



Comunidad
de Madrid



Anexo 2

Pruebas para la obtención de títulos de Técnico y Técnico Superior

MODELO PARA LA ELABORACIÓN DE LAS PRUEBAS

Convocatoria correspondiente al curso 2025-2026

([Resolución de 12 de diciembre de 2025](#) de la Dirección General de Educación Secundaria, Formación Profesional y Régimen Especial)

DATOS DEL ALUMNO			FIRMA
APELLIDOS:			
Nombre:	D.N.I./ N.I.E.	Fecha:	

Código del ciclo: (1) ADGM01	Denominación completa del título: (1) TÉCNICO EN GESTIÓN ADMINISTRATIVA
Clave o código del módulo: (1) 0437	Denominación completa del módulo profesional: (1) COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE

INSTRUCCIONES GENERALES PARA LA REALIZACIÓN DE LA PRUEBA
• Se deberán cumplimentar los datos del aspirante antes del examen y firmar en todas las hojas que se entreguen. • Deberá estar disponible el DNI o documento identificativo equivalente en la mesa. • Señalar y escribir con tinta indeleble, que no sea roja, las respuestas y su desarrollo. • Si se ha de rectificar una respuesta, trazar un aspa (X) o tachar con una línea horizontal. No utilizar líquido corrector (Tippex) • Utilizar solamente el papel facilitado por el examinador (con el sello y formato correspondiente). • El examinador facilitará el material de consulta necesario. • Se autoriza el uso de calculadora (no programable). • No se corregirán las letras o número ilegibles: escriban con claridad. • No está permitido el uso de móviles ni relojes inteligentes durante el examen. • Los teléfonos móviles permanecerán apagados o en silencio. • En el caso de que se actúe de forma deshonesta en la realización de la prueba,



utilizando materiales no permitidos (teléfonos móviles, pinganillos, “chuletas”, etc.), plagiando respuestas o hablando con otros compañeros, se otorgará una calificación global de 0 puntos.

- La prueba contendrá una parte teórica y una parte práctica, la nota será la suma de las dos partes
 - Parte teórica: preguntas tipo test en las que solo una opción será correcta.
 - Parte práctica: estará compuesta por ejercicios de tipo práctico.

En las preguntas tipo test es obligatorio pasar todas las respuestas a la plantilla que encontrarás al final de esta parte



DATOS DEL ALUMNO			FIRMA
APELLIDOS:			
Nombre:	D.N.I./ N.I.E.	Fecha:	

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN Y VALORACIÓN
Puntuación: • La puntuación se obtendrá de la suma de las ponderaciones de la parte teórica y de la parte práctica. • Parte teórica. 8 puntos. El test constará de 50 preguntas y será de respuesta única y el valor de cada test correcto es de 0,16 puntos. Las preguntas no contestadas no tendrán ponderación y las respuestas erróneas no restarán. • Parte práctica: 2 puntos. Constará de varios ejercicios prácticos. Criterios de valoración: • Se valorará la corrección y claridad en las respuestas y el procedimiento seguido por el participante. • Los ejercicios prácticos se considerarán correctos si están finalizados en su totalidad de forma correcta.

(1) Consígnense las denominaciones exactas y los códigos reflejados en el anexo 1.a o 1.b de las presentes instrucciones.

CALIFICACIÓN
.....



DATOS DEL ALUMNO			FIRMA
APELLIDOS:			
Nombre:	D.N.I./ N.I.E	Fecha:	

CONTENIDO DE LA PRUEBA:

PARTE TEÓRICA (8 puntos)

Cada una de las preguntas puntúa 0,16.

1. En la comunicación oral hay:

- a) Un emisor (quien recibe el mensaje).
- b) Un emisor y un receptor.
- c) Un receptor.
- d) Todas son incorrectas.

2. Cuáles son las características de la comunicación oral

- a) Caducidad del mensaje y percepción selectiva.
- b) Retroalimentación inmediata o directa.
- c) Tono, énfasis y entonación de la voz, es efímera y rectificación inmediata.
- d) Todas son correctas.

