vea obligada a abandonar el puesto de trabajo donde venía prestando sus servicios, para hacer efectiva su protección o el derecho a la asistencia social integral, tendrá derecho:

- a) Al traslado a un puesto de trabajo propio de su grupo, familia profesional y/o especialidad, en la misma localidad.
- b) Al traslado a un puesto de trabajo propio de su grupo, familia profesional y/o especialidad, en la misma o distinta localidad, sin necesidad de que se trate de una vacante de necesaria cobertura.
- c) Al traslado a un puesto de trabajo propio de su grupo, familia profesional y/o especialidad, en la misma o distinta localidad, siempre que se trate de una vacante de necesaria cobertura.

14. Según el artículo 11 del Real Decreto Legislativo 5/2015, de 30 de octubre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley del Estatuto Básico del Empleado Público (TREBEP) al personal que, en virtud de contrato de trabajo formalizado por escrito, presta servicios retribuidos por las Administraciones Públicas se le denomina:

- a) Funcionario de carrera.
- b) Personal eventual.
- c) Personal laboral.

15. Según el artículo 23 del TREBEP se consideran retribuciones básicas de los funcionarios de carrera:

- a) El sueldo base y el complemento de destino.
- b) El sueldo base y los trienios.
- c) El sueldo base y el complemento del puesto.



16. Según el artículo 56 del TREBEP no es un requisito para participar en procesos selectivos de acceso al empleo público:
- No haber sido separado mediante expediente disciplinario del servicio de cualquiera de las administraciones públicas.
 - Poseer la capacidad funcional para el desempeño de las tareas.
 - Tener cumplidos dieciocho años y no exceder, en su caso, de la edad máxima de jubilación forzosa.
17. Según el artículo 56 del TREBEP, la jubilación de los funcionarios se declarará forzosa de oficio al cumplir el funcionario:
- Sesenta y cinco años.
 - Sesenta años.
 - Sesenta y siete años.
18. Los cuerpos y escalas de funcionarios se clasifican, de acuerdo con la titulación exigida para el acceso a los mismos, en los siguientes grupos:
- Grupo A1, Grupo A2, Grupo B y Grupo C.
 - Grupo A, dividido en dos subgrupos, A1 y A2, Grupo B y Grupo C, dividido a su vez en los subgrupos C1 y C2.
 - Grupo A, Grupo B, Grupo C y Grupo D.
19. Según la Ley 40/2015, Los Secretarios Generales Técnicos de los Departamentos Ministeriales tienen rango de:
- Director General.
 - Subsecretario.
 - Secretario General.
20. De acuerdo con el artículo 14 de la Constitución Española, por razón de sexo:
- Puede prevalecer una discriminación positiva de los españoles ante la ley.
 - No puede prevalecer discriminación alguna y los españoles son iguales ante la ley.
 - Puede prevalecer una discriminación negativa de los españoles ante la ley.
21. De acuerdo con el artículo 34 de la Ley 19/2013 de Transparencia, Acceso a la Información Pública y Buen Gobierno, ¿quién tiene por finalidad promover la transparencia de la actividad pública, velar por el cumplimiento de las obligaciones de publicidad, salvaguardar el ejercicio de derecho de acceso a la información pública y garantizar la observancia de las disposiciones de buen gobierno?
- El Consejo de Transparencia y Buen Gobierno.
 - El Portal de la Transparencia.
 - Todas las administraciones públicas.



22. De acuerdo con el artículo 1.3 de la Ley Orgánica 1/2004, de 28 de diciembre, de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género un acto de violencia psicológica:
- a) No está referido en el concepto de violencia de género.
 - b) No está referido en el concepto de violencia de género, aunque es una agravante de la violencia física.
 - c) Sí está referido en el concepto de violencia de género.
23. De acuerdo con el artículo 2 letra *h* del Real Decreto Legislativo 1/2013, de 29 de noviembre, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley General de derechos de las personas con discapacidad y de su inclusión social, vida independiente es:
- a) La situación en la que la persona con discapacidad ejerce el poder de decisión sobre su propia existencia y participa activamente en la vida de su comunidad, conforme al derecho al libre desarrollo de la personalidad.
 - b) La situación en la que la persona con discapacidad no ejerce el poder de decisión sobre su propia existencia, pero participa activamente en la vida de su comunidad, conforme al derecho al libre desarrollo de la personalidad.
 - c) La situación en la que la persona con discapacidad ejerce el poder de decisión sobre su propia existencia, pero no participa activamente en la vida de su comunidad, conforme al derecho al libre desarrollo de la personalidad.
24. ¿Cuál de los siguientes enunciados se corresponde con uno de los seis ejes de actuación donde se desarrollan medidas de carácter transversal y en los que se articula el III Plan para la igualdad de género en la Administración General del Estado y en los Organismos Públicos vinculados o dependientes de ella?
- a) Violencia contra los hombres.
 - b) Violencia contra las mujeres.
 - c) Lucha contra la violencia.
25. De acuerdo con el artículo 4 de la Ley 31/1995, de 8 de noviembre, de prevención de Riesgos Laborales se entenderá por prevención:
- a) El conjunto de actividades o medidas adoptadas o previstas en todas las fases de actividad de la empresa con el fin de evitar o disminuir los riesgos derivados del trabajo.
 - b) El conjunto de actividades o medidas adoptadas o previstas en todas las fases de actividad de la empresa con el fin de evitar o disminuir los riesgos derivados de la vida profesional y personal del trabajador.
 - c) El conjunto de actividades o medidas adoptadas o previstas en todas las fases de actividad de la empresa con el fin de mejorar la salud del trabajador.



