

1.- Con respecto al contacto visual, es CIERTO que:

- a. Mirar fijamente puede transmitir agresividad.**
- b. Mirar hacia abajo transmite seguridad en si mismo.
- c. Miran más las mujeres que los hombres.
- d. Miramos sobre todo a la boca del que habla.

2.- Cuando nos referimos al “como se dice” o lo que es lo mismo al conjunto de características de las cualidades de la voz, estamos hablando de:

- a. Musicalidad.
- b. Melodía.
- c. Entonación.
- d. Paralenguaje.**

3.- El conjunto de símbolos utilizados para transmitir una información se denomina:

- a. Código.**
- b. Canal.
- c. Contexto.
- d. Mensaje.

4.-El término empatía significa:

- a. Estar de acuerdo en todo con nuestro interlocutor o interlocutora.
- b. Ponerse en el lugar de la otra persona.**
- c. Ser cordial y agradable con la persona usuaria.
- d. Realizar gestos de asentimiento y mostrar interés por el mensaje.

5.- Escuchar activamente:

- a. Es estar preparando la respuesta que daremos al emisor.
- b. Es un proceso activo para el receptor. Es necesario concentrarse, comprender, resumir, confirmar.**
- c. Es mirar a los ojos al emisor y asentir con la cabeza.
- d. Se puede hacer, si se es hábil, mientras que mandamos un SMS.

6.- Forma parte de la comunicación no verbal:

- a. La distancia a la que nos situamos durante la comunicación.**
- b. La técnica del disco rayado.
- c. La escucha activa.
- d. Los mensajes de texto con el móvil.

7.- Hay gente que piensa que una persona fea, es por ello, también mala y peligrosa. A esta situación se le denomina:

- a. Prejuicios sociales.
- b. Banco de Niebla.
- c. Efecto Halo.**
- d. Mala intención.

8.- La comunicación mediante gestos o movimientos corporales, incluyendo la expresión facial, la mirada y la postura, entre otros se denomina:

- a. Kinesia.**
- b. Gestual.
- c. Proxemia.
- d. Paralenguaje.

9.- La comunicación _____ es aquella que se da entre dos personas que están generalmente cara a cara.

- a. no verbal
- b. personalizada
- c. interpersonal**
- d. verbal

10.- La distancia más utilizada en el trato con las personas usuarias de las farmacia y parafarmacias es la:

- a. Distancia social.**
- b. Distancia pública.
- c. Distancia privada.
- d. Distancia personal

11.- La Distancia _____ la utilizamos en conversaciones con amigos y amigas.

- a. social
- b. privada
- c. personal**
- d. pública

12.- La escucha activa:

- a. Hay que evitarla para no intimidar al cliente.
- b. Consiste en atender a lo que nos dicen y como nos lo dicen, esforzándose por entender todas las implicaciones posibles.**
- c. Consiste en oír lo que dice el cliente moviendo mucho la cabeza.
- d. No se debe utilizar si la persona usuaria tiene una actitud agresiva.

13.- La sordera del emisor se considera una barrera de la comunicación de tipo:

- a. Filológico.
- b. Fisiológico.**
- c. Semántico.
- d. Físico.

14.- Los datos como nombre, dirección y teléfono de seguridad son considerados de nivel de seguridad _____ en la Ley orgánica de protección de datos de carácter personal.

- a. estándar
- b. básico**
- c. medio
- d. alto

15.- Para conseguir usuarios y usuarias satisfechos debemos prestar un servicio en el que el rendimiento percibido esté por encima de sus:

- a. Intereses.
- b. Expectativas.**
- c. Exigencias.
- d. Demandas.

16.- Para favorecer la comunicación con personas con dificultades en el habla debemos:

(dos correctas)

- a. Tener paciencia.**
- b. Acabar sus frases.
- c. Utilizar preguntas sencillas.**
- d. Realizar muchas preguntas.

17.- Si el emisor y el receptor no hablan el mismo idioma, se establece una barrera _____ a la comunicación.

