INFORMA

Área de Administración Autonómica
CSIT UNIÓN PROFESIONAL

Comprueba tus Conocimientos

Buenos días a tod@s,

En respuesta a muchas de vuestras demandas os mandamos la tercera entrega de cuestionarios:

Comprueba tus Conocimientos III

Este cuestionario pretende ayudar a los candidatos de la convocatoria de administrativo en base al temario específico **de la comunicación**: la comunicación oral en la empresa; la comunicación escrita en la empresa; documentos escritos en la comunicación empresarial; comunicación empresarial e imagen corporativa; técnicas de comunicación en la atención al cliente; servicio postventa, gestión de consultas, quejas y reclamaciones; archivo, registro y recuperación de la información. Las respuestas las facilitaremos pronto por los medios habituales de comunicación. Esperamos que os ayude para la preparación de la prueba.

Asimismo, desde **CSIT UNIÓN PROFESIONAL**, os animamos a realizar las propuestas de mejora que creáis oportunas sobre este cuestionario.

¡¡Ánimo y a darle duro!!

La comunicación

1. ¿Cuál es la principal diferencia entre comunicación e información según el texto?

a) La información es multidireccional y la comunicación es unidireccional.
b) La información solo transmite datos de forma unidireccional, mientras que la comunicación implica un intercambio multidireccional.
c) No existe ninguna diferencia entre ambas.

2. En el esquema de la comunicación de Roman Jakobson, ¿qué elemento representa la respuesta del receptor al emisor?

a) El código.
b) El contexto.
c) La retroalimentación o *feedback*.

3. ¿Cómo se define el "ruido" en el proceso comunicativo?

a) La repetición continua de palabras o frases para afianzar el mensaje.
b) Cualquier interferencia que dificulta o impide que la transmisión del mensaje sea fluida.
c) El conjunto de circunstancias de lugar y tiempo en las que se produce la comunicación.

4. ¿Cuál es la primera etapa en el proceso de la comunicación?

a) La transmisión del mensaje.
b) La codificación del mensaje.
c) El desarrollo de la idea por parte del emisor.

5. ¿Cuáles son las tres necesidades básicas del ser humano que cumple la comunicación?

a) Vender, comprar y negociar.
b) Informar e informarse, agruparse para conseguir metas comunes y establecer relaciones interpersonales.
c) Escuchar, hablar y escribir.

6. En el contexto de la prevención de errores en la comunicación, ¿qué significa parafrasear?

a) Explicar o interpretar el mensaje emitido de manera más clara para comprobar que se ha comprendido.
b) Interrumpir al emisor constantemente para dar una opinión personal.
c) Repetir exactamente las mismas palabras del emisor en un tono de voz elevado.

7. Una mala cobertura telefónica o una iluminación insuficiente en una sala de reuniones se clasifican como:

a) Barreras semánticas.
b) Barreras físicas.
c) Barreras de origen interno.

8. Las dificultades derivadas del desconocimiento del idioma o de las distintas acepciones de una palabra constituyen:

a) Barreras personales o mentales.
b) Barreras físicas.
c) Barreras semánticas.

9. El denominado "efecto halo" se considera un tipo de barrera:

a) Personal y mental.
b) Geográfica o cultural.
c) De origen interno fisiológico.

10. ¿Cuál es una ventaja fundamental de la comunicación presencial frente a otros canales?

a) La imposibilidad de percibir los gestos del interlocutor.
b) La retroalimentación (*feedback*) inmediata y la observación directa del lenguaje no verbal.
c) Que permite transmitir grandes volúmenes de datos complejos sin riesgo de olvido.

Unidad 3 — La comunicación oral en la empresa

1. Según la fórmula V-V-V de Albert Mehrabian, ¿qué porcentaje de influencia tienen los elementos visuales en la comunicación oral presencial?

a) 7%
b) 38%
c) 55%

2. Dentro de los elementos paralingüísticos, ¿cómo se denomina al ritmo de habla excesivamente rápido que supera las 150 palabras por minuto?

a) Bradilalia
b) Taquilalia o taquifemia
c) Cacofonía

3. En el estudio de la proxémica, ¿cuál es la distancia establecida para el espacio casual-personal entre interlocutores?

a) Desde el contacto físico hasta los 45 cm.
b) De 45 cm a 120 cm.
c) De 120 cm a 364 cm.

4. ¿En qué consiste la técnica de comunicación oral colectiva denominada Philips 6/6?

a) Seis expertos debaten durante seis horas sobre un tema especializado.
b) Se forman grupos de seis personas que tratan un tema durante seis minutos para llegar a conclusiones.
c) Un ponente expone seis puntos clave en seis minutos ante un gran auditorio.

5. Las señales de tráfico, los pictogramas universales, el código morse o el braille son ejemplos de:

a) Lenguaje icónico.
b) Lenguaje corporal.
c) Elementos vocales.

6. ¿Cuál es la estructura general que deben seguir las llamadas telefónicas emitidas en el ámbito empresarial?

a) Saludo, Negociación, Cierre y Resumen.
b) Presentación, Desarrollo, Cierre y Despedida.
c) Introducción, Exposición, Ruegos y Despedida.

7. En la atención telefónica, ¿por qué motivo se recomienda emplear la denominada "sonrisa telefónica"?

a) Porque la otra persona puede verla a través de la pantalla del teléfono.
b) Porque, aunque no se pueda ver, proyecta cambios positivos que se perciben en el tono de voz.
c) Porque elimina automáticamente las interferencias o ruidos de la línea.

8. ¿Quién fue el inventor italiano que construyó en 1854 el primer dispositivo telefónico denominado "teletrófono"?

a) Alexander Graham Bell.
b) Elisha Gray.
c) Antonio Meucci.

9. ¿Qué rasgo caracteriza principalmente al debate frente a otras formas de comunicación oral colectiva?

a) Es una charla informal y espontánea entre dos o más personas.
b) Es una discusión formal de opiniones contrapuestas, competitiva y dirigida por un moderador.
c) Es una reunión intensiva de trabajo subdividida en grupos pequeños durante varias jornadas.

