

## **PREGUNTAS CORTAS SOBRE LOS TEMAS 6 Y 7 DE DIRECCIÓN COMERCIAL**

1. Describa un canal de distribución directo:  
FABRICANTE – CONSUMIDOR FINAL
2. Describa un canal de distribución indirecto corto:  
FABRICANTE – MINORISTA – CONSUMIDOR FINAL
3. Describa un canal de distribución indirecto largo:  
FABRICANTE – MAYORISTA – MINORISTA – CONSUMIDOR FINAL
4. ¿Cuál es la función de los canales de distribución donde se distribuyen las cargas de los stocks y las pérdidas por caducidad?  
ASUNCIÓN DE RIESGOS
5. ¿Cómo se denomina la estrategia que consiste en realizar una acción de ventas a los intermediarios del canal de distribución con el fin de que tengan los productos de una marca y realicen el esfuerzo de venderlos?  
PUSH - EMPUJAR
6. ¿Cómo se denomina la estrategia que consiste en realizar una acción promocional y publicitaria a los consumidores finales con el objetivo de que demanden los productos de una determinada marca a los distribuidores?  
PULL - ASPIRACIÓN
7. El promedio de veces que se llena y vacía de stocks un almacén en un periodo de tiempo determinado se denomina:  
ROTACIÓN DE STOCKS
8. El tipo de servicio post-venta que requiere un producto determina:  
EL DISEÑO DEL CANAL DE DISTRIBUCIÓN
9. ¿Cómo se denomina la estrategia de cobertura de mercado que consiste en contar con un número limitado de puntos de venta en un mercado determinado?  
SELECTIVA
10. ¿Cómo se denomina la estrategia de cobertura de mercado que consiste en tratar de vender todo lo posible en un mercado determinado, comercializando los productos en el mayor número de establecimientos posible?  
INTENSIVA
11. ¿Cómo se denomina el acuerdo entre fabricante y distribuidor por el que el primer le cede al segundo mediante contrato la utilización de su marca y la comercialización en exclusiva de los productos que elabora?

## FRANQUICIA

12. ¿Un intermediario mayorista le puede vender a otro mayorista?

SI

13. ¿Cómo se denominan las actividades desarrolladas por el detallista para estimular la compra de los productos en el punto de venta, con el fin de optimizar la rentabilidad del lineal de ventas?

MERCHANDISING

14. ¿Cómo se denomina las deformaciones que se producen en el proceso de comunicación en la comprensión de los mensajes emitidos?

RUIDO

15. ¿Cuál es el MIX de la comunicación?

PUBLICIDAD, PROMOCIÓN DE VENTAS, FUERZA DE VENTAS,  
RELACIONES PÚBLICAS Y MARKETING DIRECTO

16. ¿Cuáles son los fines básicos de la comunicación?

INFORMAR, PERSUADIR Y RECORDAR

17. ¿Cuál es la variable del mix de la comunicación más impersonal?

PUBLICIDAD

18. ¿Cuál es la variable del mix de la comunicación más personal?

LA FUERZA DE VENTAS

19. ¿Cómo se denomina la comunicación directa, impersonal e interactiva entre vendedor y comprador a través de medios de comunicación convencionales o tecnológicos?

MARKETING DIRECTO

20. ¿Cuál es la variable del mix de la comunicación donde no se paga a los medios de comunicación por difundir la información de la empresa o un una marca?

RELACIONES PÚBLICAS