3. Los tipos de comunicación oral son:

- a) Comunicación no presencial.
- b) Comunicación no presencial y comunicación presencial.
- c) Comunicación no presencial, comunicación presencial y comunicaciones especiales.
- d) Todas son incorrectas.

4. Los principios básicos de la comunicación presencial son:

- a) Indicar el motivo de nuestra exposición antes de comenzarlo.
- b) Organizar el contenido del mensaje y adaptar el mensaje al nivel del receptor.
- c) Verificar la comprensión del mensaje, crear y mantener el interés del receptor del mensaje.
- d) Todas son correctas.



DATOS DEL ALUMNO			FIRMA
APELLIDOS:			
Nombre:	D.N.I./ N.I.E	Fecha:	

5. La cortesía es:

- a) Un elemento indispensable de la comunicación oral.
- b) Escuchar con empatía.
- c) Dejarse guiar por los sentimientos.
- d) Ser puntual.

6. El aspecto más importante de una correcta comunicación es:

- a) La rapidez.
- b) La claridad.
- c) A y B son correctas.
- d) La concisión.

7. Las habilidades sociales:

- a) Son inalterables durante toda la vida.
- b) Escuchar con empatía.
- c) Son un conjunto de conductas aprendidas.
- d) Dificultan nuestra relación con los demás.

8. La inteligencia emocional es:

- a) La capacidad de percibir, expresar, comprender y gestionar las emociones.
- b) Es la habilidad social que reúne las conductas y los pensamientos que nos permiten defender nuestros derechos y expresar, directa y abiertamente, nuestros pensamientos, sentimientos y creencias, respetando, a su vez, a las demás personas.
- c) Es una característica de determinadas personas que hace que sean creíbles.
- d) Está relacionada con compras y ventas.

9. Las entrevistas pueden ser:

- a) Individuales.
- b) Grupales.
- c) Individuales o grupales.



DATOS DEL ALUMNO			FIRMA
APELLIDOS:			
Nombre:	D.N.I./ N.I.E	Fecha:	

d) Todas son incorrectas

10. El diálogo:

- a) Puede ser una conversación o una mesa redonda.
- b) Debemos elaborar un guion o esquema.
- c) A y B son correctas.
- d) Puede ser una entrevista.

11. En los elementos básicos de la comunicación escrita cuál es el concepto que consiste en utilizar las palabras justas para transmitir aquello que queremos...

- a) Claridad.
- b) Concisión.
- c) Sencillez.
- d) Motivación.

12. En la presentación de las normas de redacción de documentos, ¿qué partes diferenciadas hay en los párrafos?

- a) Encabezado.
- b) Pie.
- c) Cuerpo.
- d) Todas son correctas.

13. En el protocolo, según el destinatario de las normas de redacción de documentos, ¿cuál es el tipo de saludo que se expresa como “Estimado Sr. Martínez”?

- a) Educado.
- b) Cordial.
- c) Neutral.
- d) Amable.



DATOS DEL ALUMNO			FIRMA
APELLIDOS:			
Nombre:	D.N.I./ N.I.E	Fecha:	

14. ¿Cuáles son los documentos de comunicación interna?

- a) Aviso, Memorándum, Convocatoria, Informe y Acta.
- b) Carta comercial, Nota Informativa, Aviso y Acta.
- c) Aviso, Acta, Carta y Convocatoria.
- d) Aviso y carta.

15. En los elementos de un proceso de comunicación escrita, ¿quién es el vendedor?

- a) El receptor.
- b) El emisor.
- c) El canal.
- d) Emisor y canal.

16. En la carta comercial, según la guía de redacción, ¿dónde se coloca la expresión “Atentamente”?

- a) Despedida.
- b) Conclusión y Acción esperada.
- c) Ambas son correctas.
- d) Enunciado.

17. En qué consiste el Plan de Marketing:

- a) Base sobre la cual diferenciarse de la competencia.
- b) Producto, precio, comunicación y distribución.
- c) Su desarrollo constituye el marketing operativo.
- d) Planificación a largo plazo de la acción comercial.