10. ¿Qué cualidad de la voz viene determinada por la constitución de las cuerdas vocales y las cavidades de resonancia, permitiendo diferenciar a unas personas de otras?

a) El volumen.
b) El timbre.
c) El tono.

Unidad 4 — La comunicación escrita en la empresa

1. ¿Cuáles son las tres características fundamentales que definen a la comunicación escrita?

a) Espontaneidad, inmediatez y reciprocidad.
b) Unilateralidad, permanencia y necesidad de elaboración.
c) Volatilidad, sincronía y bilateralidad.

2. ¿Cuál es una de las principales ventajas de la comunicación escrita sobre la oral?

a) La obtención de retroalimentación (*feedback*) inmediata.
b) La permanencia del mensaje en el tiempo, lo que permite su verificación posterior.
c) El menor tiempo dedicado a la preparación del mensaje.

3. ¿Cuál se considera el principal inconveniente de la comunicación escrita?

a) La imposibilidad de transmitir información detallada.
b) Que no se produce una retroalimentación o *feedback* de forma inmediata.
c) La obligación de utilizar imágenes o gráficos para que el mensaje sea válido.

4. ¿Qué tipo de texto tiene como finalidad principal presentar de forma neutral unos hechos o realidades concretas?

a) Texto expositivo.
b) Texto argumentativo.
c) Texto narrativo.

5. En la fase de elaboración de un escrito, ¿cuál es el primer paso que debe realizar el emisor?

a) Redactar el borrador del documento.
b) Seleccionar las fuentes tipográficas y los márgenes.
c) Analizar la situación y conocer quién será el receptor.

6. En los procesadores de texto, ¿qué tipo de incidencia señala un subrayado de color rojo?

a) Un fallo de redacción o incoherencia sintáctica.
b) Un error ortográfico o una palabra no reconocida por el diccionario.
c) Una repetición de palabras en el mismo párrafo.

7. ¿Qué advierte el subrayado de color azul en las herramientas de corrección de textos?

a) Un error ortográfico en el término.
b) Una errata en la denominación de la marca comercial.
c) Un error gramatical, de redacción o de colocación de signos de puntuación.

8. Para la redacción formal de documentos empresariales, ¿cuál es el tamaño de letra recomendado para el cuerpo del texto?

a) Entre 6 y 8 puntos.
b) Entre 10 y 12 puntos.
c) Entre 14 y 16 puntos.

9. Al enviar un correo electrónico masivo a varios clientes, ¿qué campo debe emplearse para proteger la privacidad y no mostrar sus direcciones a los demás?

a) Campo Para.
b) Campo CC (Con copia).
c) Campo CCO (Con copia oculta).

10. ¿Qué elemento de la papelería corporativa incluye en la parte superior el logotipo, nombre, dirección y datos de contacto de la empresa?

a) La tarjeta de visita.
b) El papel con membrete.
c) El tarjetón de felicitación.

Unidad 5 — Documentos escritos en la comunicación empresarial

1. ¿Qué documento escrito de comunicación interna se utiliza principalmente para transmitir órdenes o realizar solicitudes a los empleados?

a) El acta.
b) El memorándum o comunicado interno.
c) La instancia.

2. ¿Qué documento se define como un escrito breve dirigido a un número elevado de destinatarios para transmitir una información puntual o de interés general?

a) El aviso.
b) El certificado.
c) La solicitud.

3. En la estructura de una convocatoria de reunión, ¿cuál de los siguientes puntos se incluye habitualmente al final del orden del día?

a) "Alegaciones y recursos".
b) "Ruegos y preguntas".
c) "P. O. y P. A.".

4. ¿Qué documento tiene la función específica de certificar lo acordado o tratado durante la celebración de una junta o reunión?

a) El informe.
b) El acta.
c) El memorándum.

5. En el pie de una carta comercial, ¿qué significado tienen las siglas "P. A." cuando firma una persona en representación de otra?

a) Por acuerdo.
b) Por autorización.
c) Por ausencia.

6. ¿Qué documento de la comunicación externa sin carácter comercial tiene como objetivo principal dar fe o asegurar la veracidad de un hecho?

a) El certificado.
b) El saluda.
c) El aviso.

7. ¿Cuáles son las características distintivas del documento protocolario denominado "Saluda"?

a) Se redacta en primera persona y se envía como nota informal de trabajo.
b) Es un escrito solemne, redactado en tercera persona y habitualmente impreso en papel tamaño cuartilla de buena calidad.
c) Es un impreso normalizado de uso exclusivo en las Administraciones Públicas.

8. En la emisión de un telegrama, ¿a partir de qué número de palabras suele incrementarse el coste del servicio postal?

a) Más de 20 palabras.
b) Más de 50 palabras.
c) Más de 100 palabras.

9. Al redactar una solicitud o instancia dirigida a la Administración Pública, ¿cuáles son los dos formulismos tradicionales que articulan el texto?

a) "EXPONGO" y "SOLICITA".
b) "CERTIFICA" y "SALUDA".
c) "MEMORÁNDUM" y "AVISO".

10. ¿En qué se diferencia fundamentalmente una denuncia de una instancia ante un organismo público?

a) La denuncia se redacta siempre de forma anónima sin firmar.
b) La denuncia comunica a la autoridad competente la existencia de un hecho punible o infracción, mientras que la instancia ejercita una petición o derecho legítimo.
c) La denuncia solo se puede tramitar mediante comunicación telefónica.

Unidad 6 — Comunicación empresarial e imagen corporativa

1. ¿Cómo se define la comunicación vertical descendente dentro de los canales formales de la empresa?

a) La que se establece entre personas del mismo nivel jerárquico o departamento.
b) La que va dirigida desde la dirección o los mandos superiores hacia los empleados de menor rango.
c) La que parte de los trabajadores hacia los cargos directivos de la organización.

2. ¿Cuál es el objetivo principal de la comunicación vertical ascendente?

a) Transmitir órdenes, directrices y políticas empresariales fijadas por la dirección.
b) Permitir que la dirección conozca las opiniones, dudas, sugerencias y pretensiones de los empleados.
c) Coordinar el trabajo diario entre departamentos diferentes sin intermediarios.

