

# EVALUACIÓN DE COMPETENCIAS DEL CONSULTOR COMERCIAL B2B

INFORME DE RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN

---

NOMBRE DE LA PERSONA EVALUADA

**MAX WINNER**

FECHA DE LA EVALUACIÓN ONLINE

**30 DE MARZO DE 2026**

ESTE INFORME ES DE CARÁCTER CONFIDENCIAL

## **PRESENTACIÓN**

Este informe ha sido elaborado con base en la evaluación llevada a cabo por la persona cuyo nombre aparece en la portada de este documento y con base en la calificación a cada una de las preguntas respondidas y actividades realizadas, hemos procedido a elaborar el perfil de Consultor Comercial Empresarial B2B al cual se aproxima la persona, de acuerdo con los resultados de esta evaluación.

El informe está estructurado en 3 secciones que permiten conocer en detalle sus actuales competencias y habilidades relacionadas con el desempeño de la profesión de ventas en un contexto de relaciones comerciales B2B (Business to Business).

Este informe es de carácter confidencial y está dirigido a la persona que ha presentado la evaluación o a la empresa que lo ha solicitado, quienes lo podrán compartir con quien estimen necesario.

Cualquier inquietud o comentario sobre el contenido de este informe, por favor comunicarse a [competencias@mind.com.co](mailto:competencias@mind.com.co)

# MARCO DE EVALUACIÓN DE COMPETENCIAS DEL CONSULTOR COMERCIAL DE ALTO RENDIMIENTO - EL TRIÁNGULO DE LA MAESTRÍA COMERCIAL

Hemos definido como marco conceptual y metodológico para el proceso de Evaluación de Competencias del Consultor Comercial B2B lo que hemos llamado **EL TRIÁNGULO DE LA MAESTRÍA COMERCIAL**. Tal como se ilustra en la imagen que se encuentra en esta página, este triángulo está conformado por tres pilares fundamentales: el uso de un Método de Ventas, que lo entendemos como un “marco de pensamiento y acción”, más que una receta secuencial de pasos a seguir. El segundo pilar es la Comunicación Persuasiva, como base fundamental del trabajo de un consultor comercial. Por último el Conocimiento que debe tener el vendedor, relacionado con la información requerida para generar conocimiento de cara al cumplimiento de sus objetivos de ventas. Las Competencias se evalúan a nivel de los dos primeros componentes del Triángulo de la Maestría Comercial y del MindSet de Ventas.



Es clara la importancia de los tres elementos que componen el Triángulo de la Maestría Comercial, sin embargo es importante tener en cuenta la necesidad de que la persona que desempeña la profesión de ventas debe contar con una estructura mental y unos hábitos que le faciliten el desempeño en esta profesión. Esto es lo que llamamos el “**Mindset de Ventas**”. Es parte de la presente evaluación, el análisis de ese Mindset para la persona que presenta la evaluación.

No es solamente saber si se cuenta con las competencias adecuadas para desempeñarse de forma adecuada y/o sobresaliente en el desempeño de la profesión de ventas. Es necesario conocer el nivel de vocación que tiene la persona en el desarrollo de las actividades y sobre todo de los retos personales y profesionales que implican las ventas profesionales B2B.

### MIS COMPETENCIAS

**Empresa:** La Nube Inc.

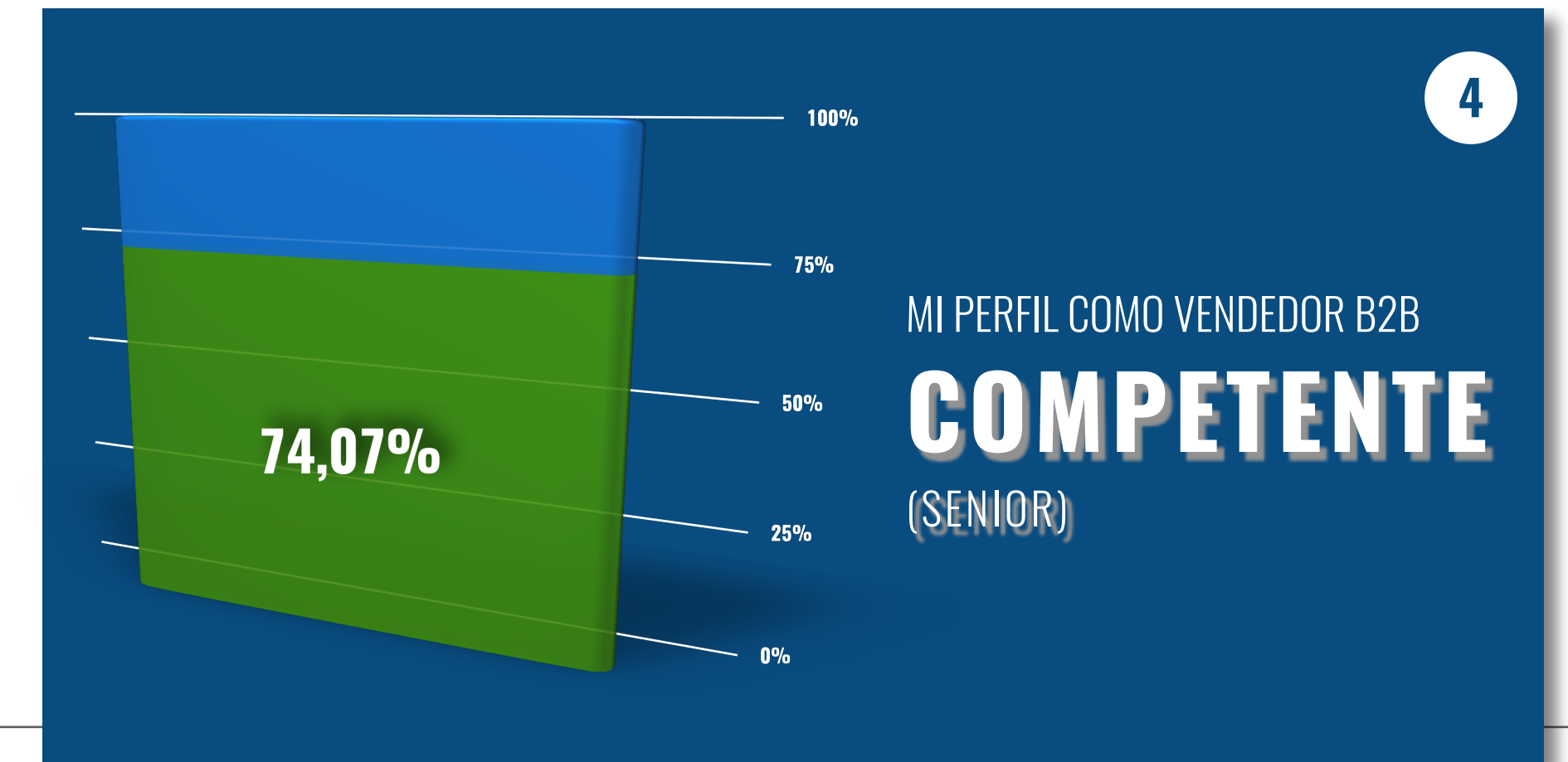
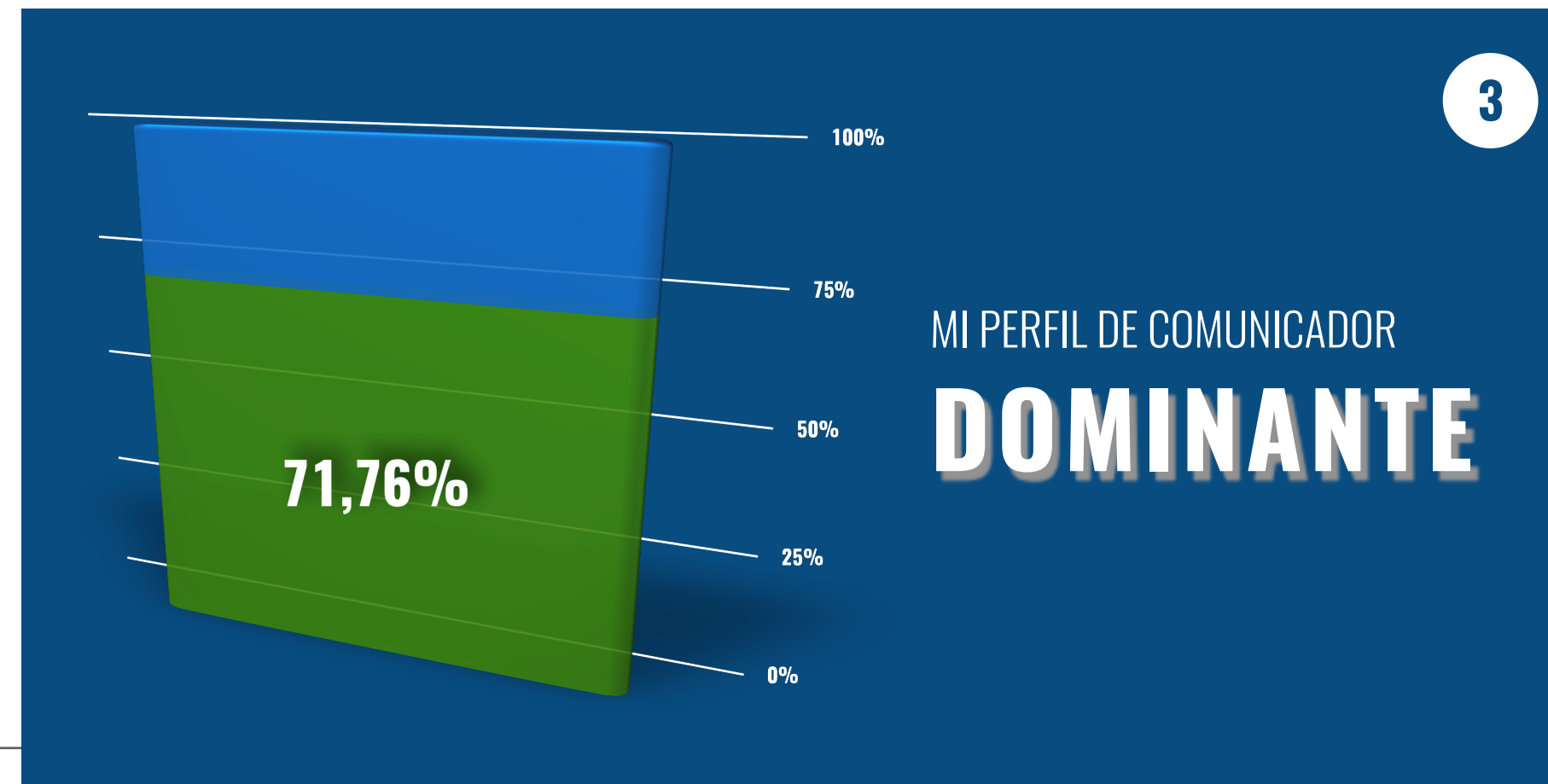
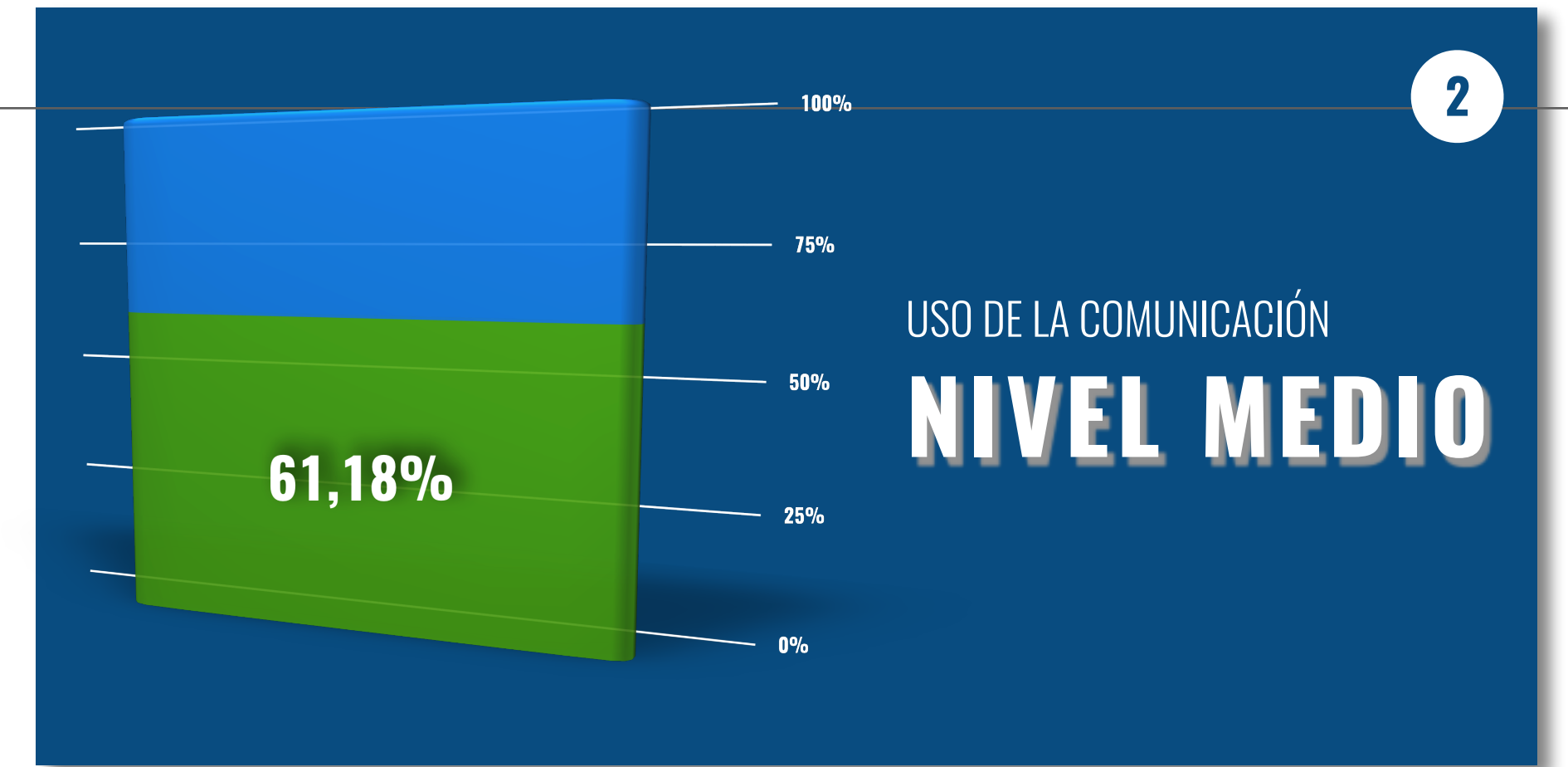
**Cargo:** Asesor Comercial

