

1. El emprendimiento requiere estar dispuesto a tomar riesgos relacionados con el _____, el _____ y el trabajo arduo. (tiempo - dinero)
2. Al definir el perfil del cliente, se deben responder preguntas como: ¿Qué esperan tener mis clientes? ¿Qué _____ tendría el cliente? (frustraciones)
3. Los canales de distribución determinan cómo los productos llegan al cliente y se deben seleccionar en función de las características del producto o servicio, los objetivos de la venta, el costo y las _____ para la empresa. (utilidades)
4. La oportunidad es una posibilidad, una vía que se abre ante la _____ y a través del cual podrá logarse algo _____. (empresa - valioso)
5. El riesgo es una posibilidad de que se produzca un contratiempo o una _____, de que alguien o algo sufra perjuicio o daño. (desgracia)
6. Se puede emprender a cualquier edad si se está preparado para hacerlo.
Verdadero.
7. Los segmentos de mercado pueden tener diferentes necesidades, comportamientos y atributos.
Verdadero.
8. La personalización es una forma de adaptar los productos y servicios a las necesidades del cliente.
Verdadero.
9. La marca no es importante para algunos clientes al momento de elegir un producto o servicio.
Falso.
10. Los canales ATL son aquellos que emplean formas masivas de comunicación para el marketing, como la publicidad en medios tradicionales.
Verdadero.
11. El pensamiento divergente selecciona ideas.
Falso
12. El pensamiento convergente genera ideas.
Falso
13. El tipo directo de los canales de distribución es cuando la empresa vende sus productos a través de intermediarios.
Falso

14. El tipo indirecto de los canales de distribución se subdivide en: canales cortos, canales medianos y canales dobles.
Falso
15. ¿Cuál es una de las cualidades importantes que un emprendedor debe tener?
- a) **Perseverancia.**
 - b) Ambición desmedida.
 - c) Indecisión.
 - d) Falta de actitud.
16. ¿Cuál de las siguientes opciones describe mejor un emprendimiento dinámico?
- a) Muy similar a la competencia.
 - b) **Ofrece una propuesta de valor agregado diferente a la competencia.**
 - c) No requiere esfuerzo o trabajo.
 - d) No tiene importancia o envergadura.
17. ¿Cuál es un tipo de emprendimiento?
- a) **Tradicional.**
 - b) Estático.
 - c) Pasivo.
 - d) Virtual.
18. ¿Qué tipo de preguntas son relevantes al definir el perfil del cliente?
- a) Preguntas sobre el clima.
 - b) Preguntas sobre las necesidades del cliente.
 - c) **Preguntas sobre las necesidades y frustraciones del cliente.**
 - d) Preguntas sobre la política económica del país.
19. ¿Cuál de las siguientes categorías está relacionada con la ubicación del cliente?
- a) **Categorías geográficas.**
 - b) Categorías demográficas.
 - c) Categorías psicográficas.
 - d) Categorías financieras.
20. ¿Qué son los segmentos de mercado?
- a) **Grupos de personas a los que se dirige una empresa.**
 - b) La competencia directa de una empresa.
 - c) Los productos que una empresa ofrece.
 - d) Las estrategias de marketing de una empresa.
21. ¿Por qué es importante la segmentación del mercado?
- a) Porque no tiene impacto en el éxito de un negocio.
 - b) **Porque permite identificar grupos de clientes con necesidades similares.**
 - c) Porque es un requisito legal.
 - d) Porque solo se pueden vender productos a un tipo de cliente.

22. ¿Cuál de las siguientes NO es una categoría relacionada con las actividades del cliente según el perfil del cliente?
- a) Funcionales.
 - b) Sociales.
 - c) **Financieras.**
 - d) Personales o emocionales.
23. ¿Cuál de las siguientes NO es una característica de una propuesta de valor?
- a) Factor que hace que un cliente prefiera nuestra empresa u otra.
 - b) **Finalidad es generar pérdidas para la empresa.**
 - c) Conjunto de ventajas que una empresa ofrece a los clientes.
 - d) Propuestas innovadoras y ofertas nuevas.
24. ¿Qué significa la "novedad" en una propuesta de valor?
- a) **Satisfacen necesidades que hasta ahora eran inexistentes.**
 - b) Ofrecen productos o servicios a un precio muy alto.
 - c) Son productos que ya existían en el mercado.
 - d) No tienen importancia en la creación de valor.
25. ¿Qué significa "ATL" en términos de canales de distribución?
- a) **Above the Line.**
 - b) Below the Line.
 - c) Along the Line.
 - d) Around the Line.
26. ¿Qué son las comunidades en relación con los clientes?
- a) Grupos de clientes que compran diferentes productos.
 - b) **Grupos de clientes que compran lo mismo y son personas muy fieles a un producto.**
 - c) Grupos de clientes que no tienen relación entre sí.
 - d) Ninguna de las anteriores.
27. ¿Qué implica la creación colectiva en la relación con los clientes?
- a) Los clientes reciben productos sin su participación en el proceso de desarrollo.
 - b) **Los clientes colaboran con la empresa para el desarrollo de productos, dando comentarios y ayudando en el diseño.**
 - c) Los clientes no tienen voz en el desarrollo de productos.
 - d) Los clientes reciben productos sin recibir comentarios sobre su calidad.
28. ¿Qué caracteriza al servicio automático en la relación con los clientes?
- a) Una relación breve con el cliente.
 - b) **Una relación prolongada en la que los servicios reconocen a los clientes y les ofrecen información personalizada.**
 - c) Un servicio en el que los clientes no reciben atención.
 - d) Un servicio en el que los clientes interactúan directamente con representantes de la empresa.

29. ¿En qué consiste la asistencia personal exclusiva en relación con los clientes?

- a) Los clientes obtienen el producto por su cuenta.
- b) Un representante real del servicio de atención al cliente brinda ayuda o asesoramiento.
- c) Una persona de servicio al cliente se relaciona exclusivamente con un cliente durante períodos largos.
- d) Los clientes no necesitan asesoramiento.

30. ¿Qué implica la asistencia personal en la relación con los clientes?

- a) Los clientes obtienen el producto por su cuenta.
- b) Los clientes interactúan directamente con representantes de la empresa.
- c) Los clientes no necesitan asesoramiento.
- d) Un representante real del servicio de atención al cliente brinda ayuda o asesoramiento.