3. ¿Qué caracteriza a la comunicación horizontal en el ámbito interno?

a) Se establece entre miembros del mismo equipo de trabajo o entre distintos departamentos del mismo nivel.
b) Involucra a todos los niveles jerárquicos para compartir una cultura común.
c) Circula exclusivamente desde la empresa hacia los clientes externos.

4. ¿Cuál es la diferencia fundamental entre una intranet y una extranet?

a) La intranet es pública y la extranet es solo accesible mediante pago.
b) La intranet es una red privada dirigida a los empleados, mientras que la extranet permite compartir información privada con personas o entidades externas autorizadas.
c) La extranet se utiliza para llamadas telefónicas y la intranet para enviar correos masivos.

5. Dentro del departamento de comunicación externa, ¿a qué área le corresponde la redacción y envío de comunicados y notas de prensa?

a) Área de relaciones públicas (RR. PP.).
b) Área de prensa.
c) Área de marketing directo.

6. En la recepción de visitas y el protocolo empresarial, ¿cuál es el tratamiento formal adecuado al dirigirse a un cliente o invitado?

a) Emplear el tratamiento de señor o señora acompañado del apellido.
b) Utilizar señorito o señorita junto al primer nombre de pila.
c) Dirigirse a la persona únicamente por su nombre de pila sin fórmulas de cortesía.

7. ¿Qué se entiende por nota de prensa?

a) Un escrito de comunicación interna que transmite información breve a los empleados.
b) Una comunicación escrita dirigida a los medios de comunicación para anunciar un hecho de interés periodístico.
c) Una nota manuscrita donde se recogen los datos de una llamada no atendida.

8. En el uso de la red social Twitter (X) para la comunicación corporativa, ¿cuál es el límite habitual de caracteres por tuit?

a) 140 caracteres.
b) 280 caracteres.
c) 500 caracteres.

9. ¿Cómo se clasifican las actividades de *team building* que se realizan fuera del recinto de la empresa (como *paintball* o *karts*)?

a) Actividades *indoor*.
b) Actividades *outdoor*.
c) Canales formales transversales.

10. En el diseño de la identidad gráfica corporativa, ¿qué caracteriza a un imagotipo?

a) Contiene únicamente un elemento simbólico o icono sin texto.
b) Se identifica exclusivamente por la tipografía del texto.
c) Se caracteriza por la combinación de una imagen gráfica o icono y texto.

Unidad 7 — Técnicas de comunicación en la atención al cliente

1. En el proceso de compra, ¿qué rol desempeña la persona que orienta o influye en la decisión sin tomar necesariamente la decisión final ni consumir el producto?

a) El comprador.
b) El influente o especificador.
c) El usuario o consumidor.

2. ¿Cómo se debe atender adecuadamente a un cliente de tipología "indeciso"?

a) Presionarle para que tome una decisión rápida antes de que abandone el establecimiento.
b) No intentar acelerar el proceso de compra ni presionarlo, mostrando un catálogo limitado para no saturarlo.
c) Discutir sus dudas ofreciendo argumentos técnicos complejos.

3. ¿Qué característica define al cliente de tipo "entendido o egocéntrico"?

a) Es muy reservado y evita dar su opinión sobre los artículos.
b) Piensa que conoce todas las características del producto, habla con superioridad y exige respeto y elogios.
c) Muestra constantes signos de inseguridad y evita el contacto visual con el vendedor.

4. Ante un cliente "agresivo o discutidor", ¿cuál es la pauta correcta de actuación?

a) Emplear un estilo comunicativo asertivo, escuchar con paciencia y mantener la calma sin tomar las críticas como un ataque personal.
b) Responder con el mismo tono de voz elevado para reafirmar la autoridad del personal de ventas.
c) Interrumpirle de inmediato para señalar sus faltas de respeto.

5. Dentro de los factores internos del comportamiento del cliente, ¿cuál es la primera etapa del proceso de percepción?

a) Retención de la información.
b) Exposición a la información.
c) Aprendizaje y experiencia.

6. ¿En qué consiste la técnica de evaluación del servicio conocida como *mystery shopper* o cliente oculto?

a) En enviar cuestionarios anónimos por correo postal a los clientes habituales.
b) En recurrir a clientes ficticios que evalúan de forma presencial o telefónica la calidad de la atención y del servicio recibido.
c) En realizar auditorías internas sorpresa a los empleados del departamento de contabilidad.

7. Dentro de las características de la atención al cliente, ¿qué persigue la "fidelización"?

a) Lograr que los clientes satisfechos no sientan la necesidad de buscar productos o servicios en la competencia.
b) Aplicar descuentos del 50% de forma permanente a todos los artículos.
c) Obligar legalmente al usuario a firmar un contrato de permanencia.

8. ¿Qué rol cumple la persona que finalmente utiliza o consume el producto o servicio adquirido?

a) Prescriptor.
b) Decisor.
c) Usuario o consumidor.

9. Al atender a un cliente de tipología "tímido", ¿cuál de las siguientes recomendaciones se debe seguir?

a) Exigirle que mantenga contacto visual directo durante toda la conversación.
b) Fomentar su confianza con mensajes positivos, sin forzar el contacto visual y respetando su espacio personal (proxémica).
c) Preguntarle en voz alta sobre sus dudas delante de otros clientes para que pierda la vergüenza.

10. ¿Cómo se define la figura del "prescriptor" en la decisión de compra?

a) Es la persona que abona físicamente el importe del producto en la caja.
b) Es la persona con conocimientos sobre un producto o marca cuyo criterio o recomendación influye sobre el público.
c) Es la persona que detecta por primera vez que un bien se ha agotado en el hogar.

Unidad 8 (Secciones 8.8 y 8.9)

1. ¿Cómo se define una reclamación a diferencia de una queja o una sugerencia?

a) Es una opinión verbal o escrita en la que el cliente propone recomendaciones para mejorar la calidad del servicio.
b) Es la manifestación en la que el consumidor expresa su insatisfacción sin solicitar ningún tipo de compensación.
c) Es la comunicación, normalmente por escrito, en la que el consumidor solicita una compensación o indemnización por los daños y perjuicios causados.