26. De acuerdo con el artículo 4 de la Ley 31/1995, de 8 de noviembre, de prevención de Riesgos Laborales se entenderá por equipo de protección individual:
- a) Cualquier equipo destinado a ser llevado o sujetado por el trabajador para que fomente salud a través del trabajo, así como cualquier complemento o accesorio destinado a tal fin.
 - b) Cualquier equipo destinado a ser llevado o sujetado por el trabajador para que le proteja de uno o varios riesgos que puedan amenazar su seguridad o su salud en el trabajo, así como cualquier complemento o accesorio destinado a tal fin.
 - c) Cualquier equipo destinado a ser llevado o sujetado por el trabajador para que le proteja de uno o varios riesgos que puedan amenazar su integridad, así como cualquier complemento o accesorio destinado a tal fin.
27. ¿Cómo se denomina el órgano científico técnico especializado de la Administración General del Estado que tiene como misión el análisis y estudio de las condiciones de seguridad y salud en el trabajo?
- a) Instituto Nacional de Seguridad y Salud en el Trabajo.
 - b) El Consejo Económico y Social.
 - c) El Consejo de Estado.
28. De acuerdo con el artículo 15 de la Ley 31/1995, de 8 de noviembre, de prevención de Riesgos Laborales evaluar los riesgos que no se pueden evitar:
- a) No es un principio de la acción preventiva.
 - b) Es un principio de cooperación con la seguridad.
 - c) Es uno de los principios de la acción preventiva.
29. De acuerdo con el artículo 38 de la Ley 31/1995, de 8 de noviembre, de prevención de Riesgos Laborales, ¿cómo se denomina el órgano paritario y colegiado de participación destinado a la consulta regular y periódica de las actuaciones de la empresa en materia de prevención de riesgos?
- a) Junta de personal.
 - b) Comité de Seguridad y Salud.
 - c) Comité de Empresa.
30. De acuerdo con el artículo 9 de la Ley 31/1995, de 8 de noviembre, de prevención de Riesgos Laborales, ¿a quién corresponde la función de la vigilancia y control de la normativa sobre prevención de riesgos laborales?
- a) A la Inspección de Trabajo y Seguridad Social.
 - b) Al Comité de Seguridad y Salud.
 - c) Al Instituto Nacional de Seguridad y Salud en el Trabajo.



31. ¿Cuáles son los factores que afectan al dimensionamiento de la estructura de un departamento de vendedores?
- a) El volumen de facturación, el mercado al que se dirige y el número de clientes potenciales.
 - b) El número de puntos de venta y el número de visitas que recibe cada uno de ellos.
 - c) El volumen de la empresa, número y naturaleza de los productos, métodos de distribución e influencia de las nuevas tecnologías.
32. Todas las organizaciones comerciales están regidas por una serie de principios. Elija de las siguientes cual no es uno de esos principios.
- a) En el área comercial, no debe haber supervisión, ya que los vendedores son totalmente autosuficientes y preparados para ejercer su profesión. Además, al ser un trabajo autónomo, no deberá haber coordinación entre las acciones de diversos comerciales sin temor a interferencias ni duplicidades en el trabajo.
 - b) Unidad de mando y estabilidad del personal; cada comercial dependerá de un solo jefe y trabajará directamente con él; además, los jefes conocerán el número de colaboradores a su cargo. Deberemos conseguir una rotación del personal comercial lo más baja posible, seremos capaces de soportar las bajas de personal sin grandes pérdidas de eficacia, rentabilidad y adecuada atención al cliente.
 - c) Flexibilidad y expansión; la organización ha de ser capaz de adaptarse a las situaciones cambiantes del mercado, previniéndolas y haciendo frente a los cambios de negocios, sin pérdidas en el rendimiento; por otro lado, cuando se efectúe una expansión con el consiguiente aumento del número de ventas y trabajo, hay que prever la ampliación de personal para poder atender adecuadamente a los clientes.
33. ¿Cuáles son los elementos básicos que definen el puesto de trabajo?
- a) La misión, indicando la razón de ser del puesto en la organización y las responsabilidades, refiriéndose a las tareas básicas en que se descompone la misión del puesto de trabajo y de cuya realización es responsable el empleado.
 - b) Las funciones, haciendo referencia al conjunto de tareas o atribuciones que el ocupante del cargo ejerce de manera sistemática y reiterada y , el plan de carrera, con un principio y fin claramente definido para alcanzar en un determinado periodo de tiempo.
 - c) Las dos anteriores son correctas.



34. ¿Qué se entiende por competencia profesional?
- a) Pericia, aptitud o idoneidad para hacer algo o intervenir en un asunto determinado.
 - b) Todos aquellos conocimientos, destrezas y aptitudes que debe poseer un trabajador para ejercer eficazmente una profesión, pudiendo además resolver problemas profesionales de manera autónoma y flexible, y colaborar en su entorno profesional en la organización del trabajo.
 - c) Todos aquellos conocimientos teóricos, y cualidades físicas de trabajador para ejercer su labor del día a día, pudiendo además resolver problemas profesionales bajo la supervisión de un superior directo o un compañero de trabajo.
35. ¿Cuáles son las fases que los profesionales de la venta deben alcanzar y superar para su "puesta en producción"?
- a) Reclutamiento y selección, lanzamiento y consolidación.
 - b) Acogida y formación, consolidación y desarrollo.
 - c) Reclutamiento y selección, acogida y formación, lanzamiento, consolidación y desarrollo.
36. ¿Cuándo se puede considerar que un/a vendedor/a se ha consolidado en su puesto de trabajo?
- a) Cuando el/la vendedor/a es capaz de alcanzar el objetivo de ventas que se estableció como objetivo al comenzar el ejercicio.
 - b) Cuando conoce tanto a los clientes de la empresa como los productos que se comercializan.
 - c) Cuando se ha alcanzado un nivel de autonomía suficiente para conseguir el 100% de sus objetivos cuantitativos por si mismo, no siendo necesario emplear por parte de su responsable más de un 20% de tiempo en supervisión.
37. Cuando queremos identificar la segmentación estratégica interna del mercado que aborda la empresa, podemos abordarlo con varias aproximaciones básicas, una de las cuales nos ayuda a evaluar cual será el total de ingresos que podremos conseguir al vender un producto o servicio. A esta aproximación se la conoce como:
- a) Segmentación por volumen de negocio.
 - b) Segmentación por rentabilidad.
 - c) Ninguna de las anteriores es correcta.