**Profesión:** Ingeniero Industrial

**Edad:** 27 años

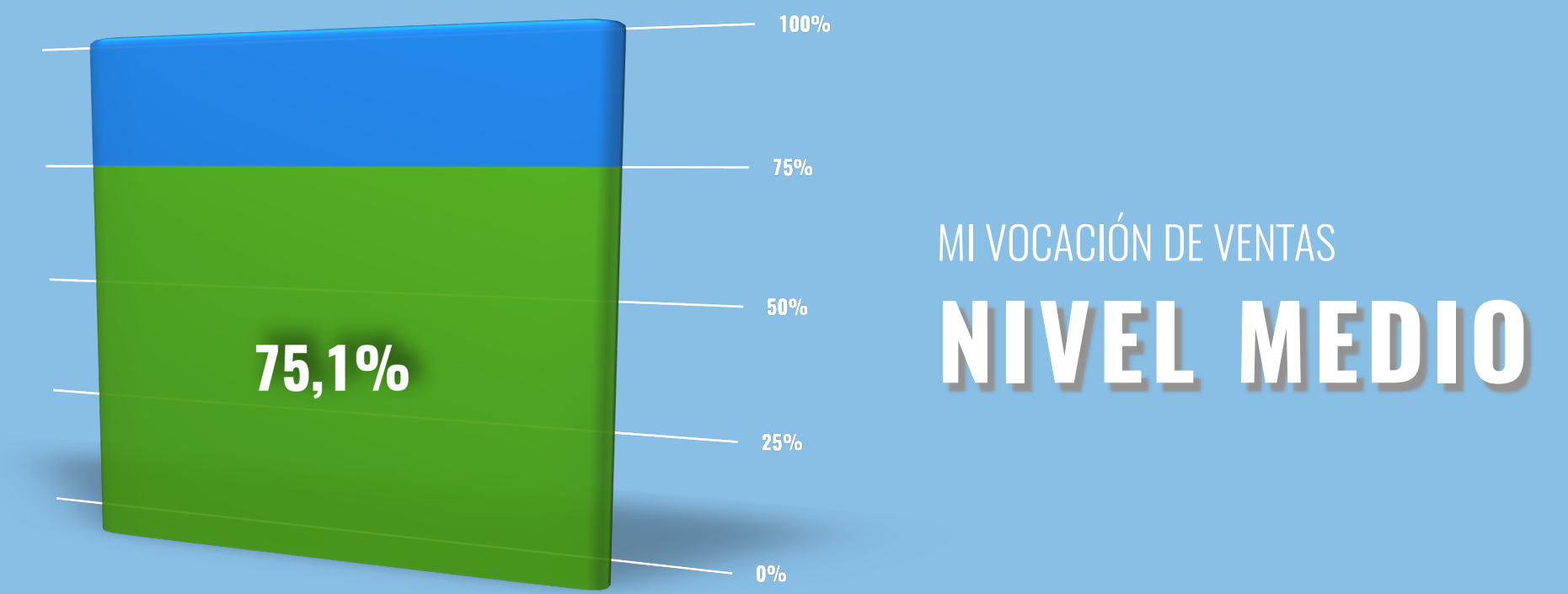
**Tiempo de Experiencia en Ventas:** 4 Años

### MI PERFIL



## SECCIÓN 1. VOCACIÓN DE VENTAS (MINDSET DE VENTAS)

El “**Mindset de Ventas**” lo podemos definir como el conjunto de estructuras mentales, creencias, comportamientos y hábitos que posee un profesional de ventas y que establecen la forma cómo ejerce sus labores en el día a día. En otras palabras, lo podemos traducir como “**la Madera**” de la que usted está hecho para ser un Vendedor de Alto Rendimiento ejerciendo la profesión de Ventas Empresariales B2B. En esta sección se presentan los resultados de la evaluación de su Vocación de Ventas, establecida en dos componentes principales; 1. Mentalidad Comercial y 2. Comportamiento orientado a la actividad comercial.



Esta dimensión de las Competencias del Vendedor Empresarial B2B ha sido evaluada en dos componentes: La **Mentalidad** orientada hacia la profesión de ventas y el **Comportamiento** profesional para ejecutar de forma efectiva las actividades comerciales. La primera esta conformada por la evaluación de 6 competencias y la segunda por 7 competencias, para un total de 13 competencias evaluadas, lo cual nos da un resultado global de su Vocación hacia la profesión de ventas. El Vendedor NO NACE, se HACE, pero necesita unas bases fundamentales para garantizar que se puede convertir en un Vendedor de Alto Desempeño.

### ENTENDIENDO MIS RESULTADOS

#### PUNTUACIÓN ENTRE 0% y 59,9% - NIVEL BAJO

Si su resultado se encuentra por debajo del 60% es importante revisar en detalle si usted se siente a gusto y satisfecho ejerciendo una posición en ventas. Tal vez su forma de pensar y actuar está más acorde con otras profesiones que tienen diferentes exigencias y estaría usted mucho más satisfecho en otro tipo de rol. Esto no quiere decir que no pueda o esté obteniendo buenos resultados en desarrollando la labor de ventas, pero si es un indicador que usted piensa y/o actúa de una forma diferente a lo que se espera de un profesional en esta profesión. Valdría la pena que revisará su plan de desarrollo profesional y evaluará su futuro en el desempeño de roles comerciales. Puede proponerle una sesión de trabajo a su jefe o a un facilitador del área de Recursos Humanos para revisar en detalle su proyección profesional y sus deseos en términos de que posición laboral es la que más podría adaptarse a su perfil. Si realmente desea destacarse en la profesión de ventas, tendría que hacer un importante esfuerzo para fortalecer su mentalidad y comportamiento orientado a las exigencias y retos de este oficio.