2. ¿Quién está legitimado para plantear una reclamación amparada por las normas de protección al consumidor?

a) Únicamente el consumidor final del producto o servicio.
b) Los intermediarios comerciales, proveedores o productores.
c) Dos particulares entre los que existan discrepancias de ámbito privado.

3. Según la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios (LGDCOU), ¿cuál es el plazo máximo del que dispone el empresario para responder a una reclamación?

a) 15 días hábiles desde la recepción.
b) Un mes desde la presentación de la reclamación.
c) Tres meses naturales desde el hecho reclamado.

4. En el juego de impresos de la hoja de reclamaciones, ¿a quién va dirigida la hoja de color blanco?

a) Queda en poder del consumidor o usuario.
b) Se le entrega obligatoriamente al responsable del establecimiento.
c) Está destinada a la Administración y el consumidor debe remitirla a la dirección indicada.

5. ¿Qué ejemplar del juego de hojas de reclamaciones debe quedar custodiado en el establecimiento?

a) El folio de color verde o amarillo.
b) El folio de color rosa.
c) El folio de color blanco.

6. En el procedimiento de mediación de consumo, ¿de qué plazo dispone la empresa para proponer una solución tras la notificación de la Administración?

a) 5 días laborables.
b) 15 días.
c) 30 días naturales.

7. ¿Qué efecto jurídico produce la emisión de un laudo arbitral en el arbitraje de consumo?

a) Es un mero informe orientativo que no obliga legalmente a ninguna de las partes.
b) Obliga a ambas partes a su cumplimiento, es ejecutivo y cierra la posibilidad de acudir a los tribunales ordinarios por la misma causa.
c) Solo vincula al consumidor, dejando a la empresa la vía libre para demandar en juzgados ordinarios.

8. ¿Qué requisito de voluntariedad exige el procedimiento de arbitraje de consumo?

a) Debe ser aceptado de forma voluntaria por ambas partes (consumidor y empresario).
b) Es obligatorio para la empresa si el consumidor lo exige unilateralmente.
c) Es un trámite impuesto de oficio por la Oficina Municipal de Información al Consumidor.

9. ¿Cuál es el orden correcto del protocolo recomendado para el tratamiento de quejas y reclamaciones en la empresa?

a) Explicar la solución, preguntar el motivo, reconocer el problema y agradecer al cliente.
b) Reconocer el problema practicando la escucha activa, preguntar para asegurar el motivo, explicar lo que se va a hacer y agradecer antes de la despedida.
c) Preguntar el motivo, derivar a la policía municipal, ofrecer una compensación y cerrar el expediente.

10. La manifestación verbal o escrita en la que el cliente realiza una proposición o recomendación para incrementar la calidad del servicio se denomina:

a) Sugerencia.
b) Queja.
c) Reclamación.

Unidad 9 (Secciones 9.1, 9.4, 9.5 y 9.6)

1. Al recibir la correspondencia de entrada en la empresa, ¿cuál es la primera fase que debe realizar el personal encargado?

a) Anotar el documento directamente en el libro de registro de entrada.
b) Comprobar el envío para verificar el buen estado del paquete/sobre y que el destinatario pertenece a la empresa.
c) Entregar de inmediato el sobre sin abrir a la dirección general.

2. Para el envío de documentos de tamaño A4 sin carácter oficial, ¿cuál es el modo de plegado recomendado?

a) Doblar el documento por la mitad con el texto hacia fuera.
b) Doblar el documento en tres partes con el contenido hacia dentro, dejando el membrete a la vista.
c) Introducir el documento sin doblar en un sobre de tamaño cuartilla.

3. ¿Qué medidas estandarizadas presenta el modelo de sobre conocido comercialmente como "sobre americano"?

a) 120 × 176 mm.
b) 110 × 220 mm.
c) 229 × 324 mm.

4. ¿Qué artículo de la Constitución Española garantiza el derecho fundamental al secreto de las comunicaciones postales, telegráficas y telefónicas?

a) Artículo 14.
b) Artículo 18.3.
c) Artículo 51.

5. Según el régimen sancionador previsto en la normativa de protección de datos (LOPD), ¿cuál es el rango económico de las multas para infracciones muy graves?

a) De 600 € a 60.101,21 €.
b) De 60.101,21 € a 300.506,05 €.
c) De 300.506,05 € a 601.012,10 €.

6. En el sistema de clasificación alfabética de expedientes de personas físicas, ¿cuál es la regla principal de ordenación?

a) Se ordenan alfabéticamente por el nombre de pila.
b) Se ordenan alfabéticamente por el primer apellido de la persona.
c) Se ordenan según la fecha de recepción del expediente.

7. ¿Cómo se denomina la modalidad de archivo donde toda la documentación de la empresa se concentra en un único lugar bajo la gestión de personal especializado?

a) Archivo descentralizado.
b) Archivo centralizado.
c) Archivo temporal o de tránsito.

8. ¿Cuál es el orden secuencial correcto de los pasos a seguir en el proceso de archivo de documentos?

a) Archivar \(\rightarrow\) Clasificar \(\rightarrow\) Revisar \(\rightarrow\) Prearchivar \(\rightarrow\) Referenciar.
b) Revisar \(\rightarrow\) Clasificar \(\rightarrow\) Referenciar \(\rightarrow\) Prearchivar \(\rightarrow\) Archivar.
c) Prearchivar \(\rightarrow\) Referenciar \(\rightarrow\) Clasificar \(\rightarrow\) Revisar \(\rightarrow\) Archivar.

9. Para la destrucción de documentos de carácter confidencial en la empresa, ¿qué norma europea deben cumplir las máquinas trituradoras de papel?

a) Norma ISO 9001.
b) Norma DIN 66399.
c) Norma LGDCOU 1/2007.

10. ¿A qué conceptos corresponden las siglas de los tradicionales derechos ARCO reconocidos en materia de protección de datos?

a) Acceso, Rectificación, Cancelación (supresión) y Oposición.
b) Autorización, Registro, Custodia y Organización.
c) Archivo, Recuperación, Control y Ordenación.