38. Dentro de las funciones de la Dirección de Ventas, ¿cuáles son sus funciones estratégicas?
- a) El control sobre los resultados de las ventas de todo el departamento y los costes asociados en relación con la rentabilidad conseguida.
 - b) El conocimiento cuantificado del mercado, los clientes, de sus intereses, de los tiempos, de los momentos de compra, los problemas, las cuotas, etc, y la adaptación del equipo comercial a ese mercado externo.
 - c) Las dos anteriores son correctas.
39. ¿En qué aspecto se centra de manera concreta la función de gestión del Director de ventas?
- a) En el rendimiento que están produciendo las ventas a través del equipo de personas a las que dirige.
 - b) En seleccionar los productos más adecuados a las personas que componen el equipo de ventas.
 - c) En el beneficio financiero de la empresa.
40. ¿Cuál es la definición del Plan de Ventas de una empresa?
- a) Proceso de decisión que combina las capacidades comerciales internas de la empresa con las oportunidades y amenazas del entorno, con el objetivo de ser eficaz, determinando acciones y decisiones concretas para que los objetivos se cumplan.
 - b) Documento integrado en el plan de negocio que recoge la planificación económico-financiera, estratégica y organizativa con la que una empresa u organización cuenta para abordar sus objetivos y alcanzar su misión de futuro.
 - c) Es el documento redactado por el departamento comercial donde se establece una proyección aproximada de las ventas, incluyendo volumen de ventas y resultados del año anterior, el presupuesto, las previsiones y las desviaciones.
41. Elija de entre las siguientes la definición correcta de mercado.
- a) Es el conjunto de ciudadanos o empresas que, teniendo una capacidad económica suficiente, tienen la intención de comprar un producto o servicio que las empresas ponen a su disposición.
 - b) Es el lugar (físico o virtual) al que asisten las fuerzas de oferta y demanda para realizar la transacción de bienes y/o servicios a un determinado precio. Comprende todas las personas, hogares, empresas e instituciones que tienen necesidades de ser satisfechas con los productos y/o servicios de los ofertantes.
 - c) Las respuestas anteriores son correctas.



- 42.Cuál es la diferencia entre distribuidor mayorista y distribuidor detallista.
- a) El distribuidor mayorista es aquel que compra sus productos al fabricante y se los vende al distribuidor detallista y el distribuidor detallista es aquel que compra sus productos al distribuidor mayorista y los vende al consumidor final.
 - b) El distribuidor mayorista es aquel que compra al distribuidor detallista y vende al consumidor final y el distribuidor detallista es aquel que compra al fabricante y vende al consumidor final.
 - c) El distribuidor mayorista es aquel que produce y vende al distribuidor detallista y el distribuidor detallista es aquel que compra al fabricante y vende al consumidor final.
43. ¿Qué conocemos como distribución selectiva en la venta de productos a través del canal?
- a) Es cuando designamos a un distribuidor único y vendemos todos nuestros productos y a todos los clientes a través de él.
 - b) Es cuando seleccionamos a unos pocos distribuidores en base al prestigio, a la localización o a cualquier otro propósito con la finalidad de controlar la calidad de la distribución.
 - c) Es cuando decidimos trabajar sin restricciones con todos los mayoristas y detallistas posibles dentro de un canal determinado.
44. Cuando hablamos de segmentación del mercado, queremos decir, que dividimos el mercado bajo criterios de homogeneidad y de utilidad para la comunidad. En el mercado de gran consumo existen tres criterios de segmentación. ¿cuáles son?
- a) Criterios de consumo, criterios de valor añadido y criterios de precio con relación a calidad.
 - b) Criterios socioeconómicos, criterios demográficos y criterios psicográficos.
 - c) Ninguna de las anteriores es correcta.
45. Para cuantificar un mercado es imprescindible medir su tamaño, para lo que existen tres variables independientes e importantes para cada parte de la empresa. ¿Cómo se hace la cuantificación del mercado?
- a) En base a valor, unidades y número de comerciales que lo venden.
 - b) En base a usuarios, precio y puntos de venta.
 - c) En base a usuarios, unidades y valor.