DATOS DEL ALUMNO			FIRMA
APELLIDOS:			
Nombre:	D.N.I./ N.I.E	Fecha:	

18.La oferta comercial de un bien se concreta a través de la definición de:

- a) Producto, precio, clientes y procesos.
- b) Producto, precio, comunicación y distribución.
- c) Producto, precio, publicidad y promoción.
- d) Producto, precio, clientes y distribución.

19.La promoción de ventas es una técnica adecuada para productos que cuentan con una demanda muy sensible al precio.

- a) Falso
- b) Verdadero

20.Indica cuál de las siguientes expresiones es cierta:

- a) El marketing trata de dar a conocer una marca y de impulsar las ventas.
- b) Las empresas no se preocupan por las necesidades de sus clientes, solo quieren vender.
- c) A causa del marketing, los clientes toman peores decisiones de consumo.
- d) Las empresas intentan engañar a sus clientes mediante la publicidad.

21.¿Existe la obligación de responder a la hoja de reclamación presentada por un cliente?:

- a) Sí, en un máximo de 15 días.
- b) No, la empresa no está obligada a hacerlo.
- c) Sí, en un máximo de diez días.
- d) No es necesario contestar si la reclamación no supera los 100 euros.

22.¿Qué estrategia de marca facilita la entrada de nuevos productos en el mercado?

- a) Estrategia de marca de distribuidor.
- b) Estrategia de marcas múltiples.
- c) Estrategia de marca única.
- d) Todas son correctas.



DATOS DEL ALUMNO			FIRMA
APELLIDOS:			
Nombre:	D.N.I./ N.I.E	Fecha:	

23.¿Cuáles son los tipos de papel dentro de los soportes para elaborar y transmitir documentos?

- a) Offset, Estucado y Pergamino.
- b) Cartulina, Fotográfico y Estucado.
- c) Offset, Estucado y Ecológico.
- d) Solo Estucado.

24.En los canales de transmisión escrita de información el SMS es de uso...

- a) Interno.
- b) Interno y Externo.
- c) Externo.
- d) Ninguna es correcta.

25.¿Qué es el Boletín Oficial?

- a) Una fuente de información primaria que garantiza que el texto consultado es oficial, original y fidedigno, y que no ha sido modificado.
- b) Una fuente de información secundaria que garantiza que el texto consultado es oficial, original y fidedigno, y que no ha sido modificado.
- c) Una fuente de información primaria y secundaria que no garantiza la autenticidad ni la fidelidad del texto publicado.
- d) No es una fuente de información

26. ¿Qué es un Documento Escrito?

- a) Es un documento que transmite únicamente información técnica, sin necesidad de cuidar la imagen del emisor.
- b) Es un documento que transmite al receptor cualquier tipo de información sin importancia del uso adecuado del lenguaje.
- c) Es un documento que transmite al receptor una imagen positiva del emisor. Para lograrlo, es necesario un uso adecuado del lenguaje.
- d) Todas son correctas



DATOS DEL ALUMNO			FIRMA
APELLIDOS:			
Nombre:	D.N.I./ N.I.E	Fecha:	

27. Qué elementos forman parte del proceso de comunicación telefónica:

- a) El producto y el cliente.
- b) El emisor y receptor, soporte, canal y código.
- c) El contrato y el cliente.
- d) El producto.

28. Una ventaja de la comunicación telefónica es:

- a) Elimina el coste de desplazamiento.
- b) Existe una mayor probabilidad de rechazo.
- c) No plantean ruidos.
- d) Todas son correctas.

29.Cuál es la estructura de una llamada telefónica:

- a) Presentación.
- b) Desarrollo.
- c) Conclusión y despedida.
- d) Todas son correctas.

30.Cuál es la clasificación de las llamadas según quién da inicio a la conversación:

- a) Entrantes y salientes.
- b) Entrantes, salientes y de retorno.
- c) Inicial.
- d) a y c son correctas.