INFORMA

Área de Administración Autonómica
CSIT UNIÓN PROFESIONAL

Comprueba tus Conocimientos

Buenos días a tod@s,

En respuesta a muchas de vuestras demandas os mandamos la tercera entrega de cuestionarios:

Comprueba tus Conocimientos III

Este cuestionario pretende ayudar a los candidatos de la convocatoria de administrativo en base al temario específico **de la comunicación**: la comunicación oral en la empresa; la comunicación escrita en la empresa; documentos escritos en la comunicación empresarial; comunicación empresarial e imagen corporativa; técnicas de comunicación en la atención al cliente; servicio postventa, gestión de consultas, quejas y reclamaciones; archivo, registro y recuperación de la información. Las respuestas las facilitaremos pronto por los medios habituales de comunicación. Esperamos que os ayude para la preparación de la prueba.

Asimismo, desde **CSIT UNIÓN PROFESIONAL**, os animamos a realizar las propuestas de mejora que creáis oportunas sobre este cuestionario.

¡¡Ánimo y a darle duro!!

La comunicación

1. ¿Cuál es la principal diferencia entre comunicación e información según el texto?

a) La información es multidireccional y la comunicación es unidireccional.
b) La información solo transmite datos de forma unidireccional, mientras que la comunicación implica un intercambio multidireccional.
c) No existe ninguna diferencia entre ambas.

2. En el esquema de la comunicación de Roman Jakobson, ¿qué elemento representa la respuesta del receptor al emisor?

a) El código.
b) El contexto.
c) La retroalimentación o *feedback*.

3. ¿Cómo se define el "ruido" en el proceso comunicativo?

a) La repetición continua de palabras o frases para afianzar el mensaje.
b) Cualquier interferencia que dificulta o impide que la transmisión del mensaje sea fluida.
c) El conjunto de circunstancias de lugar y tiempo en las que se produce la comunicación.

4. ¿Cuál es la primera etapa en el proceso de la comunicación?

a) La transmisión del mensaje.
b) La codificación del mensaje.
c) El desarrollo de la idea por parte del emisor.

5. ¿Cuáles son las tres necesidades básicas del ser humano que cumple la comunicación?

a) Vender, comprar y negociar.
b) Informar e informarse, agruparse para conseguir metas comunes y establecer relaciones interpersonales.
c) Escuchar, hablar y escribir.

6. En el contexto de la prevención de errores en la comunicación, ¿qué significa parafrasear?

a) Explicar o interpretar el mensaje emitido de manera más clara para comprobar que se ha comprendido.
b) Interrumpir al emisor constantemente para dar una opinión personal.
c) Repetir exactamente las mismas palabras del emisor en un tono de voz elevado.

7. Una mala cobertura telefónica o una iluminación insuficiente en una sala de reuniones se clasifican como:

a) Barreras semánticas.
b) Barreras físicas.
c) Barreras de origen interno.

8. Las dificultades derivadas del desconocimiento del idioma o de las distintas acepciones de una palabra constituyen:

a) Barreras personales o mentales.
b) Barreras físicas.
c) Barreras semánticas.

9. El denominado "efecto halo" se considera un tipo de barrera:

a) Personal y mental.
b) Geográfica o cultural.
c) De origen interno fisiológico.

10. ¿Cuál es una ventaja fundamental de la comunicación presencial frente a otros canales?

a) La imposibilidad de percibir los gestos del interlocutor.
b) La retroalimentación (*feedback*) inmediata y la observación directa del lenguaje no verbal.
c) Que permite transmitir grandes volúmenes de datos complejos sin riesgo de olvido.

Unidad 3 — La comunicación oral en la empresa

1. Según la fórmula V-V-V de Albert Mehrabian, ¿qué porcentaje de influencia tienen los elementos visuales en la comunicación oral presencial?

a) 7%
b) 38%
c) 55%

2. Dentro de los elementos paralingüísticos, ¿cómo se denomina al ritmo de habla excesivamente rápido que supera las 150 palabras por minuto?

a) Bradilalia
b) Taquilalia o taquifemia
c) Cacofonía

3. En el estudio de la proxémica, ¿cuál es la distancia establecida para el espacio casual-personal entre interlocutores?

a) Desde el contacto físico hasta los 45 cm.
b) De 45 cm a 120 cm.
c) De 120 cm a 364 cm.

4. ¿En qué consiste la técnica de comunicación oral colectiva denominada Philips 6/6?

a) Seis expertos debaten durante seis horas sobre un tema especializado.
b) Se forman grupos de seis personas que tratan un tema durante seis minutos para llegar a conclusiones.
c) Un ponente expone seis puntos clave en seis minutos ante un gran auditorio.

5. Las señales de tráfico, los pictogramas universales, el código morse o el braille son ejemplos de:

a) Lenguaje icónico.
b) Lenguaje corporal.
c) Elementos vocales.

6. ¿Cuál es la estructura general que deben seguir las llamadas telefónicas emitidas en el ámbito empresarial?

a) Saludo, Negociación, Cierre y Resumen.
b) Presentación, Desarrollo, Cierre y Despedida.
c) Introducción, Exposición, Ruegos y Despedida.

7. En la atención telefónica, ¿por qué motivo se recomienda emplear la denominada "sonrisa telefónica"?

a) Porque la otra persona puede verla a través de la pantalla del teléfono.
b) Porque, aunque no se pueda ver, proyecta cambios positivos que se perciben en el tono de voz.
c) Porque elimina automáticamente las interferencias o ruidos de la línea.

8. ¿Quién fue el inventor italiano que construyó en 1854 el primer dispositivo telefónico denominado "teletrófono"?

a) Alexander Graham Bell.
b) Elisha Gray.
c) Antonio Meucci.

9. ¿Qué rasgo caracteriza principalmente al debate frente a otras formas de comunicación oral colectiva?

a) Es una charla informal y espontánea entre dos o más personas.
b) Es una discusión formal de opiniones contrapuestas, competitiva y dirigida por un moderador.
c) Es una reunión intensiva de trabajo subdividida en grupos pequeños durante varias jornadas.

10. ¿Qué cualidad de la voz viene determinada por la constitución de las cuerdas vocales y las cavidades de resonancia, permitiendo diferenciar a unas personas de otras?

a) El volumen.
b) El timbre.
c) El tono.