#### PUNTUACIÓN ENTRE 60% y 79,9% - NIVEL MEDIO

Si su evaluación se encuentra en un rango de 60% a 79,9%, significa que usted cuenta con un pensamiento y una forma de comportamiento que ayuda al desarrollo de la profesión de ventas, sin embargo no se siente del todo cómodo o satisfecho con el ejercicio de esta profesión. Posiblemente no ha sido su decisión primaria el ejercer la profesión de ventas y aunque lo puede estar haciendo bien y logrando resultados satisfactorios, su forma de pensar y actuar no es necesariamente la que debería tener una persona totalmente comprometida con el éxito en la profesión de ventas. Si desea crecer en esta profesión es necesario que revise como puede fortalecer algunas de las competencias en las cuales presenta un menor puntaje. Este resultado puede reflejar la necesidad de revisar en mayor detalle algunos temas relacionados con los hábitos y el comportamiento orientado a las actividades de ventas. Posiblemente mejorando algunos aspectos relacionados con hábitos y comportamientos se puede obtener una mejor disposición a la profesión de ventas y usted podría sentirse más a gusto y fortalecer la vocación hacia la profesión de ventas.

#### PUNTUACIÓN IGUAL A 80% O SUPERIOR - NIVEL ALTO

Una evaluación igual o superior al 80% significa que usted cuenta con un Mindset altamente orientado hacia la profesión de ventas. Es decir, que por su forma de pensar y actuar, tiene una alta probabilidad de sentirse muy a gusto ejerciendo la profesión de ventas y esto le puede llevar a ser exitoso en el desarrollo de la gestión comercial y la obtención de resultados satisfactorios. Esto indica que usted tiene una mentalidad y forma de pensar que va en línea con las exigencias y los retos de la profesión de ventas y le genera satisfacción trabajar en este oficio. Posiblemente la recomendación a seguir es identificar más adelante en este informe en que competencias y comportamientos podría mejorar o fortalecerse con el objetivo de sentirse aún más a gusto ejerciendo esta profesión. Si le gusta lo que hace y quiere lograr un nivel de Alto Rendimiento en las ventas, lo que debe hacer es trabajar en fortalecer sus habilidades y comportamientos orientados a ser más efectivo y productivo en este oficio. De acuerdo con estos resultados usted cuenta con una base muy fuerte para deshacerse como un Vendedor de Alto Rendimiento. Tiene que definir un plan de trabajo para lograrlo.

## MENTALIDAD HACIA LA ACTIVIDAD DE VENTAS

Las siguientes son las 6 competencias que se han evaluado y que permiten conocer su nivel con relación a la Mentalidad orientada hacia la profesión de ventas empresariales B2B.

### CONFIANZA EN SI MISMO

Crear en las capacidades propias para desarrollar de forma exitosa la labor de ventas. Exige conocer que implica la profesión de ventas y reconocer que se cuenta con las habilidades y la seguridad para abordar de forma exitosa las ventas

### CONVICCIÓN

Tener seguridad en lo que hago y creer que lo que hago en la profesión de ventas es bueno para mí y para mi vida profesional y personal. Creer en lo que vendo, en lo que represento, en la forma como lo hago y en el propósito que persigo.

### RELACIONES HUMANAS

Gusto y necesidad de mantener un nivel de socialización al interactuar con otras personas. Ánimo personal y genuino por el interés en otras personas, entenderlas, ayudarlas y establecer una comunicación efectiva y un diálogo constructivo.

### MOTIVACIÓN

Es la energía psíquica que nos empuja a enfrentar los retos de las ventas. Nos permite crear hábitos, intentar cosas nuevas, sostener el esfuerzo en lograr las metas comerciales que consideremos gratificantes o productivas,

### PENSAMIENTO ANALÍTICO

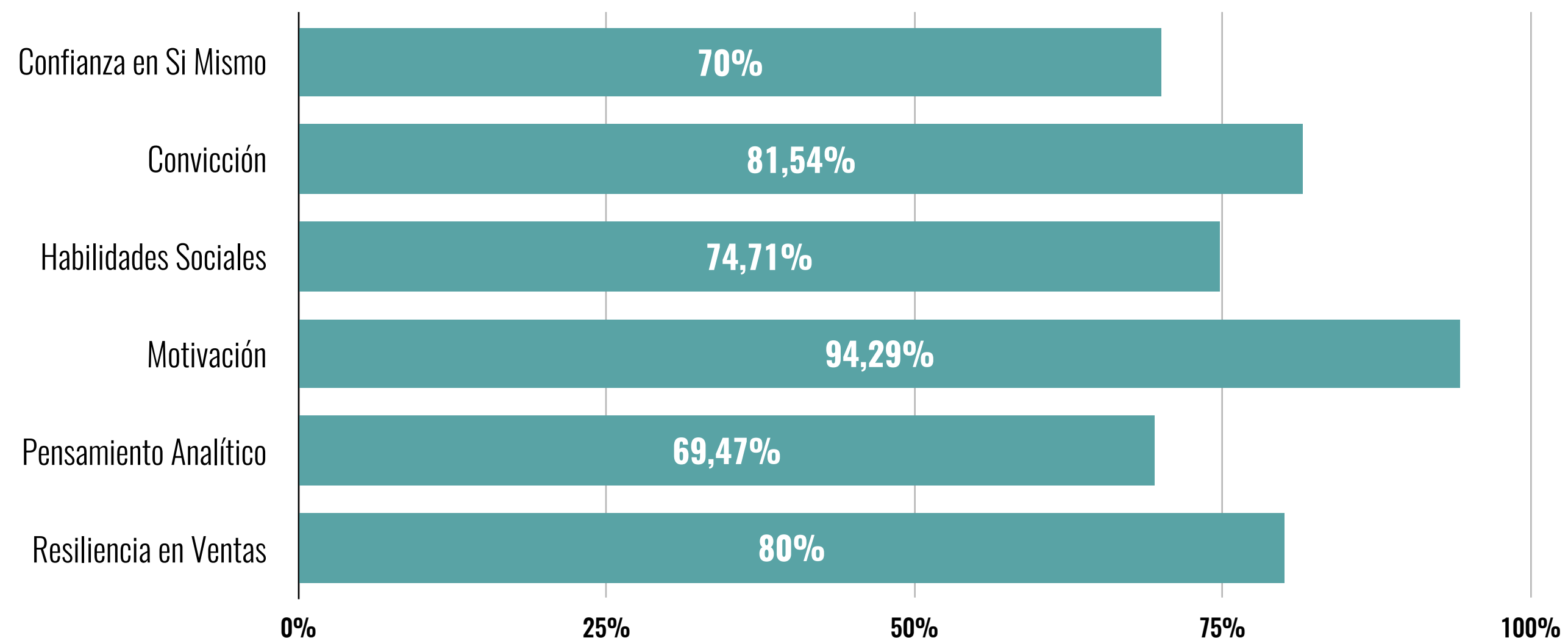
Capacidad y habilidad para resolver un problema o una situación retadora. Es un pensamiento razonable y reflexivo que se centra en decidir qué hacer o en qué creer, analizando causas, efectos, resultados posibles y tomando decisiones razonadas.

### RESILIENCIA EN VENTAS

Habilidad para superar o resistir a un estrés excesivo, adaptándose a situaciones difíciles mientras se mantiene la estabilidad, el crecimiento y/o desarrollo. Superar de forma efectiva las situaciones negativas que enfrentamos en ventas.

## SU RESULTADO GENERAL EN MENTALIDAD DE VENTAS B2B: **78.34%**

A continuación se grafican los resultados numéricos de cada una de las 6 competencias evaluadas. La escala de calificación se encuentra entre 0 y 100% .



## ENTENDIENDO MIS RESULTADOS

Las competencias relacionadas con la Mentalidad de ventas son las más complejas de intervenir, debido a que son el resultado de muchos años de desarrollo personal y de la forma como usted hoy en día piensa y afronta cada una de las situaciones laborales. Son competencias relacionadas con el **SER** y son el resultado de su formación, desde la infancia y están muy ligadas con el entorno en el cual usted se ha desarrollado como persona y como profesional. Es posible hacer una intervención en estas competencias, pero toma tiempo y sobre todo mucha voluntad y compromiso de su parte si desea lograr un cambio o un fortalecimiento de alguna de estas 6 competencias.

Revise por favor cuales de estas competencias tienen un nivel inferior del 60% y comience un trabajo de análisis. Esto quiere decir que debe comenzar por entender las razones o causas por las cuales se presenta una calificación baja en ellas. El primer paso para iniciar un proceso de cambio y/o mejora es reconocer las fallas o problemas y tomar conciencia de las razones por las cuales sucede esto.

Ahora, esto no quiere decir que usted debe cambiar. Algunas razones pueden estar asociadas al entorno, a las funciones asignadas o a otros factores externos que no depende totalmente de usted. Si usted realmente desea ser exitoso o exitosa en la profesión de ventas, debe partir de tener una mentalidad adecuada para abordar los retos que presenta este oficio. Dicen que el Vendedor NO nace, sino que se HACE, pero es muy importante partir de unas bases adecuadas para crecer en esta profesión y a eso se refieren las competencias de la Mentalidad de Ventas.

## ADMINISTRAR EN TIEMPO

Habilidad para dimensionar los requerimientos de tiempo en las actividades de ventas y poder establecer prioridades y asignar de forma adecuada el tiempo a las acciones que mayor impacto pueden tener en los resultados comerciales.

## COMUNICACIÓN

Habilidad para establecer comunicaciones efectivas y persuasivas en el contexto comercial. Es el dominio solvente de la comunicación verbal, no verbal y escrita, utilizando las técnicas de persuasión de forma ética y profesional.

## GESTIÓN POR OBJETIVOS

Capacidad para entender las metas comerciales asignadas y definir planes de trabajo para su cumplimiento. Entendimiento de la relación entre la gestión a realizar, los objetivos a cumplir y las recompensas asociadas al cumplimiento de los objetivos.