31. La clasificación de las llamadas de mejora se refiere a:

- a) Parten de la empresa y se realizan para ofrecer información, para hacer consultas, etc.
- b) Se realiza con posterioridad a una venta o un pedido.
- c) Son realizadas por una persona fuera de la empresa.
- d) Todas son correctas.



DATOS DEL ALUMNO			FIRMA
APELLIDOS:			
Nombre:	D.N.I./ N.I.E	Fecha:	

32. Cuáles son los tipos de barreras de la comunicación telefónica:

- a) Verbales y no verbales.
- b) Verbales, interpersonales y ambientales.
- c) El ruido.
- d) La naturaleza.

33. Una de las pautas de la atención telefónica es:

- a) Identificarnos con nuestro nombre y apellido y la denominación de la empresa.
- b) Comenzar exponiendo el motivo.
- c) Hablar lo más rápido posible para ahorrar tiempo.
- d) Evitar saludar para ir directamente al tema.

34. Al hablar por teléfono debemos:

- a) Abusar de tecnicismos.
- b) Cuidar el ritmo y variar el tono de voz.
- c) Hablar sin pausas.
- d) Interrumpir constantemente.

35. La realización de una encuesta es:

- a) Una llamada entrante.
- b) Un ejemplo de acción proactiva.
- c) Una llamada de retorno.
- d) Todas son correctas.

36. Las centralitas telefónicas son:

- a) Son aparatos que solo sirven para cargar teléfonos móviles.
- b) Solo permiten realizar llamadas, pero no recibirlas.
- c) Son dispositivos que conectan todos los teléfonos de una empresa, estableciendo conexiones entre los diferentes usuarios, tanto externos como internos.



DATOS DEL ALUMNO			FIRMA
APELLIDOS:			
Nombre:	D.N.I./ N.I.E	Fecha:	

d) Son sistemas que solo funcionan para enviar mensajes de texto dentro de la empresa.

37. Los documentos que utilizamos frecuentemente deben ser archivados en:

- a) Un archivo activo.
- b) Un archivo semiactivo.
- c) Un archivo inactivo.
- d) a y b son correctas.

38. ¿Cómo ordenamos los nombres de personas en el sistema alfabético?

- a) Según el primer nombre.
- b) Según el primer apellido.
- c) Sin tener en cuenta los apellidos compuestos.
- d) Todas son correctas.

39. La principal ventaja del sistema numérico es que:

- a) Permite intercalar documentos.
- b) Evita duplicar referencias.
- c) Nunca necesita índice auxiliar.
- d) Permite clasificar documentos sin ningún orden establecido.

40. En una base de datos, el nombre, los apellidos, la dirección o el teléfono de un cliente serían:

- a) Un campo.
- b) Un registro.
- c) Un fichero.
- d) Ninguna es correcta.

41. Las carpetas archivadoras A-Z suelen colocarse en:

- a) Estanterías.
- b) Cajas de archivo.



DATOS DEL ALUMNO			FIRMA
APELLIDOS:			
Nombre:	D.N.I./ N.I.E	Fecha:	

- c) Armarios específicamente diseñados para ello.
- d) En cualquier lugar sin ningún tipo de orden.

42. El marketing relacional tiene como objetivo:

- a) Incrementar las ventas a corto plazo.
- b) Fidelizar al cliente.
- c) Reducir los costes de la empresa.
- d) Todas son correctas.

43. Según Kortler, el proceso de decisión de compra se compone de las siguientes fases:

- a) Búsqueda de información, evaluación de alternativas y compra.
- b) Reconocimiento de la necesidad, búsqueda de información, evaluación de alternativas, compra y comportamiento poscompra.
- c) Reconocimiento de la necesidad, evaluación de alternativas, búsqueda de información y compra.
- d) Reconocimiento de la necesidad, búsqueda de información, evaluación de alternativas, experiencias de otros usuarios, compra y comportamiento poscompra.

44. Que un producto sea de calidad viene determinado por:

- a) Las expectativas que el cliente tiene sobre él.
- b) La percepción que el cliente tiene sobre el producto.
- c) Que el producto satisfaga sus necesidades.
- d) Todas son correctas.