- a. semántica**
- b. psicológica
- c. física
- d. ideológica

18.- Si un paciente demanda un antibiótico sin receta debemos:

- a. No dispensarlo, negándonos de forma rotunda y tajante.
- b. Dispensarlo y decir al paciente que en cuanto pueda nos traiga la receta.
- c. Argumentar de forma asertiva la imposibilidad de dispensarlo sin receta**
- d. Dispensarlo e informar de su posología.

19.- ¿Cuál de las siguientes afirmaciones es correcta con respecto a la velocidad a la que hablamos?

- a. Hablando muy lento y despacio mejoramos la empatía.
- b. Utilizar un tono monocorde sin melodía da sensación de discurso de más nivel
- c. Cuanto más rápido hablemos, más cosas diremos, y será mejor.

d. Las variaciones de ritmo nos permiten dar más o menos énfasis a lo que estamos diciendo.

20.- ¿Cuál de las siguientes afirmaciones es correcta respecto a la comunicación con el paciente/cliente?

- a. El paciente nos transmite un mensaje y nosotros tenemos que recibirlo y aceptarlo rápidamente.
- b. Debemos utilizar tandas de al menos 10 preguntas cerradas para obtener información veraz.
- c. Debemos ser simpáticos siempre.

d. Pueden existir barreras como la falta de privacidad, falta de tiempo...

21.- ¿Cuál de las siguientes afirmaciones es correcta respecto a los productos que hay en las farmacias y parafarmacias?

- a. Encontramos productos similares en todas las farmacias.**
- b. Los productos que encontramos en las parafarmacias son más baratos.
- c. La calidad de los productos varía mucho de unas farmacias a otras.
- d. Los productos que encontramos en las farmacias tienen más calidad.

22.- ¿Cuál de las siguientes afirmaciones sobre la comunicación no verbal es CIERTA?

- a. Los gestos de la cara son universales solo tienen un significado y una interpretación posible.
Incorrecta
- b. Se utilizan para dar énfasis al lenguaje verbal.**
- c. No expresa estados de ánimo ni sentimientos.
- d. Más del 80% de la comunicación interpersonal cara a cara se realiza por lenguaje no verbal.

23.- El Emisor puede ser una persona que, de forma involuntaria, envía un mensaje a otra. ¿Verdadero o falso?

- a. verdadero**
- b. falso.

24.- El lenguaje no verbal es más sincero que el verbal. ¿Verdadero o falso?

- a. verdadero**
- b. falso

25.- El lenguaje verbal y no verbal deben ser congruentes. ¿Verdadero o falso?

- a. verdadero**
- b. falso

26.- El proceso de comunicación es unilateral, la información se transmite solo del emisor al receptor.
¿Verdadero o falso?

a. verdadero

b. falso

27.- Un esquema adecuado de preguntas para la entrevista con una usuaria que demanda un servicio en la farmacia sería: realizar una pregunta abierta por cada ocho o nueve cerradas. ¿Verdadero o falso?

a. verdadero

b. falso

28.- Utilizar un estilo asertivo de comunicación es una cualidad innata que no puede aprenderse.
¿Verdadero o falso?

a. verdadero

b. falso

29.- Aceptar parcialmente la objeción es una de las formas adecuadas de tratar las objeciones.
¿Verdadero o falso?

a. Verdadero

b. falso

30.- Las campañas de educación sanitaria en las que participan las oficinas de farmacia contribuyen a mejorar la fidelización de clientes ¿Verdadero o falso?

a. Verdadero

b. Falso

31.- Conocer la motivación de compra...

a. no es necesario para la venta.

b. nos ayudará a presentar y argumentar el producto.

c. es uno de los objetivos de la promoción.

d. es imposible ya que es algo personal de cada cliente.

32.- Es falso que:

a. La percepción es la forma subjetiva que tenemos de interpretar los estímulos que recibimos.

b. El aprendizaje tienen gran influencia en el proceso de decisión de compra.

c. La percepción es la forma objetiva que tenemos de interpretar los estímulos que recibimos.

d. La personalidad son los rasgos que caracterizan el comportamiento de las personas.

33.- Cuando compramos un producto estamos buscando...

- a. Satisfacer una motivación.
- b. Adquirir una ventaja.
- c. Satisfacer una necesidad.**
- d. Satisfacer un beneficio comercial.