Unidad 4 — La comunicación escrita en la empresa

1. ¿Cuáles son las tres características fundamentales que definen a la comunicación escrita?

a) Espontaneidad, inmediatez y reciprocidad.
b) Unilateralidad, permanencia y necesidad de elaboración.
c) Volatilidad, sincronía y bilateralidad.

2. ¿Cuál es una de las principales ventajas de la comunicación escrita sobre la oral?

a) La obtención de retroalimentación (*feedback*) inmediata.
b) La permanencia del mensaje en el tiempo, lo que permite su verificación posterior.
c) El menor tiempo dedicado a la preparación del mensaje.

3. ¿Cuál se considera el principal inconveniente de la comunicación escrita?

a) La imposibilidad de transmitir información detallada.
b) Que no se produce una retroalimentación o *feedback* de forma inmediata.
c) La obligación de utilizar imágenes o gráficos para que el mensaje sea válido.

4. ¿Qué tipo de texto tiene como finalidad principal presentar de forma neutral unos hechos o realidades concretas?

a) Texto expositivo.
b) Texto argumentativo.
c) Texto narrativo.

5. En la fase de elaboración de un escrito, ¿cuál es el primer paso que debe realizar el emisor?

a) Redactar el borrador del documento.
b) Seleccionar las fuentes tipográficas y los márgenes.
c) Analizar la situación y conocer quién será el receptor.

6. En los procesadores de texto, ¿qué tipo de incidencia señala un subrayado de color rojo?

a) Un fallo de redacción o incoherencia sintáctica.
b) Un error ortográfico o una palabra no reconocida por el diccionario.
c) Una repetición de palabras en el mismo párrafo.

7. ¿Qué advierte el subrayado de color azul en las herramientas de corrección de textos?

a) Un error ortográfico en el término.
b) Una errata en la denominación de la marca comercial.
c) Un error gramatical, de redacción o de colocación de signos de puntuación.

8. Para la redacción formal de documentos empresariales, ¿cuál es el tamaño de letra recomendado para el cuerpo del texto?

a) Entre 6 y 8 puntos.
b) Entre 10 y 12 puntos.
c) Entre 14 y 16 puntos.

9. Al enviar un correo electrónico masivo a varios clientes, ¿qué campo debe emplearse para proteger la privacidad y no mostrar sus direcciones a los demás?

a) Campo Para.
b) Campo CC (Con copia).
c) Campo CCO (Con copia oculta).

10. ¿Qué elemento de la papelería corporativa incluye en la parte superior el logotipo, nombre, dirección y datos de contacto de la empresa?

a) La tarjeta de visita.
b) El papel con membrete.
c) El tarjetón de felicitación.

Unidad 5 — Documentos escritos en la comunicación empresarial

1. ¿Qué documento escrito de comunicación interna se utiliza principalmente para transmitir órdenes o realizar solicitudes a los empleados?

a) El acta.
b) El memorándum o comunicado interno.
c) La instancia.

2. ¿Qué documento se define como un escrito breve dirigido a un número elevado de destinatarios para transmitir una información puntual o de interés general?

a) El aviso.
b) El certificado.
c) La solicitud.

3. En la estructura de una convocatoria de reunión, ¿cuál de los siguientes puntos se incluye habitualmente al final del orden del día?

a) "Alegaciones y recursos".
b) "Ruegos y preguntas".
c) "P. O. y P. A.".

4. ¿Qué documento tiene la función específica de certificar lo acordado o tratado durante la celebración de una junta o reunión?

a) El informe.
b) El acta.
c) El memorándum.

5. En el pie de una carta comercial, ¿qué significado tienen las siglas "P. A." cuando firma una persona en representación de otra?

a) Por acuerdo.
b) Por autorización.
c) Por ausencia.

6. ¿Qué documento de la comunicación externa sin carácter comercial tiene como objetivo principal dar fe o asegurar la veracidad de un hecho?

a) El certificado.
b) El saluda.
c) El aviso.

7. ¿Cuáles son las características distintivas del documento protocolario denominado "Saluda"?

a) Se redacta en primera persona y se envía como nota informal de trabajo.
b) Es un escrito solemne, redactado en tercera persona y habitualmente impreso en papel tamaño cuartilla de buena calidad.
c) Es un impreso normalizado de uso exclusivo en las Administraciones Públicas.

8. En la emisión de un telegrama, ¿a partir de qué número de palabras suele incrementarse el coste del servicio postal?

a) Más de 20 palabras.
b) Más de 50 palabras.
c) Más de 100 palabras.

9. Al redactar una solicitud o instancia dirigida a la Administración Pública, ¿cuáles son los dos formulismos tradicionales que articulan el texto?

a) "EXPONGO" y "SOLICITA".
b) "CERTIFICA" y "SALUDA".
c) "MEMORÁNDUM" y "AVISO".

10. ¿En qué se diferencia fundamentalmente una denuncia de una instancia ante un organismo público?

a) La denuncia se redacta siempre de forma anónima sin firmar.
b) La denuncia comunica a la autoridad competente la existencia de un hecho punible o infracción, mientras que la instancia ejercita una petición o derecho legítimo.
c) La denuncia solo se puede tramitar mediante comunicación telefónica.

Unidad 6 — Comunicación empresarial e imagen corporativa

1. ¿Cómo se define la comunicación vertical descendente dentro de los canales formales de la empresa?

a) La que se establece entre personas del mismo nivel jerárquico o departamento.
b) La que va dirigida desde la dirección o los mandos superiores hacia los empleados de menor rango.
c) La que parte de los trabajadores hacia los cargos directivos de la organización.

2. ¿Cuál es el objetivo principal de la comunicación vertical ascendente?

a) Transmitir órdenes, directrices y políticas empresariales fijadas por la dirección.
b) Permitir que la dirección conozca las opiniones, dudas, sugerencias y pretensiones de los empleados.
c) Coordinar el trabajo diario entre departamentos diferentes sin intermediarios.