46. ¿Cómo queda definida la cuota de mercado?
- a) La cuota de mercado representa el nivel de participación que un producto o servicio tiene en un mercado o segmento del mismo.
 - b) La cuota de mercado representa el volumen de ventas de una empresa respecto a otra que compite en el mismo sector.
 - c) La cuota de mercado representa el total de ventas de un producto o servicio determinado respecto al total de ventas de su empresa en el sector en el que trabajan.
47. ¿Qué conocemos como DAFO y cuál es su utilidad?
- a) Es una herramienta para la gestión de la fuerza de ventas, que se basa en las debilidades y fortalezas de los comerciales y las amenazas y oportunidades que se encuentran a la hora de poner el producto en el mercado.
 - b) Es una herramienta para la toma de decisiones, basándose en las debilidades y fortalezas de la empresa, y las amenazas y oportunidades del entorno.
 - c) Es una herramienta de control financiero, que se basa en la debilidad y fortaleza de la cuenta de gastos y las amenazas y oportunidades que se ofertan en el sector bancario.
48. Cuando se habla de segmentación tradicional externa como el proceso que consiste en dividir, con criterios de utilidad, el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos, ¿cuáles son las características básicas que definen a este tipo de segmentación?
- a) Accesibilidad, rentabilidad y accionabilidad.
 - b) Misma dimensión, e igual volumen de facturación.
 - c) Todas las respuestas son correctas.
49. En la política de tratamiento de clientes de una empresa, a qué llamamos el fondo de comercio.
- a) El fondo de comercio está constituido por nuestros clientes estables, aquellos que aportan, en su conjunto, un alto porcentaje de nuestra cifra de ventas.
 - b) El fondo de comercio comprende aquellos clientes actuales y potenciales en los que es más previsible alcanzar altas cifras de aumento de ventas.
 - c) El fondo de comercio se compone de los clientes que están al límite de sus posibilidades de compra.



50. ¿Cómo son los costes variables en relación con los productos?
- a) Son aquellos costes que evolucionan proporcionalmente al nivel de actividad (ventas) de la empresa.
 - b) Son aquellos costes que son independientes de la actividad, su comportamiento no depende del volumen de ventas.
 - c) Son aquellos costes que están relacionados con la forma y el acabado final del producto que vende la empresa.
51. El ciclo de vida de un consumidor en nuestra empresa sigue una serie de etapas que son las siguientes, suspect-prospect-lead-sale-repurchase. ¿Cuál es la diferencia entre suspect y lead?
- a) Suspect son aquellos consumidores que son "objetivo" de poder comprar nuestro producto o servicio y lead son aquellos que muestran cierto interés en nosotros dejándonos sus datos para que les ampliemos información.
 - b) Suspect son aquellos consumidores que muestran cierto interés en nosotros y lo confirman dejándonos sus datos para que les ampliemos información y lead son aquellos consumidores que son "objetivo" de nuestra empresa o producto, y que tienen capacidad de poder comprarlo.
 - c) Suspect son aquellos consumidores que son "sospechosos", susceptibles de poder comprar nuestro producto o servicio y lead son aquellos que además de mostrar interés en uno o varios productos determinados, desean que nuestro equipo comercial contacte con ellos de forma más o menos rápida.
52. Cuáles son las fuentes de financiación que pueden ofrecer las empresas a los clientes.
- a) Línea de crédito, factoring, confirming y descuento comercial.
 - b) Provisión de reservas y ampliación de capital.
 - c) Créditos personales, planes de pensiones, inversión en acciones.
53. Cuáles son las características del renting.
- a) Suelen ser cuotas mensuales, que incluyen servicio de seguros, mantenimiento, reparaciones, impuestos, etc. El IVA se paga con cada cuota y, además, al finalizar el contrato el bien es propiedad de quien paga la cuota.
 - b) Suelen ser cuotas mensuales, que incluyen servicio de seguros, mantenimiento, reparaciones, impuestos, etc. El IVA se paga con cada cuota y, además, al finalizar el contrato el bien es propiedad del proveedor.
 - c) Ninguna de las anteriores es correcta.



54. Elija cuál es la definición correcta de factoring.
- a) Es un arrendamiento de bienes muebles o inmuebles en un plazo determinado que supone el uso y disfrute del bien con unos servicios adicionales que realiza con una compañía.
 - b) Es el contrato mediante el cual una de las partes (cedente) cede la otra (factor o empresa de factoring) sus créditos comerciales o facturas para la realización de servicios como puede ser la cobertura del riesgo, la financiación o la administración de cuentas.
 - c) Las dos anteriores son correctas.
55. Tomando como referencia un determinado producto en una empresa, ¿cuáles son los costes directos asociados a este producto?
- a) Las materias primas y materiales auxiliares, la mano de obra directa que fabrica el producto y la amortización de la maquinaria utilizada.
 - b) Los salarios de los departamentos de administración, finanzas y gerencia de la empresa.
 - c) Las dos anteriores son correctas.
56. ¿Cómo son los costes fijos en relación con los productos?
- a) Son aquellos costes que evolucionan proporcionalmente al nivel de actividad (ventas) de la empresa.
 - b) Son aquellos costes que son independientes de la actividad, su comportamiento no depende del volumen de ventas.
 - c) Son aquellos costes que están relacionados con la forma y el acabado final del producto que vende la empresa.
57. En el área de control de gestión y costes, la contabilidad de gestión es un elemento primordial, ya que permite al departamento de ventas tomar decisiones en cuanto a como debe actuar. Elija la respuesta adecuada.
- a) Que productos y servicios son más rentables y merecen un mayor esfuerzo en la asignación de recursos y el precio a fijarse.
 - b) Donde poner el almacén logístico para que a los vendedores les cueste menos recoger el material que se situará en el punto de venta y ahorrar en costes de transporte.
 - c) Las dos anteriores son correctas.



58. Definición de presupuesto.

- a) Herramienta de gestión que anticipa el futuro para tomar decisiones en el presente.
- b) Previsión de ingresos y programación de gasto durante un determinado período de tiempo efectuados por cualquier ente que desarrolle una actividad financiera, ya sea Administración, empresa o familia.
- c) Diferencia entre beneficios y costes que se obtienen de la venta de productos y servicios por parte de una empresa

59. El presupuesto nos permite anticipar distintas alternativas de acción durante todo el ciclo de ventas, por ello, es un ejercicio de previsión que se apoya en una serie de principios fundamentales. Elija de entre las opciones cuales NO son principios fundamentales para la elaboración de presupuestos.