34.- Durante la argumentación se intenta persuadir a la persona...

- a. Describiendo de forma detallada las características técnicas y la composición del producto.
- b. Mediante el interrogatorio exhaustivo que nos permita conocer sus posibilidades económicas.
- c. Destacando los beneficios que el producto aportara a la persona.**
- d. Desplegando todos nuestros conocimientos técnicos y profesionales.

35.- El conjunto de acciones que tienen por objeto estimular la compra del producto en el punto de venta se denomina:

- a. Segmentación.
- b. Publicidad.
- c. Merchandising.**
- d. Marketing.

36.- El tipo de venta más importante de las oficinas de farmacia es...

- a. Ventas de gran valor a particulares y empresas.
- b. Ventas de gran volumen a empresas.
- c. Pequeñas ventas de baja frecuencia.
- d. Pequeñas ventas de alta frecuencia a clientes particulares.**

37.- En el análisis DAFO los factores internos que son positivos se denominan:

- a. Fortalezas.**
- b. Oportunidades.
- c. Ventajas.
- d. Estrategias.

38.- En la base de la pirámide de Maslow se encuentran las necesidades...

- a. Seguridad.
- b. Relación.
- c. Fisiológicas.**
- d. Autorrealización.

39.- Las cualidades físicas de la persona que vende...

a. No influyen en la venta.

b. Son muy importantes, cuánto más guapa sea la persona que vende, mejor realizará las actividades de venta.

c. Son importantes.

d. Es lo más valorado por los clientes.

40.- Un paciente tiene que comprar los antibióticos recetados por su médico de cabecera. ¿Cuál de los siguientes establecimientos comerciales sería competencia para una oficina de farmacia?

a. Tiendas on-line de medicamentos.

b. Otras oficinas de farmacia.

c. Parafarmacias.

d. Herbolarios especializados.

41.- ¿Cuál de las siguientes afirmaciones es CORRECTA?

a. Las compras de búsqueda variada suelen realizarse con productos de alta implicación.

b. Las compras disonantes son compras de baja implicación.

c. Las compras habituales son generalmente de baja implicación.

d. Las compras por impulso suelen ser de artículos de precio elevado.

42.- ¿Cuál de las siguientes afirmaciones es correcta?

a. Las oficinas de farmacia situadas en zonas dormitorio tienen sobre todo venta de medicamentos de prescripción médica ya que predomina la población de personas mayores.

b. Las oficinas de farmacia situadas en el centro de la ciudad suelen tener un volumen elevado de productos de alimentación e higiene infantil.

c. Las oficinas de farmacia situadas en zonas turísticas tienen un elevado volumen de ventas de productos de parafarmacia.

d. El posicionamiento es el ranking de ventas en las oficinas de farmacia de una provincia.

43.- ¿Cuál de las siguientes afirmaciones es FALSA respecto al ciclo de vida del producto?

a. Durante la fase de crecimiento aumenta la competencia.

b. Durante la fase de lanzamiento es necesario realizar una gran inversión en marketing.

c. La duración de cada fase es variable.

d. La fase de introducción es la más rentable para la empresa que lanza un producto nuevo.

44.- ¿Cuál de las siguientes considerarías una objeción falsa?

a. "... es demasiado caro para mí".

b. "... me lo voy a pensar unos días".

c. "... no sé si me sentará bien"

d. "... huele muy bien, aunque sea un poco caro".

45.- ¿Cuál de las siguientes es un factor interno en la toma de decisiones de compra?

- a. Cultura.
- b. Motivación.**
- c. Estilo de vida.
- d. Clase social.

46.- ¿Cuál de las siguientes no es una característica de las compras de baja implicación?

- a. Compra de forma esporádica.**
- b. Productos de uso habitual.
- c. Compras habituales.
- d. Productos de bajo precio.

47.-¿Cuál de las siguientes no es una variable del marketing mix?

- a. Promoción.
- b. Posición.**
- c. Producto.
- d. Precio.

48.- ¿Cuál de los siguientes signos del lenguaje corporal NO es adecuado en la aproximación en el proceso de venta?

- a. Brazos cruzados.**
- b. Mirar a los ojos.
- c. Sonrisa.
- d. Postura serena.