3. ¿Qué caracteriza a la comunicación horizontal en el ámbito interno?

a) Se establece entre miembros del mismo equipo de trabajo o entre distintos departamentos del mismo nivel.
b) Involucra a todos los niveles jerárquicos para compartir una cultura común.
c) Circula exclusivamente desde la empresa hacia los clientes externos.

4. ¿Cuál es la diferencia fundamental entre una intranet y una extranet?

a) La intranet es pública y la extranet es solo accesible mediante pago.
b) La intranet es una red privada dirigida a los empleados, mientras que la extranet permite compartir información privada con personas o entidades externas autorizadas.
c) La extranet se utiliza para llamadas telefónicas y la intranet para enviar correos masivos.

5. Dentro del departamento de comunicación externa, ¿a qué área le corresponde la redacción y envío de comunicados y notas de prensa?

a) Área de relaciones públicas (RR. PP.).
b) Área de prensa.
c) Área de marketing directo.

6. En la recepción de visitas y el protocolo empresarial, ¿cuál es el tratamiento formal adecuado al dirigirse a un cliente o invitado?

a) Emplear el tratamiento de señor o señora acompañado del apellido.
b) Utilizar señorito o señorita junto al primer nombre de pila.
c) Dirigirse a la persona únicamente por su nombre de pila sin fórmulas de cortesía.

7. ¿Qué se entiende por nota de prensa?

a) Un escrito de comunicación interna que transmite información breve a los empleados.
b) Una comunicación escrita dirigida a los medios de comunicación para anunciar un hecho de interés periodístico.
c) Una nota manuscrita donde se recogen los datos de una llamada no atendida.

8. En el uso de la red social Twitter (X) para la comunicación corporativa, ¿cuál es el límite habitual de caracteres por tuit?

a) 140 caracteres.
b) 280 caracteres.
c) 500 caracteres.

9. ¿Cómo se clasifican las actividades de *team building* que se realizan fuera del recinto de la empresa (como *paintball* o *karts*)?

a) Actividades *indoor*.
b) Actividades *outdoor*.
c) Canales formales transversales.

10. En el diseño de la identidad gráfica corporativa, ¿qué caracteriza a un imagotipo?

a) Contiene únicamente un elemento simbólico o icono sin texto.
b) Se identifica exclusivamente por la tipografía del texto.
c) Se caracteriza por la combinación de una imagen gráfica o icono y texto.

Unidad 7 — Técnicas de comunicación en la atención al cliente

1. En el proceso de compra, ¿qué rol desempeña la persona que orienta o influye en la decisión sin tomar necesariamente la decisión final ni consumir el producto?

a) El comprador.
b) El influente o especificador.
c) El usuario o consumidor.

2. ¿Cómo se debe atender adecuadamente a un cliente de tipología "indeciso"?

a) Presionarle para que tome una decisión rápida antes de que abandone el establecimiento.
b) No intentar acelerar el proceso de compra ni presionarlo, mostrando un catálogo limitado para no saturarlo.
c) Discutir sus dudas ofreciendo argumentos técnicos complejos.

3. ¿Qué característica define al cliente de tipo "entendido o egocéntrico"?

a) Es muy reservado y evita dar su opinión sobre los artículos.
b) Piensa que conoce todas las características del producto, habla con superioridad y exige respeto y elogios.
c) Muestra constantes signos de inseguridad y evita el contacto visual con el vendedor.

4. Ante un cliente "agresivo o discutidor", ¿cuál es la pauta correcta de actuación?

a) Emplear un estilo comunicativo asertivo, escuchar con paciencia y mantener la calma sin tomar las críticas como un ataque personal.
b) Responder con el mismo tono de voz elevado para reafirmar la autoridad del personal de ventas.
c) Interrumpirle de inmediato para señalar sus faltas de respeto.

5. Dentro de los factores internos del comportamiento del cliente, ¿cuál es la primera etapa del proceso de percepción?

a) Retención de la información.
b) Exposición a la información.
c) Aprendizaje y experiencia.

6. ¿En qué consiste la técnica de evaluación del servicio conocida como *mystery shopper* o cliente oculto?

a) En enviar cuestionarios anónimos por correo postal a los clientes habituales.
b) En recurrir a clientes ficticios que evalúan de forma presencial o telefónica la calidad de la atención y del servicio recibido.
c) En realizar auditorías internas sorpresa a los empleados del departamento de contabilidad.

7. Dentro de las características de la atención al cliente, ¿qué persigue la "fidelización"?

a) Lograr que los clientes satisfechos no sientan la necesidad de buscar productos o servicios en la competencia.
b) Aplicar descuentos del 50% de forma permanente a todos los artículos.
c) Obligar legalmente al usuario a firmar un contrato de permanencia.

8. ¿Qué rol cumple la persona que finalmente utiliza o consume el producto o servicio adquirido?

a) Prescriptor.
b) Decisor.
c) Usuario o consumidor.

9. Al atender a un cliente de tipología "tímido", ¿cuál de las siguientes recomendaciones se debe seguir?

a) Exigirle que mantenga contacto visual directo durante toda la conversación.
b) Fomentar su confianza con mensajes positivos, sin forzar el contacto visual y respetando su espacio personal (proxémica).
c) Preguntarle en voz alta sobre sus dudas delante de otros clientes para que pierda la vergüenza.

10. ¿Cómo se define la figura del "prescriptor" en la decisión de compra?

a) Es la persona que abona físicamente el importe del producto en la caja.
b) Es la persona con conocimientos sobre un producto o marca cuyo criterio o recomendación influye sobre el público.
c) Es la persona que detecta por primera vez que un bien se ha agotado en el hogar.

<u>Unidad 8 (Secciones 8.8 y 8.9)</u>

1. ¿Cómo se define una reclamación a diferencia de una queja o una sugerencia?

a) Es una opinión verbal o escrita en la que el cliente propone recomendaciones para mejorar la calidad del servicio.
b) Es la manifestación en la que el consumidor expresa su insatisfacción sin solicitar ningún tipo de compensación.
c) Es la comunicación, normalmente por escrito, en la que el consumidor solicita una compensación o indemnización por los daños y perjuicios causados.