45. La segmentación de mercado se basa en que:

- a) Todos los clientes son prácticamente iguales.
- b) Detrás de un producto siempre se busca satisfacer la misma necesidad.
- c) Un consumidor satisface sus necesidades de forma distinta según sus características propias



DATOS DEL ALUMNO			FIRMA
APELLIDOS:			
Nombre:	D.N.I./ N.I.E	Fecha:	

d) Todas las opciones anteriores son correctas.

46.Un departamento de atención al cliente no es de calidad cuando:

- a) Genera confianza en sus clientes
- b) Es fácil contactar con él
- c) Atiende a sus usuarios de una manera fría y poco cercana
- d) Dispone de personal especializado

47.Una adecuada gestión de reclamaciones supone:

- a) Un beneficio, ya que evita que los clientes pongan denuncias ante instituciones de consumo.
- b) Un coste, que hay que intentar reducir al máximo.
- c) Un beneficio, así como la imagen de la empresa y su competitividad en el mercado.
- d) Hay que evitar a toda costa que se realicen reclamaciones.

48.Un padre que compra un videojuego para regalárselo a su hijo por su cumpleaños actúa como:

- a) Usuario.
- b) Consumidor.
- c) Cliente.
- d) Proveedor.

49.¿Qué institución sirve de cauce de colaboración, comunicación e información entre las comunidades autónomas y el Estado en materia de consumo?

- a) El Instituto Nacional de Consumo.
- b) La OMIC.
- c) La Conferencia Sectorial de Consumo.
- d) El Consejo de Consumidores y Usuarios



Comunidad
de Madrid



DATOS DEL ALUMNO			FIRMA
APELLIDOS:			
Nombre:	D.N.I./ N.I.E	Fecha:	

50. El Consejo de Consumidores y Usuarios cumple sus funciones en un ámbito:

- a) Autonómico
- b) Estatal
- c) Local
- d) a y b son correctas



DATOS DEL ALUMNO			FIRMA
APELLIDOS:			
Nombre:	D.N.I./ N.I.E	Fecha:	

CUADRO DE RESPUESTAS

1.	11.	21.	31.	41.
2.	12.	22.	32.	42.
3.	13.	23.	33.	43.
4.	14.	24.	34.	44.
5.	15.	25.	35.	45.
6.	16.	26.	36.	46.
7.	17.	27.	37.	47.
8.	18.	28.	38.	48.
9.	19.	29.	39.	49.
10.	20.	30.	40.	50.



Comunidad
de Madrid



DATOS DEL ALUMNO			FIRMA
APELLIDOS:			
Nombre:	D.N.I./ N.I.E	Fecha:	

PARTE PRÁCTICA (2 puntos)

EJERCICIO 1 (1 punto)

Ana Gómez trabaja en las oficinas de la empresa de reparaciones Talleres Esparcia. Don Antonio Esparcia Pérez, director gerente, le ha pedido que redacte una carta comercial dirigida a uno de sus clientes, don Esteban Fernández, anunciándose que el contrato de mantenimiento que tenía con ellos está a punto de finalizar y sugiriendo que lo prorrogue durante el siguiente año.

Redacta la carta que Ana Gómez envía a don Esteban Fernández.



Comunidad
de Madrid



DATOS DEL ALUMNO			FIRMA
APELLIDOS:			
Nombre:	D.N.I./ N.I.E	Fecha:	

EJERCICIO 2 (1 punto)

Carmen López es representante de ventas de Aceslim, S.A., una empresa que distribuye productos de agricultura ecológica. Carmen quiere contactar con el jefe de compras de Emsa, S.L., una empresa dedicada a la comercialización de frutas y verduras. Cuando consigue comunicarse con quien ella cree que es la persona adecuada, dice:

- ¿Sí...? Quiero hablar con el jefe de compras de la empresa. ¿Eres tú?

Según las normas de expresión verbal, ¿Carmen se ha expresado correctamente? Corrige su presentación utilizando el léxico y las expresiones adecuadas.