- a) Organización de medios y recursos y cronograma de los distintos eventos.
- b) Elaboración y responsabilidad exclusiva del área financiera.
- c) Realismo respecto a entornos medios y recursos y capacidad de flexibilidad y adaptabilidad.

60. El proceso presupuestario debe estar sistematizado para poder proporcionar una gran calidad de información que pueda ser contrastada y analizada por todas las unidades y los responsables de gestión. Seleccione de los siguientes cuales NO constan en el proceso presupuestario.

- a) Establecimiento de objetivos y análisis de los recursos disponibles.
- b) Prospección de opiniones y manejo de objeciones.
- c) Coordinación y revisión de todos los componentes y aprobación final.

61. El presupuesto de ingresos y gastos es aprobado por el órgano competente en cada caso, que deberán ser ejecutados según lo previsto, conformándose un proceso, con bases muy claras. Elija de las siguientes cuales NO corresponde a ninguna de las bases de aprobación de crédito.

- a) Modificación del crédito y anticipación del pago.
- b) Autorización y reconocimiento de obligaciones.
- c) Compromiso de gasto y propuesta de pago.

62. Dentro del grupo de documentos contables que existen en el proceso presupuestario, existe un tipo de documento que se utiliza para contabilizar anulaciones, solventar errores o minorar las cuantías aprobadas en el presupuesto de gasto. De las siguientes opciones cual corresponde con este tipo de documento.

- a) Documentos de retracción.
- b) Documentos de desinversión.
- c) Documentos inversos.



63. ¿Cuál es el objetivo de las previsiones de ventas?
- Conocer el volumen total del mercado al que proveemos para poder tener una estimación del precio medio al que vender nuestros productos o servicios.
 - Procuran averiguar qué parte del potencial de mercado podemos conseguir para nuestra empresa, dadas nuestras posibilidades económicas, técnicas y humanas.
 - Evaluar a todos los actores del mercado en función del número de empleados que constituyen cada uno de estos.
64. Existen varias formas de realizar las previsiones de ventas, una de las cuales es la que acepta que el futuro está de alguna forma evidente incluido en el pasado, permitiendo proyectar el comportamiento futuro. A esta forma de realizar la previsión de ventas se la conoce como:
- Análisis cualitativo de la previsión de ventas.
 - Mix del análisis.
 - Análisis estadístico de las tendencias.
65. En el plan de lanzamiento de la puesta en producción de un componente del equipo comercial, hay que dejar claros los objetivos que se persiguen, teniendo un plan formal, estructurado, con objetivos tanto cualitativos como cuantitativos. ¿Cuál es la diferencia entre objetivos cuantitativos y objetivos cualitativos?
- Los objetivos cuantitativos son aquellos que podemos medir con números y están destinados por ejemplo a la minimización de costes y los objetivos cualitativos son metas que son difíciles de medir con números y por ejemplo están orientados a medir la satisfacción de clientes.
 - Los objetivos cuantitativos son metas que son difíciles de medir con números y por ejemplo están orientados a medir la satisfacción de clientes y los objetivos cualitativos son aquellos que podemos medir con números y están destinados por ejemplo a la minimización de costes.
 - Los objetivos cuantitativos están destinados a medir la satisfacción de los trabajadores de cualquier departamento de la empresa vendedora y los objetivos cualitativos están más orientados a medir la satisfacción de los clientes de la empresa.



- 66.Cuál de las siguientes respuestas no corresponde con uno de los requisitos necesarios para fijar los objetivos comerciales.
- a) Un objetivo comercial debe tener efecto sobre el volumen de ventas, cuota de mercado y/o beneficio de contribución del producto o servicio.
 - b) Los objetivos comerciales deben ser específicos para cada caso o situación y deben estar coordinados entre sí y ser compatibles.
 - c) Los objetivos comerciales deben ser inalcanzables y generosamente recompensados para que el departamento de ventas se esfuerce al máximo para rentabilizar las ventas y ganen mucho más dinero a nivel personal.
67. De los siguientes objetivos comerciales, ¿cuáles de ellos se pueden contabilizar como objetivos cualitativos?
- a) Facturación total en euros de la zona asignada y parte proporcional en función de la familia de productos.
 - b) Número total de unidades vendidas y ratio de venta por cada visita comercial realizada.
 - c) Manejo de las herramientas informáticas de las que se dispone y la aplicación de procesos establecidos.
68. ¿Cómo se define el beneficio de un producto dentro de la rentabilidad comercial?
- a) La diferencia entre ingresos y gastos relacionados con la venta del producto.
 - b) El cociente entre los ingresos y el coste de producción del producto.
 - c) Ninguna de las anteriores es correcta
69. Cómo se conoce a la financiación para eventos de cualquier tipo a cambio de tener presencia física en dicho evento, ya sea de forma estática o dinámica.
- a) Mecenazgo.
 - b) Patrocinio.
 - c) Publicidad en punto de venta.
70. ¿Qué es el mecenazgo?
- a) Es la financiación por parte de una empresa o marca, de eventos de carácter deportivo o entretenimiento a cambio de su presencia en dicho evento.
 - b) Consiste en la financiación, por parte de una empresa o marca, de actividades de interés social o cultural.
 - c) Ninguna de las anteriores es correcta.



71. Definición de motivación de compra.

- a) Son las razones por las cuales los distribuidores, en primer lugar, y los consumidores o clientes finales, están dispuestos a cambiar su dinero por los productos o servicios que las empresas lanzan al mercado.
- b) Es el impulso de un distribuidor para llenar las estanterías de su tienda o de un consumidor final para llenar su despensa con determinados productos o servicios.
- c) Es la calidad percibida del producto, la conveniencia de su precio o la proximidad del punto de venta.