2. ¿Quién está legitimado para plantear una reclamación amparada por las normas de protección al consumidor?

a) Únicamente el consumidor final del producto o servicio.
b) Los intermediarios comerciales, proveedores o productores.
c) Dos particulares entre los que existan discrepancias de ámbito privado.

3. Según la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios (LGDCOU), ¿cuál es el plazo máximo del que dispone el empresario para responder a una reclamación?

a) 15 días hábiles desde la recepción.
b) Un mes desde la presentación de la reclamación.
c) Tres meses naturales desde el hecho reclamado.

4. En el juego de impresos de la hoja de reclamaciones, ¿a quién va dirigida la hoja de color blanco?

a) Queda en poder del consumidor o usuario.
b) Se le entrega obligatoriamente al responsable del establecimiento.
c) Está destinada a la Administración y el consumidor debe remitirla a la dirección indicada.

5. ¿Qué ejemplar del juego de hojas de reclamaciones debe quedar custodiado en el establecimiento?

a) El folio de color verde o amarillo.
b) El folio de color rosa.
c) El folio de color blanco.

6. En el procedimiento de mediación de consumo, ¿de qué plazo dispone la empresa para proponer una solución tras la notificación de la Administración?

a) 5 días laborables.
b) 15 días.
c) 30 días naturales.

7. ¿Qué efecto jurídico produce la emisión de un laudo arbitral en el arbitraje de consumo?

a) Es un mero informe orientativo que no obliga legalmente a ninguna de las partes.
b) Obliga a ambas partes a su cumplimiento, es ejecutivo y cierra la posibilidad de acudir a los tribunales ordinarios por la misma causa.
c) Solo vincula al consumidor, dejando a la empresa la vía libre para demandar en juzgados ordinarios.

8. ¿Qué requisito de voluntariedad exige el procedimiento de arbitraje de consumo?

a) Debe ser aceptado de forma voluntaria por ambas partes (consumidor y empresario).
b) Es obligatorio para la empresa si el consumidor lo exige unilateralmente.
c) Es un trámite impuesto de oficio por la Oficina Municipal de Información al Consumidor.

9. ¿Cuál es el orden correcto del protocolo recomendado para el tratamiento de quejas y reclamaciones en la empresa?

a) Explicar la solución, preguntar el motivo, reconocer el problema y agradecer al cliente.
b) Reconocer el problema practicando la escucha activa, preguntar para asegurar el motivo, explicar lo que se va a hacer y agradecer antes de la despedida.
c) Preguntar el motivo, derivar a la policía municipal, ofrecer una compensación y cerrar el expediente.

10. La manifestación verbal o escrita en la que el cliente realiza una proposición o recomendación para incrementar la calidad del servicio se denomina:

a) Sugerencia.
b) Queja.
c) Reclamación.

Unidad 9 (Secciones 9.1, 9.4, 9.5 y 9.6)

1. Al recibir la correspondencia de entrada en la empresa, ¿cuál es la primera fase que debe realizar el personal encargado?

a) Anotar el documento directamente en el libro de registro de entrada.
b) Comprobar el envío para verificar el buen estado del paquete/sobre y que el destinatario pertenece a la empresa.
c) Entregar de inmediato el sobre sin abrir a la dirección general.

2. Para el envío de documentos de tamaño A4 sin carácter oficial, ¿cuál es el modo de plegado recomendado?

a) Doblar el documento por la mitad con el texto hacia fuera.
b) Doblar el documento en tres partes con el contenido hacia dentro, dejando el membrete a la vista.
c) Introducir el documento sin doblar en un sobre de tamaño cuartilla.

3. ¿Qué medidas estandarizadas presenta el modelo de sobre conocido comercialmente como "sobre americano"?

a) 120 × 176 mm.
b) 110 × 220 mm.
c) 229 × 324 mm.

4. ¿Qué artículo de la Constitución Española garantiza el derecho fundamental al secreto de las comunicaciones postales, telegráficas y telefónicas?

a) Artículo 14.
b) Artículo 18.3.
c) Artículo 51.

5. Según el régimen sancionador previsto en la normativa de protección de datos (LOPD), ¿cuál es el rango económico de las multas para infracciones muy graves?

a) De 600 € a 60.101,21 €.
b) De 60.101,21 € a 300.506,05 €.
c) De 300.506,05 € a 601.012,10 €.

6. En el sistema de clasificación alfabética de expedientes de personas físicas, ¿cuál es la regla principal de ordenación?

a) Se ordenan alfabéticamente por el nombre de pila.
b) Se ordenan alfabéticamente por el primer apellido de la persona.
c) Se ordenan según la fecha de recepción del expediente.

7. ¿Cómo se denomina la modalidad de archivo donde toda la documentación de la empresa se concentra en un único lugar bajo la gestión de personal especializado?

a) Archivo descentralizado.
b) Archivo centralizado.
c) Archivo temporal o de tránsito.

8. ¿Cuál es el orden secuencial correcto de los pasos a seguir en el proceso de archivo de documentos?

a) Archivar \(\rightarrow\) Clasificar \(\rightarrow\) Revisar \(\rightarrow\) Prearchivar \(\rightarrow\) Referenciar.
b) Revisar \(\rightarrow\) Clasificar \(\rightarrow\) Referenciar \(\rightarrow\) Prearchivar \(\rightarrow\) Archivar.
c) Prearchivar \(\rightarrow\) Referenciar \(\rightarrow\) Clasificar \(\rightarrow\) Revisar \(\rightarrow\) Archivar.

9. Para la destrucción de documentos de carácter confidencial en la empresa, ¿qué norma europea deben cumplir las máquinas trituradoras de papel?

a) Norma ISO 9001.
b) Norma DIN 66399.
c) Norma LGDCOU 1/2007.

10. ¿A qué conceptos corresponden las siglas de los tradicionales derechos ARCO reconocidos en materia de protección de datos?

a) Acceso, Rectificación, Cancelación (supresión) y Oposición.
b) Autorización, Registro, Custodia y Organización.
c) Archivo, Recuperación, Control y Ordenación.

(*) **CSIT UNIÓN PROFESIONAL** queda exento de toda responsabilidad respecto a la precisión de las respuestas, aconsejando su comprobación con el temario oficial de la convocatoria.