## NEGOCIACIÓN

Habilidad para aplicar de forma efectiva el proceso mediante el cual dos o más partes buscan un acuerdo que satisfaga los intereses de todas ellas. En ventas es fundamental entender todo el entorno para lograr negociaciones gana - gana.

## PLANEACIÓN

Habilidad para administrar de forma óptima los recursos de los cuales dispone el vendedor para lograr el cumplimiento de las metas comerciales. Saber aplicar técnicas para establecer estrategias, tácticas y acciones para cumplir objetivos.

## POSICIÓN PROFESIONAL

Habilidad para conocer, administrar y fortalecer la Marca Personal como profesional de ventas. Uso de técnicas y herramientas para crecer profesionalmente y posicionarse en su sector como un consultor experto en las soluciones que vende.

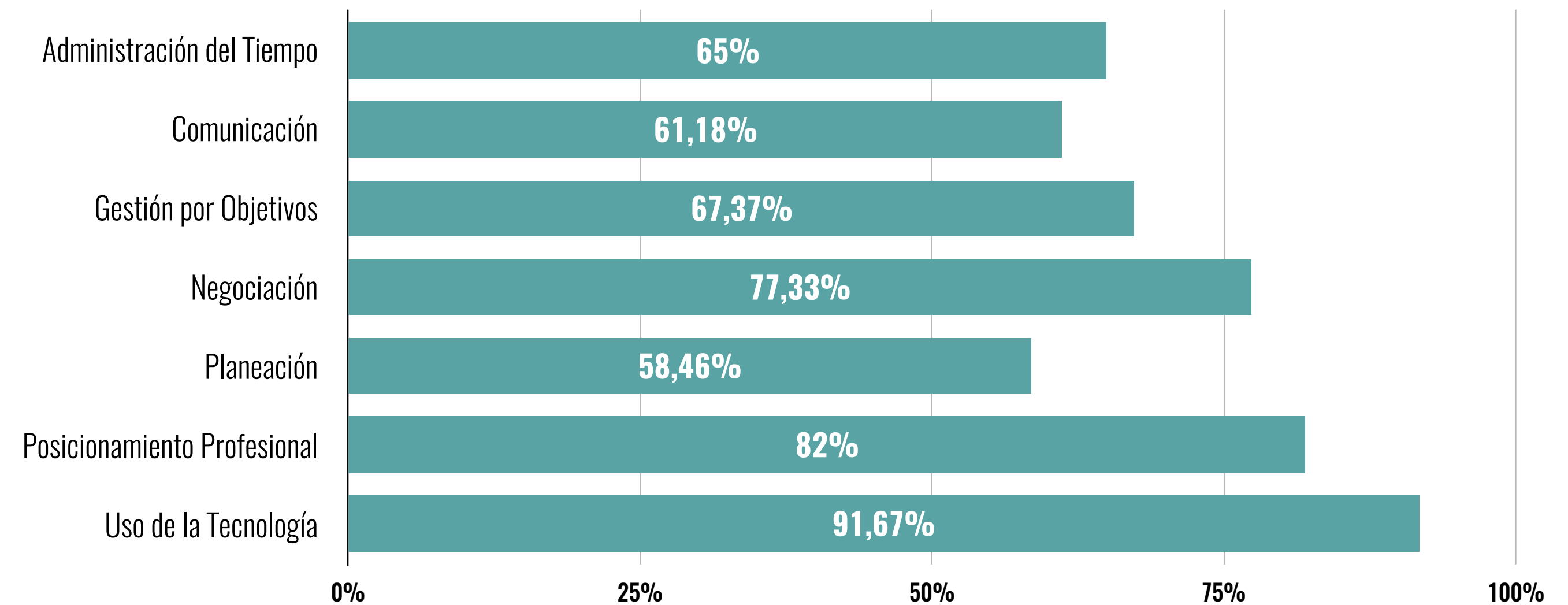
## USO DE LA TECNOLOGÍA

Habilidad para incrementar la productividad comercial a través del uso de la tecnología en la profesión de ventas. Entender muy bien las herramientas tecnológicas y usarlas de forma efectiva en el proceso de la venta.

## COMPORTAMIENTO ORIENTADO A LAS VENTAS

Las siguientes son las 7 competencias que se han evaluado y que permiten conocer su nivel con relación al Comportamiento orientado hacia la profesión de ventas empresariales B2B. Se grafican los resultados numéricos de cada una de las 7 competencias evaluadas. La escala de calificación se encuentra entre 0 y 100% .

### SU RESULTADO GENERAL EN COMPORTAMIENTO DE VENTAS B2B: 71.86%

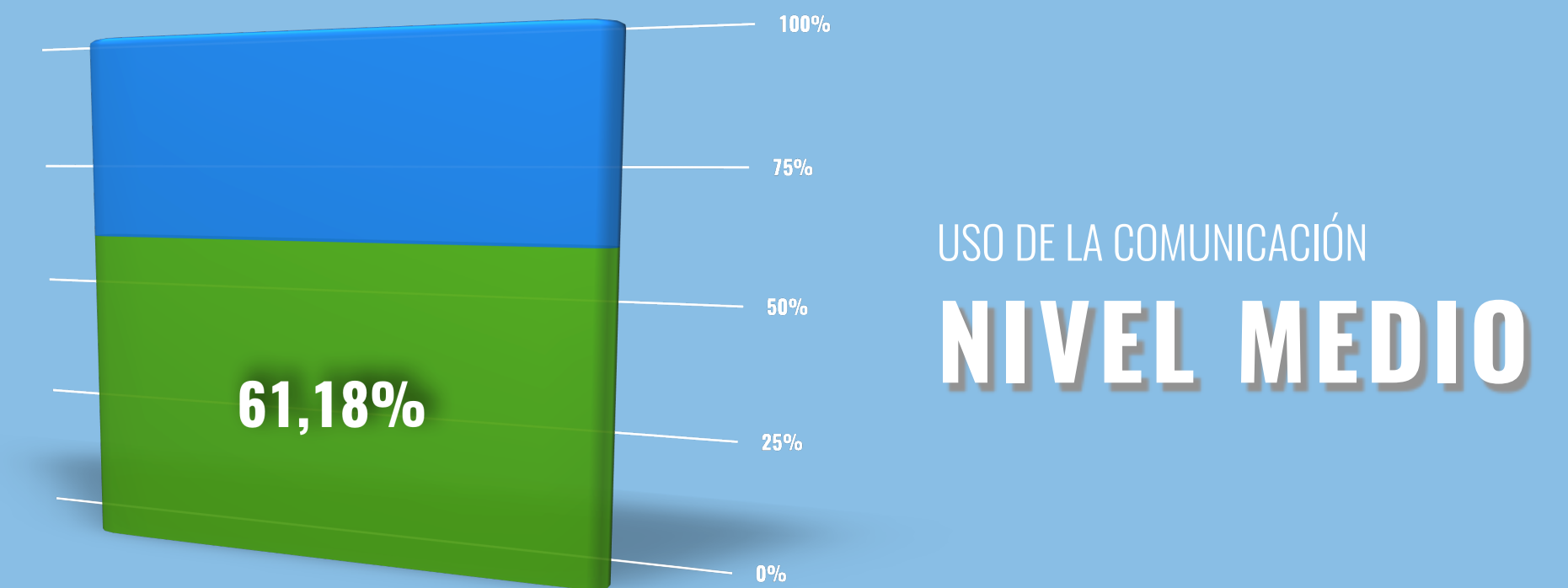


### ENTENDIENDO MIS RESULTADOS

El componente de Comportamiento en la Vocación de Ventas tiene que ver con el **HACER**. Al igual que el componente de Mentalidad, estas habilidades son el resultado de su desarrollo como persona y como profesional y son el resultado de lo que usted ha aprendido a través de los años en la academia y en la práctica laboral. Muchas de estas competencias se ven impáctalas por lo que llamamos “hábitos”, los cuales pueden ser buenos o malos. Son competencias que se pueden impactar, pero toma tiempo, ya que lo que usted HACE hoy en día es el resultado de esos hábitos que ha adoptado a través del tiempo y no es fácil cambiarlos. Identifique aquellas competencias en las cuales ha tenido un puntaje inferior al 60% y comience por identificar y analizar las posibles causas por las cuales la evaluación ha sido deficiente. Haga un examen a conciencia sobre el impacto que una deficiencia en alguna o varias de estas 7 competencias está teniendo en su desempeño comercial. Mejorar implica primero tener conciencia de que está bien y que está mal. Esta evaluación le da información sobre ambos aspectos y le permite excavar un poco en las posibles causas. Si usted considera que las ventas es la profesión en la cual usted quiere destacarse, revise muy bien estos resultados y defina un plan de trabajo para comenzar a fortalecer las competencias que presentan una mayor deficiencia. Sea honesto consigo mismo y reconozca los posibles problemas y póngase manos a la obra para trabajar en un plan de mejora.

## SECCIÓN 2. COMUNICACIÓN EN LA VENTA B2B

En esta sección queremos desarrollar una evaluación más detallada a la competencia de COMUNICACIÓN la cual es fundamental para un vendedor de alto desempeño y que forma parte de las competencias de COMPORTAMIENTO en la Vocación de Ventas. En esta sección hacemos un “zoom” a la forma cómo usted aborda el proceso de comunicación en las ventas. Este zoom consiste en evaluar 6 competencias relacionadas con la Comunicación Asertiva y Persuasiva. Recuerde que la labor de ventas es eminentemente una acción social, la cual se desarrolla a través de la interacción social y esta a su vez se fundamenta en el proceso de la comunicación humana. El Triángulo de la Maestría Comercial se fundamenta en uno de sus pilares en la Comunicación Persuasiva.



Como profesional de las ventas, debo utilizar la comunicación para impactar y transformar el intelecto, la emoción o la acción de mi contacto en el proceso de la venta. Siempre me debo preguntar que espero que haga la otra persona o personas cuando yo termino de hablar o cuando terminen de leer. Si no hacen nada ¿ha tenido efecto la comunicación?. Mi impacto se mide en la magnitud del cambio inspirado en las personas con las que me comunico en el proceso de venta. Debo establecer siempre un PROPÓSITO en cada uno de los eventos de comunicación que ejecuto y qué cambio espero promover. Comunicar es el medio para transformar la mente, el corazón o la conducta de las personas que intervienen en la comunicación.