72. ¿Qué es un cuadro de mando?

- a) Es un conjunto de informaciones necesarias para ejercer el control de un área determinada por parte de un directivo.
- b) Es el resultado de la toma de decisiones para ajustar el nivel de stock de un almacén.
- c) Es la alineación entre los objetivos y las ventas producidas en un ejercicio fiscal.

73. Según la Ley Orgánica de Protección de Datos (LOPD) ¿quién es el responsable de custodiar la información?

- a) Existe una empresa dedicada en exclusiva a la custodia de la información sensible que se selecciona entre empresas especializadas y que tiene que estar registrada en el Registro Oficial de Empresas de Protección de Datos.
- b) El responsable de un fichero o tratamiento es la entidad, persona o el órgano administrativo que decide sobre la finalidad, el contenido y el uso del tratamiento de los datos personales.
- c) El responsable de custodiar la información referente a clientes de una empresa son los propios comerciales, quienes firmando un acuerdo de confidencialidad se responsabilizan de mantener a salvo dicha información.

74. ¿Cuáles son los niveles de seguridad según la LOPD?

- a) Existen el nivel básico, el nivel medio y el nivel alto, y estos son acumulativos, de modo que un fichero de nivel alto deberá aplicar también las medidas previstas en los niveles inferiores.
- b) Los niveles de seguridad son ordinales y van desde primero a sexto, correspondientes al primero el que tiene un nivel más alto de seguridad y al sexto el de nivel más bajo.
- c) No existen niveles de seguridad, todos los datos que se recogen de clientes tienen un alto componente de seguridad por lo que son tratados de igual forma.



75. Según la LOPD, ¿cuáles son alguna de las medidas de seguridad que se aplican para los ficheros con nivel de seguridad Medio?
- Debe existir un responsable del fichero, un responsable de seguridad, una auditoria bianual, un registro de incidencias, un listado de usuarios, un mecanismo de identificación y autenticación con limitación de intentos, un control de acceso físico, un inventario y clasificación de soportes y deben existir copias de seguridad.
 - La medida que distingue el nivel de seguridad Medio respecto al resto de niveles es la de la existencia de un Registro de accesos, con el listado de todos los accesos al registro.
 - Debe existir un responsable del fichero, un registro de incidencias, un listado de usuarios, un mecanismo de identificación y autenticación, control de acceso y deben existir copias de seguridad al menos semanales.
76. Según la LOPD, existe un derecho del ciudadano a la cancelación de sus datos, es decir, a que se borren o supriman sus datos si son inexactos o se han tratado ilegalmente. A este derecho se le llama el derecho de cancelación. ¿Cuál es el plazo que tienen las empresas para ejecutar este derecho?
- 10 días.
 - 30 días.
 - 90 días.
77. Según la LOPD cuál es la sanción que se puede imponer para infracciones graves en su cumplimiento.
- De 900 a 40.000 €.
 - De 40.000 a 300.000€.
 - De 300.001 a 600.000€.
78. ¿Cuál es el embalaje de un producto?
- Es la cara externa del producto, cuya función es la de presentar de forma atractiva el producto.
 - Son todos aquellos elementos con los que se protege un producto para su traslado, desde su lugar de fabricación, hasta el punto de venta o lugar de consumo.
 - Es el conjunto de productos o servicios homogéneos que constituyen una categoría.
79. ¿Qué es el "comprador misterioso" o "mystery shopper"?
- Es el comprador que va disfrazado al punto de venta para pasar desapercibido.
 - Es el comprador que asiste al punto de venta pretendiendo averiguar precios y localización y situación del producto en el punto de venta.
 - Ninguna de las dos es correcta.



80. Cuáles de los siguientes objetivos se persiguen con la promoción de ventas de un producto
- Mejorar la imagen de la empresa, incrementar el número de empleados y la captación de nuevos usuarios.
 - Incremento del inventario en tienda para evitar roturas de stock, dificultar la introducción de un competidor, liquidación de referencias, atenuación de la estacionalidad.
 - Todas las anteriores son correctas.
81. En un programa de fidelización, los objetivos estratégicos deben estar muy bien definidos desde los primeros pasos de su concepción. ¿Cuáles son algunos de estos objetivos?
- Posicionar bien el producto y su imagen, hacer buenas campañas de promoción y tener precios competitivos.
 - Conocer más a fondo los comportamientos y actitudes de los clientes, personalizar al máximo las ofertas de la empresa y del propio programa e incrementar el valor que se entrega a los clientes.
 - Todas las anteriores son correctas.
82. En el proceso de venta, una de las fases más importantes del proceso es la de negociación. ¿cuándo se produce esta fase?
- Cuando no aparecen diferencias de criterio respecto a un asunto, producto o servicio que concierne al cliente ni existen posiciones de fuerza distinta.
 - Cuando las partes se reúnen con la intención de acercar sus posturas para llegar a un inicio de compromiso.
 - Cuando los objetivos de ambas partes involucradas en el proceso de venta son diferentes y la situación no es de interdependencia.
83. Existen leyes que se aplican al Comercio Electrónico y a otros Servicios de Internet cuando son parte de una actividad económica. ¿Cuál de estas tres leyes se aplican en el comercio digital?
- La LSSI, ley 34/2002, de 11 de julio, de Servicios de la Sociedad de la Información y del Comercio Electrónico.
 - El Decreto Legislativo 1/2019, de 13 de diciembre del Consejo de Estado, de la Ley de Estatuto de Consumidores y Usuarios.
 - La LCICE, ley 9/2010 de 17 de diciembre, de Comercio Interior en el Comercio Electrónico.