49.- ¿Qué significan las siglas AIDA?

- a. Asesoramiento, información, difusión, actuación.
- b. Alertar, demostrar, insistir, asesorar.
- c. Atención, interés, deseo, acción.**
- d. Atención, información, discusión, acción.

50.- ¿Qué técnica de cierre está utilizando si decimos..."...lo prefiere con aroma a lavanda o a melocotón"?

- a. Cierre por alternativa.**
- b. Cierre por oferta.
- c. Cierre por deseo.
- d. Cierre directo.

51.- Aceptar parcialmente la objeción es una de las formas adecuadas de tratar las objeciones.
¿Verdadero o falso?

a. Verdadero

b. Falso

52.- Ampliar el horario de apertura de la oficina de farmacia puede mejorar el posicionamiento.
¿Verdadero o falso?

a. Verdadero

b. Falso

53.- Antes de plantear la venta cruzada debemos satisfacer las necesidades primeras del cliente.
¿Verdadero o falso?

a. Verdadero

b. Falso

54.- Después de la dispensación de un medicamento es un buen momento para iniciar la venta cruzada de un producto de parafarmacia. ¿Verdadero o falso?

a. Verdadero

b. Falso

55.- En los establecimientos comerciales no tienen gran importancia el marketing interno. ¿Verdadero o falso?

a. Verdadero

b. Falso

56.- La venta cruzada se suele utilizar en la venta de medicamentos. ¿Verdadero o falso?

a. Verdadero

b. Falso

57.- Las campañas de educación sanitaria en las que participan las oficinas de farmacia contribuyen a mejorar la fidelización de clientes ¿Verdadero o falso?

a. Verdadero

b. Falso

58.- Mostrar empatía con el cliente es una medida adecuada en el tratamiento de objeciones.
¿Verdadero o falso?

a. Verdadero

b. Falso

59.- Todos los clientes insatisfechos con una compra efectúan una queja o reclamación. ¿Verdadero o falso?

a. Verdadero

b. Falso

60.-Después de rellenar la hoja de reclamación y dejar copia en la empresa, la persona que reclama debe esperar: _____ días hábiles a que la empresa reclamada le conteste por escrito.

- a. **10**
- b. 5
- c. 30
- d. 2

61.-El documento donde se detalla de forma precisa cómo se pesa una sustancia es un:

- a. Procedimiento normalizado de trabajo.
- b. **Norma de calidad.**
- c. Instrucciones de calidad.
- d. Manual de calidad.

62.-El documento en el que se resume por escrito el compromiso de la dirección de la empresa con la calidad es...

- a. La norma ISO 9000.
- b. El mapa de procesos.
- c. El escrito de compromisos éticos de la farmacia.
- d. **La declaración de la política de calidad.**

63.-En relación con las reclamaciones señala cuál de las afirmaciones siguientes son CIERTAS.

(2 correctas)

- a. Se deben presentar en los servicios de consumo del ministerio de sanidad y consumo.
- b. Solo los bares y comercios están obligados a disponer de hojas de reclamaciones.
- c. **El cliente puede llamar la policía local para que levante acta si el establecimiento no dispone de hoja de reclamaciones.**
- d. **El cliente puede presentar su reclamación simplemente redactando una carta donde explique los hechos.**

64.- La evaluación del sistema de gestión de calidad realizado por personal de la propia empresa se denomina.

- a. Certificación.
- b. Normalización.
- c. Auditoría externa.
- d. **Auditoría interna.**

65.-La representación gráfica de la estructura funcional de la empresa en la que figuran los distintos departamentos, cargos y las relaciones entre ellos se denomina:

- a. Mapa de procesos.
- b. Registro.
- c. Flujograma.
- d. Organigrama.**

66.-Las hojas de reclamaciones pueden presentarse en:(2 correctas)

- a. Asociaciones de consumidores.**
- b. Juzgados.
- c. OMIC.**
- d. policía local.

67.- Las reclamaciones deben dirigirse contra:

- a. La empresa.**
- b. El director de la empresa.
- c. La persona que nos atiende.
- d. El dueño del comercio o empresa.