### ENTENDIENDO MIS RESULTADOS

#### PUNTUACIÓN ENTRE 0% y 59,9% - NIVEL BAJO

Si su resultado se encuentra por debajo del 60% usted presenta un Nivel Bajo o deficiente en el uso de la comunicación como herramienta para lograr cumplir de forma efectiva sus objetivos comerciales. La recomendación es analizar en detalle cada una de las 6 competencias evaluadas que forman parte de la Comunicación y que se presentan en este informe. Identifique en cuál o cuáles de ellas presenta una evaluación inferior al 60% y desarrolle un análisis estructurado de las causas raíces que pueden estar generando un deficiente desempeño en ese componente de la comunicación.

Esto también puede ser resultado de una deficiencia en las competencias de Mentalidad de Ventas que se presentaron en la sección anterior de este informe. Existe una correlación entre competencias de mentalidad orientada a las ventas y el uso de la comunicación. Revise si hay un impacto de una deficiente evaluación en las competencias de Mentalidad y asocie este tema a los resultados en la evaluación de la Comunicación presentada aquí.

#### PUNTUACIÓN ENTRE 60% y 79,9% - NIVEL MEDIO

Si su evaluación se encuentra en un rango de 60% a 79,9%, significa que usted se encuentra en un Nivel Medio de uso de la comunicación y cuenta con las habilidades adecuadas para ser un comunicador efectivo en las ventas, pero aún es necesario fortalecer estas habilidades para convertirlas en competencias y poder hacer uso de la comunicación a un nivel superior para que se convierta en una herramienta adecuada de generar persuasión. Va por el camino adecuado pero nuestra sugerencia es que defina un plan de trabajo de corto y mediano plazo que le permita ir llevando cada una de las 6 competencias que hemos evaluado en el proceso de la comunicación a un Nivel Alto.

Para esto revise en detalle estas 6 competencias y defina un plan de trabajo a 3 meses para llevar las 3 con la evaluación más baja a un nivel superior. Después de 3 meses de ejecutar un proceso de mejora, solicite a un colega o a su jefe que le ayude a revisar sus avances en estas competencias con ejercicios concretos y talleres de simulación de situaciones de comunicación.

#### PUNTUACIÓN IGUAL A 80% O SUPERIOR - NIVEL ALTO

Una evaluación igual o superior al 80% significa que usted cuenta con las competencias adecuadas para utilizar la comunicación como una efectiva herramienta de persuasión. El objetivo de la comunicación en la venta empresarial es obtener la mejor calidad de información de la situación de negocio practicando una escucha activa y lograr una transformación en el receptor mediante un cambio intelectual (cambio en lo que piensa), cambio emocional (cambio en lo que siente) o cambio de acción (cambio en lo que hace), después de ejecutado un proceso de comunicación. Revise si usted realmente está logrando este impacto en sus interlocutores y trate de fortalecer aquellas competencias, de las 6 evaluadas que menor nivel de calificación tienen.

Ahora que usted tiene un adecuado dominio de la comunicación, trata de lograr el nivel de maestría fortaleciendo el uso de la comunicación en los procesos de venta y siendo cada vez más persuasivo, de forma ética y profesional.

## COMUNICACIÓN EN LA VENTA B2B

Las siguientes son las 6 competencias que se han evaluado y que permiten conocer en mayor detalle su dominio de la comunicación como una herramienta clave para persuadir a sus interlocutores

### ARGUMENTAR

Habilidad para sustentar con fundamentos válidos y bien estructurados las posiciones, propuestas y planteamientos que el vendedor presenta al cliente en las diferentes fases de una relación comercial. Habilidad para responder objeciones.

### COMUNICACIÓN ESCRITA

Dominio de la estructura, el estilo y el contenido a través de emails, propuestas y documentos presentados a los clientes en el desarrollo de una relación comercial. Habilidad para entregar mensajes claros y persuasivos a través de la escritura.

### DIALOGAR

Habilidad para utilizar las técnicas y herramientas de la oratoria con el objetivo de entregar mensaje persuasivos de forma presencial o por medios tecnológicos como el teléfono. Habilidad para conversar y contar historias efectivas y persuasivas.

### ESCUCHAR

Habilidad para lograr una concentración genuina en lo que otros nos comunican de forma verbal y no verbal. Aplicación de las técnicas de la Escucha Activa y capacidad para oír, escuchar, filtrar, procesar y concluir con base en lo que otros nos dicen.

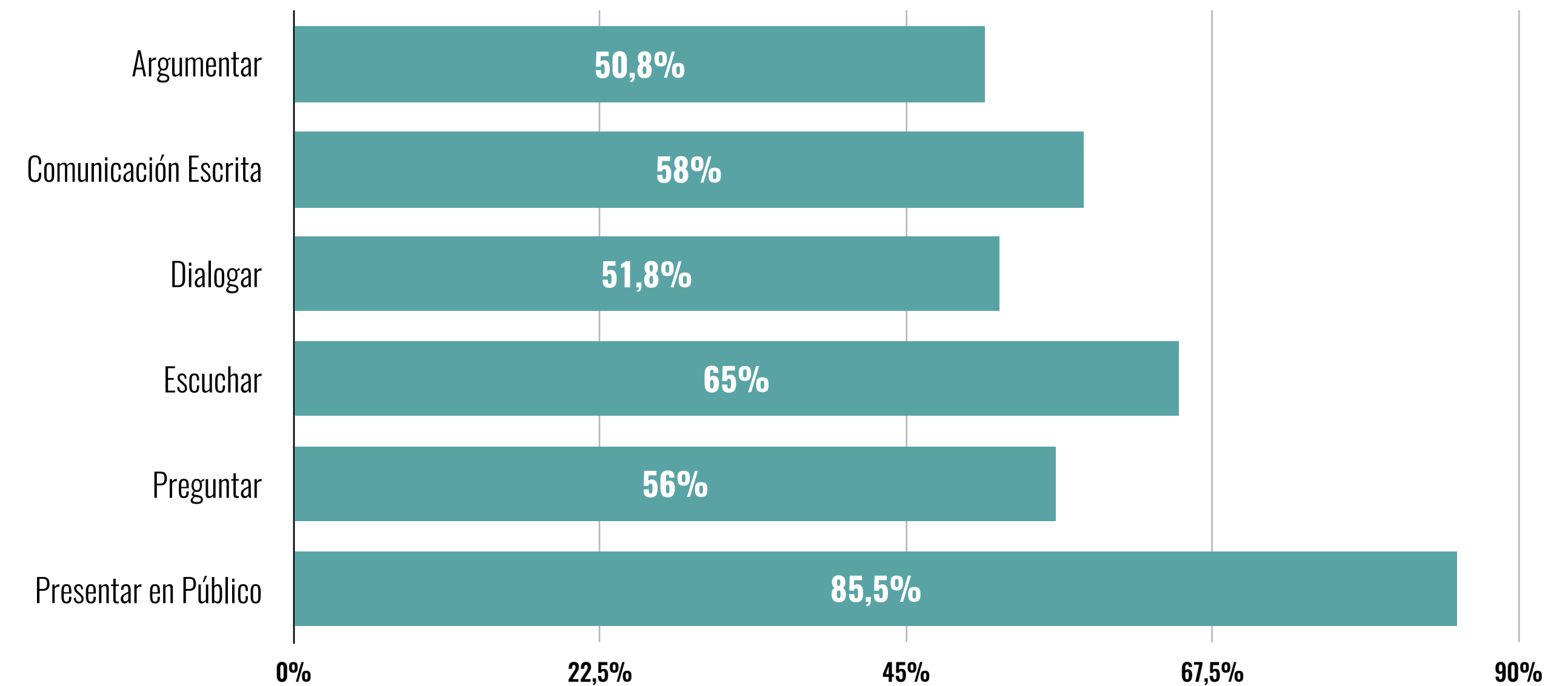
### PREGUNTAR

Habilidad para estructurar preguntas poderosas dentro del contexto de cada una de las interacciones que se presentan con lic clientes en una relación comercial. Habilidad para hacer uso de las preguntas como una forma de obtener información.

### PRESENTAR EN PÚBLICO

Habilidad para usar las técnicas y herramientas de comunicación persuasiva a grupos de personas en contextos de presentaciones de negocios, conferencias y en espacios donde sea requerida la capacidad de comunicar a varias personas a la vez.

A continuación se grafican los resultados numéricos de cada una de las 6 competencias evaluadas. La escala de calificación se encuentra entre 0 y 100% .

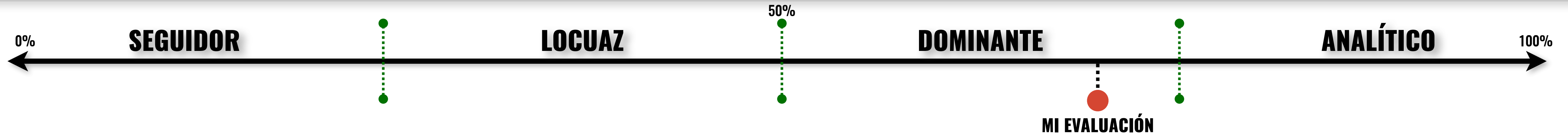
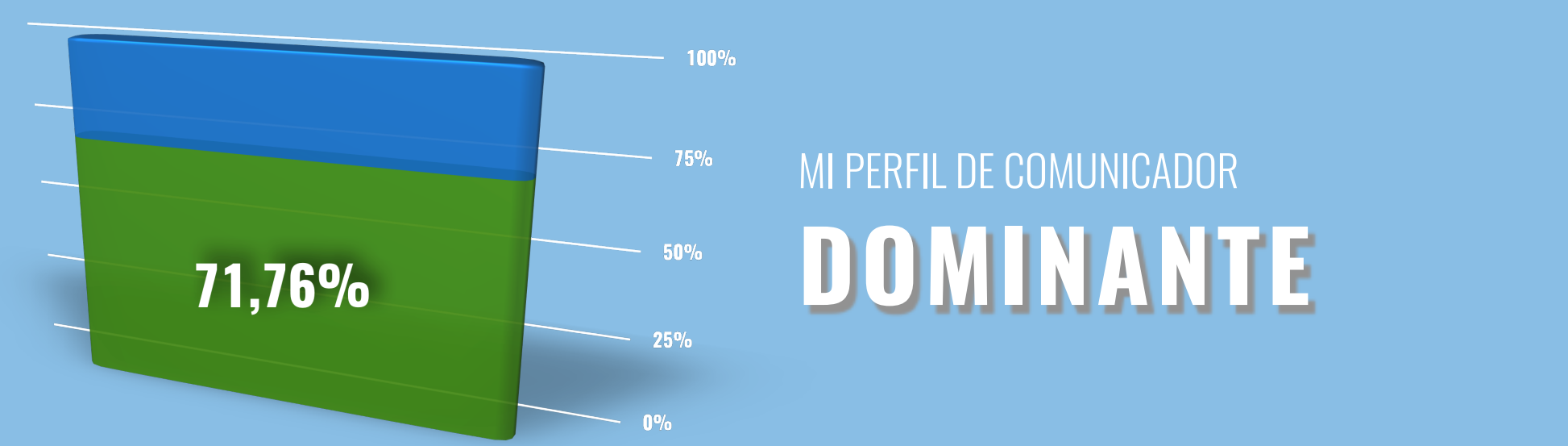