84. Cuando se realiza una campaña de marketing online, ¿qué parámetros se miden con la analítica online?
- a) Las impresiones, el CTR, el CPC, el número de pestañas que hay abiertas simultáneamente en el buscador, y la parte del banner que pulsa el usuario.
 - b) Las visitas, número de veces que se ha accedido a un portal web, las páginas vistas, número de veces que se carga una página de un portal web, el número de usuarios únicos, número de usuarios que han visitado la web, las conversiones, la ratio de conversión a ventas que tengo.
 - c) c. Las dos anteriores son correctas.
85. ¿Qué es la rotación de stock?
- a) Es el tiempo medio de almacenamiento de productos determinados en espera de ser vendidos.
 - b) Es el tiempo medio de fabricación más el tiempo que se tarda en vender un producto acabado.
 - c) Es el número de veces que se renuevan las existencias de productos para la venta a lo largo del ejercicio o la frecuencia con que se venden los productos de la actividad comercial.
86. ¿Cuáles son los objetivos principales del merchandising?
- a) Es el conjunto de técnicas comerciales y estudios que permiten presentar el producto o servicio en las mejores condiciones para llamar la atención, dirigir al cliente hacia el producto o facilitar la acción de compra.
 - b) Es el conjunto de técnicas comerciales y estudios que permiten presentar el producto o servicio en las mejores condiciones para incrementar el margen comercial, hacer más atractivo el producto y localizar en la mejor posición del lineal del supermercado.
 - c) Las dos anteriores son correctas.
87. ¿Qué es un "club" de clientes?
- a) Es un recinto en el que la empresa recibe a los clientes que quiere fidelizar debido a que son los de mayor proyección.
 - b) Es una estrategia de marketing que se utiliza como herramienta de fidelización.
 - c) Es una selección de los mejores clientes de la empresa referidos a volumen de facturación.
88. Según los estudios de ubicación y movimiento de los consumidores dentro de un supermercado, ¿a qué se denomina la zona caliente?
- a) Al entrar a la izquierda en el pasillo que discurre frente a las cajas.
 - b) Al entrar a la derecha, en el pasillo central y al lado de las cajas.
 - c) Al fondo a la izquierda, donde se sitúan los productos más voluminosos.



89. En la organización de un punto de ventas de productos, ¿cuál es la forma de ordenación que define las salidas de almacén con el algoritmo FIFO?
- a) Primer producto en entrar, primer producto en salir.
 - b) Primer producto en entrar, último producto en salir.
 - c) No hay un orden predefinido en la rotación de productos.
90. Cuál es la diferencia entre promoción de ventas y programa de fidelización.
- a) Promoción de ventas es hacer un descuento o regalo por la adquisición de un bien o servicio y el programa de fidelización consiste en hacer una tarjeta de puntos al cliente.
 - b) Promoción de ventas consiste en ofrecer ventajas tangibles, transitorias y condicionadas por la compra de un producto o servicio y programa de fidelización es cuando la promoción no es transitoria.
 - c) Promoción de ventas es disminuir el precio que paga el cliente y el programa de fidelización es incluir los mantenimientos preventivos anuales en la compra de un producto.
91. Diferencia entre pago anticipado y pago al contado.
- a) Es pago anticipado cuando se exige al cliente el pago previo a la recepción de la mercancía o prestación del servicio y es pago al contado cuando el cliente abona el importe en el momento de la recepción de la mercancía o la prestación del servicio.
 - b) Pago anticipado es cuando el cliente abona el importe de la factura en el momento de la recepción de la mercancía o de la prestación del servicio y pago al contado es cuando el cliente es exigido a pagar previamente a la recepción de la mercancía o prestación del servicio.
 - c) Pago anticipado es cuando el cliente paga una parte de la factura en el momento de recibir la mercancía y el resto cuando la ha probado y pago al contado es cuando el cliente paga a través de un crédito concedido por el banco la mercancía o servicio recibido.
92. ¿A que llamamos pagaré?
- a) Es un documento que acredita el pago de una determinada cantidad de dinero, emitido por la persona acreedora (quien recibe) y dirigido a la persona deudora (quien paga).
 - b) Es un título por el que una persona, que se denomina firmante, se obliga a pagar a otra, determinada tenedor, y a su orden, una determinada cantidad en una fecha y en un lugar determinado.
 - c) Ninguna de las dos es correcta.



93. ¿Cómo se conoce a la forma de pago en la que se autoriza el cobro de la factura por el producto o servicio al proveedor mediante una orden al banco?
- a) Domiciliación del pago.
 - b) Pago contra reembolso.
 - c) Tránsito bancario.
94. ¿Quién firma un pagaré?
- a) La persona o empresa que tiene que cobrar.
 - b) La persona o empresa que tiene que pagar.
 - c) Cualquiera de los dos.
95. ¿Qué es la tasa churn de un negocio?
- a) Es el tipo de interés de actualización, es decir, que un euro no vale lo mismo hoy que dentro de cinco años.
 - b) Es la variación de ventas en un periodo determinado con relación al coste de fabricación de una familia de productos.
 - c) Es el % de clientes activos de una misma tipología al inicio de un periodo que dejan de comprar durante el mismo.
96. Es vital conseguir que todo cliente se convierta en un cliente fiel a través del desarrollo de vínculos especiales. De las siguientes respuestas, elija las que se consideran amenazas a la fidelización de clientes.
- a) El cliente insatisfecho, el efecto halo y la tasa de deserción.
 - b) El lanzamiento de nuevos productos, el NO ofrecimiento de servicios adecuados y tener un departamento de ventas especializado.
 - c) El tamaño de la empresa, la inflexibilidad en los cobros y mala atención al cliente.
97. Existen varias alternativas en las técnicas de cierre de operaciones de venta, como la que consiste en anunciar al cliente que pasado un tiempo no le podrás mantener tu oferta en las mismas condiciones tan favorables como las actuales. ¿Qué nombre recibe esta técnica de cierre?
- a) Cierre de gancho.
 - b) Cierre alternativo.
 - c) Cierre de acción directa.