68.- Los derechos de los consumidores y usuarios se regulan en

- a. El manual de calidad de la empresa.**
- b. La norma ISO 9000.
- c. La constitución española.
- d. La política de calidad y de satisfacción del cliente de la empresa.

69.-Los parámetros que permiten valorar si los procesos se están realizando de forma eficaz y si se están consiguiendo los resultados previstos según el SGC, se denominan:

- a. Normas de calidad.**
- b. Registros de calidad.
- c. Indicadores de calidad.
- d. Procedimientos de calidad.

70.- Un documento en el que se anotan las fechas en las que se realizan las revisiones de la báscula y el resultado de dichas revisiones sería:

- a. Un protocolo normalizado de trabajo.
- b. Un indicador de calidad.
- c. Un registro.**
- d. Un manual de calidad.

71.-¿Cuál de las actuaciones siguientes es INADECUADA en el tratamiento de las quejas de clientes?

- a. Ofrecer un pequeño obsequio como compensación por las molestias ocasionadas.
- b. Invitarlo a que ponga una reclamación oficial para resolver el problema.**
- c. Pedir disculpas inmediatamente.
- d. Escuchar al cliente y preguntar por las circunstancias del hecho.

72.-¿Cuál de las afirmaciones siguientes es FALSA respecto al arbitraje de consumo?

- a. Es un procedimiento rápido.
- b. Es obligatorio que las empresas se adhieran a el.**
- c. La decisión del órgano arbitral es vinculante.
- d. Es gratuito.

73.- ¿Cuál de las frases siguientes es INADECUADA en el tratamiento de las quejas de clientes?

- a. ...Siento las molestias...
- b. ...Creo que no me expliqué bien...
- c. ...Le agradezco que me comente el problema...
- d. ...No eso que me está diciendo es imposible...**

74.-¿Cuál de las siguientes afirmaciones es FALSA respecto a la actitud de los clientes insatisfechos?

- a. No presentarán quejas.
- b. Dejarán de acudir al establecimiento.
- c. La mayoría presentarán su queja en el establecimiento.**
- d. Comunicarán su insatisfacción a familiares y amigos.

75.- ¿Cuál de las siguientes afirmaciones es FALSA respecto a la hoja de reclamación?

- a. Consta de tres copias.
- b. Puede presentarse por Internet.
- c. Es un documento oficial.
- d. Debe rellenarse de forma anónima para evitar represalias.**

76.- ¿Cuál de las siguientes afirmaciones es FALSA respecto a las encuestas de satisfacción?

- a. Permite obtener bastantes datos para su análisis.
- b. No deben tener preguntas abiertas.**
- c. Las preguntas utilizadas deben ser sencillas.
- d. Es un método más complejo que el del buzón de sugerencias.

77.-¿Cuál de las siguientes afirmaciones es FALSA respecto al buzón de sugerencias como método de estudio de la satisfacción de la clientela de la farmacia?

- a. Es muy empleado por los establecimientos comerciales.
- b. Suele tener mucha participación, es muy utilizado por los clientes.**
- c. Se utiliza cada vez más como método de estudio de la satisfacción por las farmacias.
- d. Es un método sencillo de poner en marcha.

78.- ¿Cuál de los siguientes métodos de envío tiene valor probatorio?

- a. Burofax.**
- b. Correo electrónico.
- c. Carta urgente.
- d. Reclamación oral.

79.-¿En el SGC de una oficina de farmacia cuál de los procesos siguientes es un proceso operativo?

- a. almacenamiento.
- b. dispensación.**
- c. quejas y reclamaciones.
- d. compras.

80.- ¿Qué se certifica mediante el proceso de certificación por la norma ISO 9000?

- a. El sistema de gestión de calidad.**
- b. La calidad de la formación de los empleados.
- c. La calidad de las instalaciones del establecimiento.
- d. La calidad de los productos farmacéuticos y parafarmacéuticos.

81.-¿Uno de los procesos siguientes NO se considera un proceso soporte en las oficinas de farmacia en el marco de la calidad?

- a. Pagos.
- b. Compras.
- c. Formulación magistral.**
- d. Facturación.

82.-El Instituto Nacional de Consumo depende de las Consejerías de consumo de cada Comunidad Autónoma. ¿Verdadero o falso?