## ENTENDIENDO MIS RESULTADOS

La comunicación puede convertirse en un factor competitivo fundamental. Un potencial comprador puede tomar la decisión de compra hacia la alternativa que mejor ha comunicado las características y beneficios de una solución y no por la alternativa que mejor calidad, características funcionales, precio o posicionamiento posee. La adecuada y efectiva comunicación en las ventas es un factor diferenciador clave. Por lo tanto es su misión poder trabajar para lograr el nivel de maestría en la comunicación aplicada al contexto de las ventas. Identifique cuales de las 6 competencias evaluadas son las 3 que menor puntaje tienen y defina un plan de trabajo para mejorarlas. Trate de trabajar en conjunto las competencias de Argumentar con Comunicación Escrita o Dialogar, son complementarias. Igualmente trate de trabajar de forma conjunta las competencias de Escuchar y Preguntar, ya que son altamente complementarias. En el caso de la competencia de Dialogar, trate de fortalecer el uso del Storytelling para enriquecer más el proceso de comunicación verbal. La competencias de Escuchar, Preguntar, Dialogar y Argumentar tiene que estar muy conectadas a la competencia de Mentalidad llamada Pensamiento Estructurado. Usted puede fortalecer el proceso de comunicación en la medida que fortalezca su pensamiento analítico. Esto le ayudará a proceder y organizar mejor los pasos para digerir, transformar y usar la información y luego usar la comunicación para persuadir de forma ética y profesional a sus clientes.

# MI PERFIL DE COMUNICADOR EN VENTAS

Con base en la evaluación de competencias de Comunicación, hemos elaborado un perfil general de su estilo como Comunicador en ventas. Para establecer este perfil se ha tomado como base las competencias relacionadas con comunicación y habilidades sociales. Igualmente se ve afectado por su capacidad de pensamiento analítico y poder de negociación persuasiva. Este es su perfil.



## SEGUIDOR

- Es una persona que prefiere escuchar y esperar a que le pidan su intervención en una conversación a tomar la iniciativa de la comunicación. Normalmente es una persona de tipo introvertido y prefiere adoptar un bajo perfil en el proceso de la comunicación, no desea destacar demasiado
- A los comunicadores seguidores se les complica expresar sus necesidades y batallan para mantenerse firmes a sus creencias. Dudan en decir lo que piensan porque no quieren provocar conflictos. Para sus colegas, los comunicadores seguidores son agradables, buenos colegas y pueden pasar por ser algo tímidos.
- Es típico que a un comunicador con perfil de seguidor pueda cambiar de opinión en su argumentación si alguien rebate lo que dice. Por ejemplo, un comunicador seguidor puede hacer una sugerencia pero en cuanto alguien la cuestiona, dice algo del estilo: "Bueno, no importa", o "Estoy de acuerdo con lo que tú digas". Siempre tratará de disculparse, incluso antes de iniciar una conversación.
- Los comunicadores seguidores pueden expresar temor al expresar cómo se sienten y si esto ofenderá o enojará a otra persona. Los individuos con una personalidad seguidora sienten que todo el mundo tiene derecho a expresarse, pero por alguna razón ellos mismos no se otorgan ese derecho.
- En el contexto comercial el comunicador de perfil seguidor puede desempeñar efectivamente posiciones en las cuales deba resolver consultas de los clientes, tomar pedidos, asesorar a los clientes en temas puntuales y generar procesos comerciales principalmente de tipo transaccional.

## LOCUAZ

- Es una persona que tiene una tendencia a hablar mucho y a escuchar poco. Está ansioso por presentar sus argumentos y no deja mucho espacio para que sea el cliente quien habla.
- Trata de ser una persona agradable, con un buen dominio de habilidades sociales, sin embargo no es muy bueno escuchando y está más preocupado por presentar sus ideas y argumentos en lugar de escuchar lo que dice el cliente.
- Es una persona más emotiva que analítica y por tal razón a veces no procesa suficientemente lo que dice. Esta pendiente de tomar la palabra en lugar de utilizar lo que el cliente dice para estructurar su diálogo y armar sus argumentos.
- Normalmente ya tiene muy elaborado su discurso y sin importar a veces lo que diga el cliente, este tipo de perfil de comunicador ya sabe cual es el discurso que debe manejar y siempre lo usa.
- Su aproximación a las conversaciones y diálogos con los clientes están orientados a no dejar hablar al cliente y tratar de persuadirlo con sus argumentos, los cuales ya tiene aprendidos. Tan pronto el cliente manifiesta una inquietud o una objeción, no profundiza en ella y lo que hace es tratar de argumentar con mucha información su posición, buscando que el cliente la acepte.
- Es un tipo de comunicador que puede tener barreras de comunicación con clientes de estilo analítico o dominante ya que no van a aceptar de forma adecuada una persona que habla en demasía. Posiblemente podrá ser efectivo con personas de tipo seguidor que son más dadas a hablar poco.

## DOMINANTE

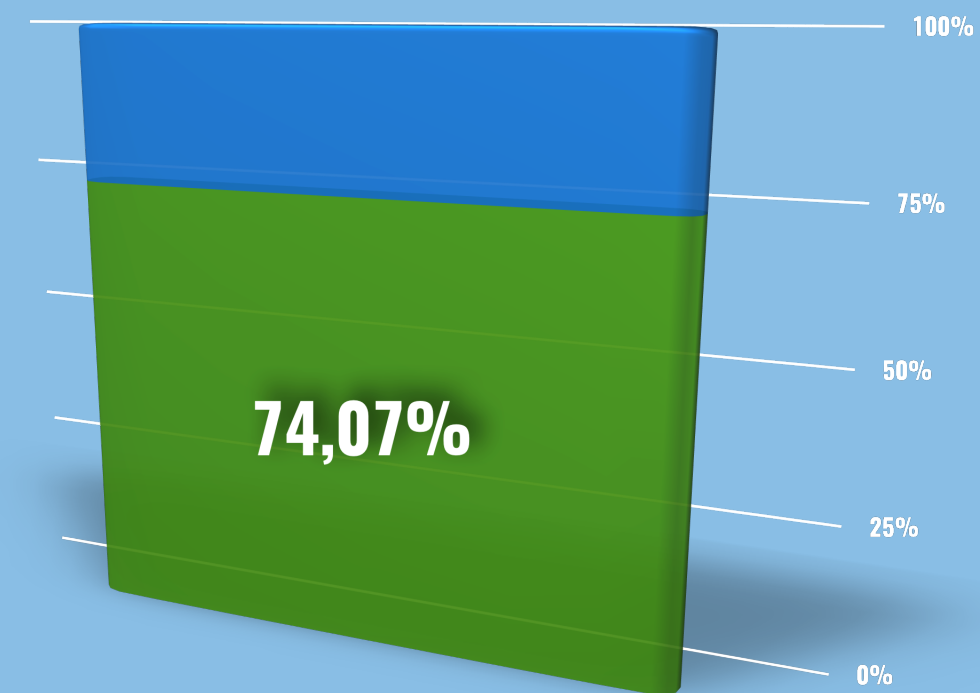
- Posee unas habilidades sociales adecuadas, lo cual significa que maneja bien la relación con otras personas. Posee un conjunto de conductas que facilitan y fortalecen las relaciones con otras personas.
- Es un comunicador directo y en algunas oportunidades puede parecer impositivo o incluso agresivo. Típicamente desea tener siempre el control de la conversación y es la persona que impone el desarrollo de un diálogo.
- Es una persona metódica y generalmente orientada a los resultados, por lo tanto puede proyectar una imagen de impaciencia. Muchas veces puede resultar cortante o incluso un poco grosera su actitud en la forma como dirige las conversaciones en el contexto de un proceso de venta. Es controlador y no quiere perder el rumbo de una conversación de acuerdo con la forma que este persona quiere que se desarrolle.
- En su estilo comunicativo prima el hablar al escuchar, debido principalmente al deseo imperioso de tener el control de la conversación. Se esmera mucho por lograr una conversación bien estructurada y planeada, pero siempre teniendo el control.
- Es un estilo que puede generar conflicto con un cliente que tenga este mismo estilo de comunicación, ya que ambos querrán imponer su proceso comunicativo sobre el otro. Es importante tratar de cambiar algunos comportamientos de comunicación cuando este estilo es el principal y se enfrenta a un cliente de estilo similar.
- No es dado a signos emotivos en su comunicación, aunque es muy hábil para la escucha activa. Se focaliza mucho en los resultados y hacia allá dirige su esfuerzo comunicativo.