98. Dentro de las técnicas de cierre de operaciones de venta, ¿cuál es la característica que distingue al cierre de detalle?
- a) El cliente solicita implícita o explícitamente un regalo para dar su confirmación al pedido.
 - b) Tú, como asesor comercial planteas una pregunta al cliente sobre algún detalle concreto acerca del producto que presuponga que va a comprar.
 - c) Ninguna de las anteriores es correcta.
99. En términos de satisfacción de clientes o lealtad, ¿a qué llamamos IPN o Índice de Promotores Neto?
- a) Es el índice que establece que entre todos los clientes con los que trata una empresa, solo algunos de ellos se manifiestan predispuestos a NO recomendarla.
 - b) Es el indicador resultado de restar a la cifra de promotores la del porcentaje de los detractores.
 - c) Es el índice que marca el total de clientes que habitualmente mantienen el hábito de compra en la empresa.
100. Durante la resolución de un conflicto con un cliente, se identifican una serie de fases que dan lugar a un proceso completo. ¿Cuáles son estas fases?
- a) Negación de la realidad, aceptación del hecho y resolución amistosa.
 - b) Planteamiento del conflicto, preparación de la negociación, desarrollo de la negociación y evaluación y posterior seguimiento.
 - c) Ninguna de las anteriores es correcta.
101. Tanto si el conflicto con un cliente es manifiesto como si es latente, es necesario revisar las todas las posibilidades que se presentan para disipar la amenaza de no encontrar un acuerdo. Se puede llegar a un acuerdo, o, por el contrario, que una de las dos partes salga "victoriosa" de la negociación. De las siguientes estrategias para resolución de conflictos solo hay una en la que la parte proveedora no sale satisfecha del acuerdo y el cliente sí. Elija la opción correcta.
- a) Estrategia orientada a la solución.
 - b) Estrategia de no enfrentamiento.
 - c) Estrategia de control.



102. Los dos factores que condicionan la fidelidad del cliente son la satisfacción y la retención, entendiendo por retención el hecho de que repita habitualmente la compra en la empresa. Atendiendo a este hecho, como se denomina al tipo de cliente que está satisfecho con nuestros productos o servicios, pero decide no comprometerse con nuestro negocio y está abierto a cambiar de proveedor.
- El cliente "apóstol".
 - El cliente "terrorista".
 - El cliente "mercenario".
103. ¿Cómo es el nombre del cliente que influye negativamente en el mercado debido a la mezcla de insatisfacción y frustración?
- Clientes "virales".
 - Clientes "troyanos".
 - Ninguna de las anteriores es correcta.
104. Una vez que se pierde un cliente es muy complicado volver a recuperarlo. Elija de entre las siguientes, las fases del plan de recuperación en el proceso de devolución de la confianza del cliente.
- Reconocimiento de la no lealtad, reaccionar tan pronto como sea posible y realizar comunicaciones periódicas indicando avances en las áreas consideradas importantes para el cliente.
 - Reconocimiento de la no lealtad, mandar un regalo para relajar la tensión e invitarle a comer para convencerle que tu empresa sigue siendo la mejor elección.
 - Ninguna de las anteriores es correcta.
105. ¿Qué es un cuello de botella?
- Es el factor dentro de un proceso que limita la capacidad.
 - La parte más estrecha de un punto de venta.
 - Ninguna de las anteriores es correcta.
106. A la hora de considerar el proceso, sea de venta o de cualquier proceso productivo, podemos considerar una serie de características que influyen en el resultado obtenido. ¿Cuáles son alguna de esas características?
- Tareas y flujos.
 - Capacidad y eficiencia.
 - Inputs y estado de la tecnología.



107. La demanda puede variar en el horizonte de la planificación, por lo que nuestro objetivo es equilibrar la demanda y el volumen de stock para satisfacerla. ¿Cómo podemos hacer disminuir la demanda de ciertos productos a criterio de ventas para ajustar momentos de poco stock?
- a) Bajando el precio y aumentando la visibilidad en el punto de venta.
 - b) Creando promociones atractivas.
 - c) Retrasando el envío de productos aumentando el plazo de entrega.
108. Los sistemas de reposición de inventarios se diseñan para minimizar los efectos de las ventajas o desventajas derivadas de poseer diferentes niveles de stock. Uno de estos sistemas se basa en la determinación del nivel de stock y la cantidad a pedir cuando se alcanza el nivel de reaprovisionamiento. ¿Cómo se denomina a este sistema de reposición de inventario?
- a) Revisión periódica del nivel de stock.
 - b) Sistema de pedido en punto fijo.
 - c) Rotación básica de stock.
109. En términos de logística comercial como se llaman a los costes que se cuantifican a partir del stock medio existente en el almacén durante cada período de tiempo y que se puede calcular en porcentaje sobre el valor monetario de las existencias medias o en unidades monetarias por unidad de artículo en stock.
- a) Coste de reposición.
 - b) Coste de almacenamiento.
 - c) Coste de rotura de stock.
110. ¿A qué llamamos rotura de stock?
- a) Carencia de productos para satisfacer la demanda en el lugar y el momento en que estos se necesitan por parte del cliente.
 - b) Demora a la hora de satisfacer la demanda por gran afluencia de clientes en el mismo lugar.
 - c) Almacenamiento de menos unidades de las que marca el stock mínimo de almacén.