- a. Verdadero
- b. Falso**

83.-En la actualidad los conceptos de calidad y de satisfacción del cliente se consideran muy semejantes. ¿Verdadero o falso?

- a. Verdadero**
- b. Falso

84.- Las farmacias deben disponer obligatoriamente de hojas de reclamaciones. ¿Verdadero o falso?

a. Verdadero

b. Falso

85.-Las farmacias son uno de los establecimientos que más reclamaciones reciben. ¿Verdadero o falso?

a. Verdadero

b. Falso

86.- Las OMIC son organismos públicos que dependen de los ayuntamientos. ¿Verdadero o falso?

a. Verdadero

b. Falso

87.-Según la legislación vigente, todas las oficinas de farmacia deben obtener obligatoriamente una certificación de su sistema de gestión de calidad. ¿Verdadero o falso?

a. Verdadero

b. Falso

88.- Si presentamos una reclamación escribiendo una carta, no tendrá validez ya que las reclamaciones deben realizarse en las hojas de reclamaciones oficiales. ¿Verdadero o falso?

a. Verdadero

b. Falso

89.-Si presentamos una reclamación mediante la hoja de reclamaciones renunciamos a utilizar la vía judicial. ¿Verdadero o falso?

a. Verdadero

b. Falso

90.- Una farmacia quiere instaurar un sistema de gestión de calidad. Las normas utilizadas internacionalmente están recogidas en las normas ISO:

a. 6000

b. 7000

c. 8000

d. 9000

91.- Un cliente va a una farmacia a por un jarabe para la tos. ¿Cuándo percibe la calidad de la farmacia?

a. Antes de la dispensación

b. Durante la dispensación

c. Después de la dispensación

d. Todas son ciertas.

92.- Una persona entra en una farmacia a mirar. La conducta del profesional de la farmacia es:

- a. Iniciar la entrevista con toda naturalidad.**
- b. Observar a la persona.
- c. Pasar directamente a la presentación del producto.
- d. Todas son falsas.

93.- Marta acude a la farmacia a comprar un colutorio, y allí le dicen que está de oferta la crema facial que utiliza habitualmente. ¿En qué fase se tiene que llevar a cabo esa información?

- a. Fase de sondeo.
- b. Fase de contacto.**
- c. Fase de cierre.
- d. Fase de presentación.

94.- Una tarifa reducida a un grupo de jóvenes menores de 25 años en una promoción de cremas solares es aplicar un incentivo de tipo:

- a. De referencia.
- b. Diferencial.**
- c. Económico.
- d. De pack.

95.- Alfredo compra en la farmacia una pasta de dientes porque la utiliza su amigo Luis. Alfredo está realizando una compra:

- a. Consciente.**
- b. Intrínseca.
- c. Fisiológica.
- d. Psicológica.

96.- Una oficina de farmacia se encuentra situada en una zona costera, con mucho turismo joven en época estival buscando sol. El factor físico del entorno de la farmacia es:

- a. Población joven.
- b. Zona costera.**
- c. El sol
- d. Todas son falsas.

97.- Si se tiene en cuenta la implantación de una nueva industria al lado de la farmacia ya existente, se tiene que mirar sobre todo el entorno:

a. Demográfico.

b. Físico.

c. Socioeconómico.

d. Natural.

98.- En una farmacia se está mirando si los horarios de trabajo están distribuidos adecuadamente. ¿Qué tipo de análisis se está llevando a cabo?

a. De espacio físico.

b. De recursos humanos.

c. De recursos financieros.

d. Todas son falsas.

99.- Un cliente nos presenta en la oficina de farmacia una queja. El técnico en farmacia no debe:

a. Agradecer la queja al cliente.

b. Intentar deshacerse de la persona que presenta la queja.

c. Adoptar una actitud positiva.

d. Dimensionar el conflicto en su justa medida.

100.- Un cliente acude a devolver un producto antiarrugas porque quería una crema hidratante y se dio cuenta del error tras leer la información que aparecía en el envase. La queja se centra en:

a. Falta de información sobre el producto o servicio.

b. Identificación incorrecta.

c. Comunicación ineficaz.

d. Todas son falsas.