## ANALÍTICO

- Al comunicador analítico le gustan los datos y las cifras y suele perder confianza en las personas que no tienen dominio de éstos. Prefieren un lenguaje muy específico y le puede generar molestia las personas que son muy comunicativas y vagas en lo que están comunicando.
- Es capaz de analizar los problemas de forma lógica y analítica. Son personas dadas a hacer un uso intenso del pensamiento lógico y analítico.
- Es una persona más inclinada a escuchar que a hablar. Hace uso de métodos de indagación y consulta que le permiten tener control de una conversación pero no hablando, sino preguntando y escuchando. Pueden tener muy buenas habilidades sociales, pero no las manifiesta de forma emotiva.
- Recurrir a las técnicas del pensamiento crítico y analítico y por tal razón es una persona que quiere entender en detalle el porqué de los hechos y las situaciones. Puede cuestionar las opiniones o conclusiones de otras personas si encuentra que no tienen un sustento lógico y razonable.
- Puede lograr de forma muy inteligente el dominio de la comunicación sin que el receptor se de cuenta de ello, ya que hace uso de las preguntas y el método socrático para llevar a su interlocutor por el camino que el desea, sin que sea la persona predominante en la comunicación. Su éxito radica en procesar rápidamente la información recibida y utilizarla para conducir una comunicación persuasiva de acuerdo con sus necesidades e intereses.

## SECCIÓN 3. EVALUACIÓN DE COMPETENCIAS DE VENTA EMPRESARIAL B2B

En esta sección se evalúan un total de 6 competencias relacionadas con el Método de Ventas y la aplicación de técnicas y herramientas orientadas a los procesos de venta empresarial B2B. El objetivo es evaluar el uso de más ciencia en el desarrollo de la labor comercial y la aplicación de conceptos de venta consultiva.



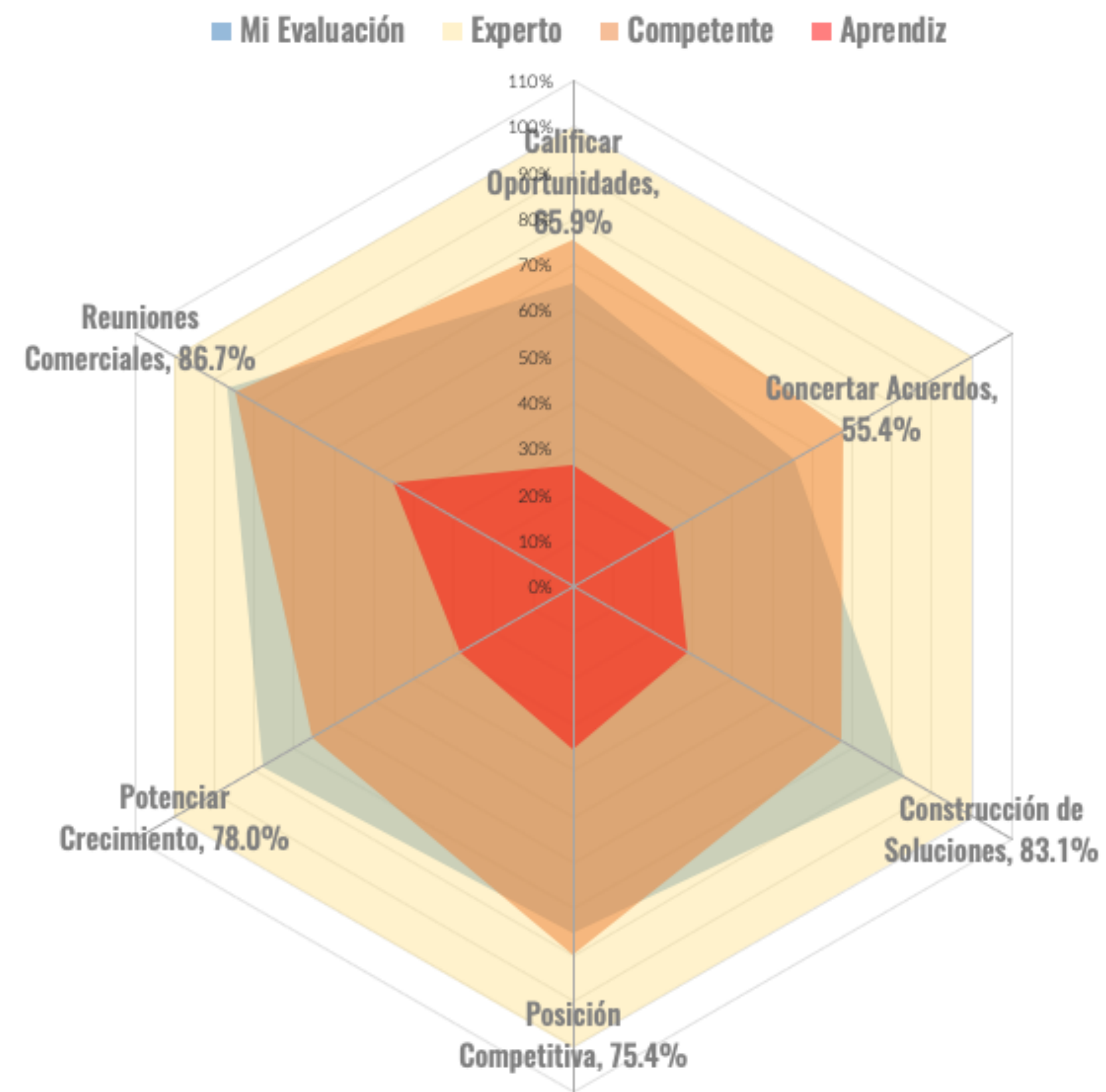
MI PERFIL COMO VENDEDOR B2B

**COMPETENTE**  
(SENIOR)

Los siguientes son sus resultados en la evaluación de las 6 competencias que forman parte fundamental del Método de Ventas y la aplicación de técnicas de ventas B2B. Se presenta un comparativo con tres perfiles de profesionales en ventas B2B con el objetivo de que usted tenga un punto de referencia para ubicarse en el espectro del desempeño profesional en ventas B2B.

COMPETENCIA	MI EVALUACIÓN	APRENDIZ	COMPETENTE	EXPERTO
Calificar Oportunidades	65,88%	26,5%	75,5%	100,0%
Concertar Acuerdos	55,40%	25,0%	68,0%	100,0%
Construcción de Soluciones	83,08%	28,6%	67,5%	100,0%
Posición Competitiva	75,38%	35,5%	80,0%	100,0%
Potenciar Crecimiento	78,00%	28,5%	65,5%	100,0%
Reuniones Comerciales	86,67%	45,0%	85,0%	100,0%
<b>PROMEDIO</b>	<b>74,07%</b>	<b>31,5%</b>	<b>73,6%</b>	<b>100,0%</b>

En la gráfica de radar que se encuentra a mano derecha puede observar el comparativo o benchmark entre el resultado de su evaluación con respecto a los perfiles de Aprendiz (Junior), Competente (Senior) y Experto (Master). Se muestran los resultados comparativos en las 6 competencias evaluadas. En la siguiente página se explica el significado de cada una de las 6 competencias evaluadas.



## 01 Reuniones Comerciales Efectivas

Si usted no genera una "Primera Buena Impresión" en una reunión comercial, es muy probable que no tenga la oportunidad de volver a tener una reunión con esta persona otra vez. Por eso la importancia de poder generar la mejor impresión posible, brindando valor a su interlocutor, de tal forma que usted comience a crear una relación de confianza y credibilidad con esta persona. Gran parte del tiempo de un vendedor de alto rendimiento debería estar dedicado a llevar a cabo reuniones de comerciales con sus clientes para cumplir con el objetivo de ventas. Ya sean reuniones presenciales, virtuales o telefónicas (utilizando diversos medios tecnológicos), es fundamental que usted domine las técnicas para llevar a cabo reuniones comerciales altamente productivas y efectivas. Debe contar con las habilidades para planear, ejecutar y hacer el seguimiento correcto a los compromisos pactados como resultados de los temas tratados.

## 02 Calificar Oportunidades de Negocio

Para poder establecer una estrategia que permita ganar el negocio o crecer la operación comercial con un cliente en particular, es necesario que el ejecutivo comercial haga un diagnóstico y conozca en detalle la situación y condiciones bajo las cuales se desarrolla la oportunidad de negocio. La etapa de conocimiento tiene como principal objetivo entender el escenario, calificar la oportunidad de negocio y establecer el objetivo que se espera lograr con el desarrollo del negocio. Un buen conocimiento de la oportunidad de negocio determina si realmente vale la pena apostarle a su desarrollo y comprometer recursos para lograr ganarla. En esta competencia se deben considerar el uso de técnicas y herramientas que utilice el vendedor para tomar una decisión clave y esta es si vale la pena invertir tiempo y recursos en el desarrollo de una oportunidad de negocio.

## 03 Construcción de Soluciones

Partiendo de un buen conocimiento de la situación de negocio, se deben aplicar las técnicas adecuadas para poder desarrollar una solución viable y competitiva para el cliente. El ejecutivo comercial debe hacer uso de las herramientas correctas para construir la solución más adecuada de acuerdo con las condiciones conocidas. Adicionalmente en esta fase el ejecutivo comercial debe definir una estrategia competitiva de desarrollo de la oportunidad de negocio. Aquí se evalúan las competencias relacionadas con la habilidad que tiene el vendedor para construir soluciones a las necesidades específicas de cada cliente usando los productos y servicios que ofrece la empresa y que logre posicionar una propuesta de valor de forma altamente competitiva. Esto incluye la habilidad para coordinar equipos de trabajo que deban intervenir en la construcción de una solución altamente competitiva.

## 04 Posición Competitiva

Cuando se elaboran y presentan propuestas de valor a los clientes, es necesario definir una estrategia para posicionar esta propuesta de la mejor forma ante las posibles propuestas de los competidores. Esto exige contar con las competencias adecuadas para entender en contexto de negocio, especificar una estrategia y definir tácticas y acciones que permitan sustentar de forma adecuada las propuestas presentadas y posicionarla de una forma que cuando el cliente las compare con las de los competidores, tenga claridad de nuestros valores agregados y los aspectos que nos diferencian de los competidores y que hacemos mejor que ellos. El vendedor debe ser hábil en entender el conato competitivo, definir y aplicar una estrategia ganadora para cada una de las oportunidades de negocio.

## 05 Concertar Acuerdos

Corresponde a la habilidad de un vendedor B2B de negociar acuerdos cooperativos con un sentido de gana - gana para las partes. Una parte esencial del proceso de ventas es eliminar miedos y dudas del cliente. Para lograrlo y tener un buen desempeño, los vendedores deben desarrollar habilidades sociales y emocionales, y combinarlas con sus destrezas profesionales. Pero sumando a esto el vendedor debe aplicar técnicas y herramientas que le permitan prepararse y ejecutar de forma efectiva un proceso de negociación. Aquí se evalúa que tan preparado está usted para desarrollar negociaciones en ventas con base en las técnicas más comúnmente utilizadas en las negociaciones B2B. Cuando se planea y prepara una negociación hay que entender cuales son los elementos clave en este proceso, las herramientas y las diversas tácticas y técnicas de negociación que se pueden utilizar.

## 06 Potenciar el Crecimiento de los Clientes

Cuando un vendedor tiene una misión de gestionar clientes clave o estratégicos y cuando tiene un rol de "Farmer", es decir de mantener relaciones comerciales con un conjunto definido de clientes, debe contar con las habilidades necesarias para conocer a fondo cada uno de sus clientes, identificar oportunidades de negocio y establecer estrategias de crecimiento para llevar a los clientes al máximo potencial de crecimiento en la relación comercial. Una de las principales competencias que debe tener un rol de KAM (Gerente de Cuentas Clave), es precisamente poder desarrollar los clientes a su máximo potencial. Aquí se evalúa que técnicas utiliza usted para poder garantizar que trabaja con los clientes para llevarlos a su máximo potencial de negocios.



### VENDEDOR JUNIOR - APRENDIZ

Es una persona que está en un estado de aprendizaje de la mayoría de competencias requeridas en la profesión de la venta empresarial consultiva. No posee un dominio competente en comportamientos y el saber ejecutar procesos propios de la venta consultiva. Puede asumir roles comerciales básicos, principalmente en la responsabilidad de gestionar y desarrollar oportunidades de negocio sencillas, con una tendencia hacia ventas transaccionales y enfrentando procesos de compra por parte del cliente que no revisten una alta complejidad. Sus competencias se encuentran en un nivel en el cual requiere guía y acompañamiento si desea evolucionar a niveles superiores en la profesión de la venta empresarial consultiva.

Puede ocupar posiciones en estructuras de ventas en las cuales se requiera atender oportunidades de negocio de tipo transaccional, que no impliquen el uso de técnicas y conceptos complejos para la venta de productos o servicios de alta implicación. Es un ejecutivo con buen conocimiento en una línea de productos o soluciones específicas que requieren una comunicación de tipo técnico con el potencial comprador y manejos especiales que solamente una persona conocedora de la solución a ofrecer lo puede exponer de forma efectiva. Típicamente se enfrenta a un perfil de comprador que no es muy experto y con quien se puede tratar un negocio de forma sencilla y ágil. Es un perfil de ventas que puede ocupar posiciones como asesor comercial Interno, en las cuales gestiona oportunidades de negocio a través de canales como el telefónico, email, chat o otros medios digitales. Dentro de sus funciones está el trabajar con los clientes para guiarlos e ilustrarlos sobre productos y servicios que ofrece la empresa, crear soluciones y garantizar un buen proceso de venta, que típicamente es corto. Una de las exigencias que normalmente se encuentra en este rol de ventas es realizar cierres de manera ágil y en muchas oportunidades son medidos con base en el número de ventas cerradas por día o semana. Otra característica de este rol es que el Ejecutivo Comercial Aprendiz (Junior) se centra en la adquisición de clientes, es decir actúa como un cazador (un rol en ventas conocido como Hunter). Esta posición implica realizar llamadas en frío a nuevos clientes potenciales.

Puede ser un profesional que se desempeñe muy bien como un Ejecutivo Empresarial Consultivo para soluciones sencillas, interactuando con clientes con requerimientos puntuales y concretos y no complejos y en un rol de Asesor Comercial Interno (Inside Sales). Fortaleciendo algunas de las competencias de comunicación, productividad y asesorar y convencer, puede ser una profesional que obtenga muy buenos resultados en este rol.

### VENDEDOR SENIOR - COMPETENTE

Es una persona que está en un estado de capacidad competente en la mayoría de competencias requeridas en la profesión de la venta empresarial consultiva, es decir sabe hacer las cosas y las hace de forma competente. Puede asumir roles comerciales de mediana a alta complejidad, principalmente en la responsabilidad de gestionar y desarrollar oportunidades de negocio que implican soluciones de mediana complejidad y la atención a clientes con requerimientos de relación que implica una mayor atención. Sus competencias se encuentran en un nivel en el cual requiere continuar fortaleciendo habilidades y destrezas, pero puede asumir la responsabilidad de desarrollar oportunidades de mediana complejidad con independencia. Puede ocupar posiciones en estructuras de ventas en las cuales se requiera atender oportunidades de negocio de complejidad media, que impliquen el uso de técnicas y conceptos avanzados para la venta de productos o servicios de alta implicación. Es un ejecutivo con buen conocimiento en una o varias líneas de productos o soluciones específicas que requieren una comunicación de tipo técnico con el potencial comprador y manejos especiales que solamente una persona conocedora de la solución a ofrecer lo puede exponer de forma efectiva, con el dominio de metodologías de ventas consultiva. Típicamente se enfrenta a un perfil de comprador que puede ser experto y con quien se puede tratar un negocio de forma completa. Tiene la capacidad para comunicarse de forma efectiva con los diferentes niveles jerárquicos en su empresa y en los clientes y está en la capacidad de liderar equipos de trabajo para cumplir con los objetivos comerciales. Es un perfil de ventas que puede ocupar posiciones como asesor comercial Interno con un alto nivel de especialización o ejecutivo comercial externo atendiendo clientes y oportunidades de complejidad media. Dentro de sus funciones está el trabajar con los clientes para guiarlos e ilustrarlos sobre productos y servicios que ofrece la empresa, crear soluciones y garantizar un buen proceso de venta, que puede implicar varias fases y la participación de varias personas por parte del cliente. En esta posición se debe contar con las habilidades y destrezas para poder gestionar una oportunidad de negocio que implique soluciones de complejidad media, desde el inicio hasta el fin.

Se cuenta con las competencias para poder establecer una adecuada estrategia para desarrollar y ganar oportunidades de negocio. Este perfil tiene grandes fortalezas para desempeñarse en roles comerciales tales como un vendedor tipo Hunter o un ejecutivo comercial encargado de una línea especializada de productos o soluciones. El hunter (cazador) tienen una visión de resultados a corto plazo. Son más agresivos en la venta, suelen generar ciclos de venta más ágiles y su rentabilidad, a primera vista, incluso parece que es mejor.

### VENDEDOR MASTER - EXPERTO

Es una persona que cuenta con el mayor nivel de competencias para la venta empresarial consultiva y puede ejecutar muchas de las acciones de forma efectiva e inconsciente. Esto quiere decir que dentro del conjunto de hábitos laborales y profesionales, ha logrado un nivel de experto que le permite actuar de forma automática a situaciones y eventos en los cuales aplica de forma efectiva las técnicas, herramientas y acciones que generan los resultados adecuados. Su proceso de aprendizaje se ve fortalecido por una muy buena base de conocimientos y una acumulación de experiencia y del saber como hacer las cosas, que le permiten tener un comportamiento adecuado para cada una de las situaciones a las cuales se enfrenta en su trabajo. Es una persona que se puede desempeñar con efectividad en posiciones de alta responsabilidad desarrollando y ganando oportunidades de negocio de alta complejidad en la cual necesita demostrar jerarquía y liderar equipos de trabajo, tanto internos como del cliente y de terceros que participen en los proyectos.

Esto hace que sea un perfil adecuado para desempeñar funciones como Gerente de Cuentas Estratégicas (KAM) con responsabilidades importantes en el desarrollo de estas cuentas. Puede presentar un camino hacia un perfil de Farmer, el cual es un perfil de consultor comercial más estructurado en el ciclo de venta. Tiene una visión de resultados a medio y largo plazo. Prefiere no dejar cabos sueltos trabajando más la empatía y confianza con el cliente. Su objetivo primordial es la satisfacción y la calidad en el servicio al cliente, así que deben enfocarse a clientes más grandes y de requerimientos más complejos.

Su meta es identificar oportunidades de negocio en una base de clientes actuales y es muy cuidadoso en el desarrollo de relaciones a largo plazo con los diferentes actores que intervienen en el proceso de compra. Son personas más analíticas, por lo tanto tienen mayores competencias en conceptos como la planeación, el uso de metodologías, el análisis y un pensamiento más estructurado y crítico. No necesariamente un excelente ejecutivo comercial experto puede ser un excelente director comercial, si embargo cuenta con un conjunto de competencias que le pueden facilitar el camino hacia posiciones de dirección, esto depende de las metas y objetivos de la persona.

### Test

Competencias Ventas B2B VC

⊖Time Limit

0 second

Start Date

2026-03-29 13:13

End Date

2023-12-07 16:35

Total Duration

3 hours, 21 minutes, 54 seconds

### Device

Platform

desktop

Browser

Chrome (105.0.0.0)

Operating System

Windows - 10 (NT 10.0)

Language

es-ES

Engine

Blink

Screen

Size [window.screen.width / window.screen.height]

1366 x 768

Available Region

1366 x 728

Inner Region [window.innerWidth]

1366 x 657

Document Offset

1349 x 657

Pixel Ratio

1.00

### User

Group

general

Invitation Code

2c798f60-40d1-11ed-a15b-19cd030783a2

Display Name

Franciso de Oro

E-mail

max.winner@lanube.com

Form

Profesión]

Ingeniero Industrial

Cargo]

Asesor Comercial

Años de Experiencia en Ventas]

4

Edad]

27

Empresa]

La Nube

Nombre y Apellido]

MAX WINNER



# FIN DEL INFORME DE EVALUACIÓN DE COMPETENCIAS DEL CONSULTOR COMERCIAL B2B

Más ciencia y menos arte en las ventas profesionales

---

Cualquier inquietud o comentario sobre el contenido de este informe, por favor comunicarse a [competencias@mind.com.co](mailto:competencias@mind.com.co)