



CUADERNO DE EVALUACIÓN

AGENCIA DE VIAJES

Nombre y Apellidos:	Firma:
DNI:	

Instrucciones: Cumplimente la prueba de evaluación, sin olvidar incluir sus datos personales y firma, a la finalización del curso. Señale la respuesta correcta rellenando o coloreando la casilla. ¡Suerte!

Ejemplo: a b c d

1.

a	b	c	d
---	---	---	---
2.

a	b	c	d
---	---	---	---
3.

a	b	c	d
---	---	---	---
4.

a	b	c	d
---	---	---	---
5.

a	b	c	d
---	---	---	---
6.

a	b	c	d
---	---	---	---
7.

a	b	c	d
---	---	---	---
8.

a	b	c	d
---	---	---	---
9.

a	b	c	d
---	---	---	---
10.

a	b	c	d
---	---	---	---
11.

a	b	c	d
---	---	---	---
12.

a	b	c	d
---	---	---	---
13.

a	b	c	d
---	---	---	---
14.

a	b	c	d
---	---	---	---
15.

a	b	c	d
---	---	---	---
16.

a	b	c	d
---	---	---	---
17.

a	b	c	d
---	---	---	---
18.

a	b	c	d
---	---	---	---
19.

a	b	c	d
---	---	---	---
20.

a	b	c	d
---	---	---	---
21.

a	b	c	d
---	---	---	---
22.

a	b	c	d
---	---	---	---
23.

a	b	c	d
---	---	---	---
24.

a	b	c	d
---	---	---	---
25.

a	b	c	d
---	---	---	---
26.

a	b	c	d
---	---	---	---
27.

a	b	c	d
---	---	---	---
28.

a	b	c	d
---	---	---	---
29.

a	b	c	d
---	---	---	---
30.

a	b	c	d
---	---	---	---
31.

a	b	c	d
---	---	---	---
32.

a	b	c	d
---	---	---	---
33.

a	b	c	d
---	---	---	---
34.

a	b	c	d
---	---	---	---
35.

a	b	c	d
---	---	---	---
36.

a	b	c	d
---	---	---	---
37.

a	b	c	d
---	---	---	---
38.

a	b	c	d
---	---	---	---

39.

a	b	c	d
---	---	---	---
40.

a	b	c	d
---	---	---	---
41.

a	b	c	d
---	---	---	---
42.

a	b	c	d
---	---	---	---
43.

a	b	c	d
---	---	---	---
44.

a	b	c	d
---	---	---	---
45.

a	b	c	d
---	---	---	---
46.

a	b	c	d
---	---	---	---
47.

a	b	c	d
---	---	---	---
48.

a	b	c	d
---	---	---	---
49.

a	b	c	d
---	---	---	---
50.

a	b	c	d
---	---	---	---
51.

a	b	c	d
---	---	---	---
52.

a	b	c	d
---	---	---	---
53.

a	b	c	d
---	---	---	---
54.

a	b	c	d
---	---	---	---
55.

a	b	c	d
---	---	---	---
56.

a	b	c	d
---	---	---	---
57.

a	b	c	d
---	---	---	---
58.

a	b	c	d
---	---	---	---
59.

a	b	c	d
---	---	---	---
60.

a	b	c	d
---	---	---	---
61.

a	b	c	d
---	---	---	---
62.

a	b	c	d
---	---	---	---
63.

a	b	c	d
---	---	---	---
64.

a	b	c	d
---	---	---	---
65.

a	b	c	d
---	---	---	---
66.

a	b	c	d
---	---	---	---
67.

a	b	c	d
---	---	---	---
68.

a	b	c	d
---	---	---	---
69.

a	b	c	d
---	---	---	---
70.

a	b	c	d
---	---	---	---
71.

a	b	c	d
---	---	---	---
72.

a	b	c	d
---	---	---	---
73.

a	b	c	d
---	---	---	---
74.

a	b	c	d
---	---	---	---
75.

a	b	c	d
---	---	---	---
76.

a	b	c	d
---	---	---	---

77.

a	b	c	d
---	---	---	---
78.

a	b	c	d
---	---	---	---
79.

a	b	c	d
---	---	---	---
80.

a	b	c	d
---	---	---	---
81.

a	b	c	d
---	---	---	---
82.

a	b	c	d
---	---	---	---
83.

a	b	c	d
---	---	---	---
84.

a	b	c	d
---	---	---	---
85.

a	b	c	d
---	---	---	---
86.

a	b	c	d
---	---	---	---
87.

a	b	c	d
---	---	---	---
88.

a	b	c	d
---	---	---	---
89.

a	b	c	d
---	---	---	---
90.

a	b	c	d
---	---	---	---
91.

a	b	c	d
---	---	---	---
92.

a	b	c	d
---	---	---	---
93.

a	b	c	d
---	---	---	---
94.

a	b	c	d
---	---	---	---
95.

a	b	c	d
---	---	---	---
96.

a	b	c	d
---	---	---	---
97.

a	b	c	d
---	---	---	---
98.

a	b	c	d
---	---	---	---
99.

a	b	c	d
---	---	---	---
100.

a	b	c	d
---	---	---	---
101.

a	b	c	d
---	---	---	---
102.

a	b	c	d
---	---	---	---
103.

a	b	c	d
---	---	---	---
104.

a	b	c	d
---	---	---	---
105.

a	b	c	d
---	---	---	---
106.

a	b	c	d
---	---	---	---
107.

a	b	c	d
---	---	---	---
108.

a	b	c	d
---	---	---	---
109.

a	b	c	d
---	---	---	---
110.

a	b	c	d
---	---	---	---
111.

a	b	c	d
---	---	---	---
112.

a	b	c	d
---	---	---	---
113.

a	b	c	d
---	---	---	---
114.

a	b	c	d
---	---	---	---



115.	a	b	c	d
116.	a	b	c	d
117.	a	b	c	d
118.	a	b	c	d
119.	a	b	c	d
120.	a	b	c	d
121.	a	b	c	d
122.	a	b	c	d
123.	a	b	c	d
124.	a	b	c	d
125.	a	b	c	d
126.	a	b	c	d
127.	a	b	c	d
128.	a	b	c	d
129.	a	b	c	d
130.	a	b	c	d
131.	a	b	c	d
132.	a	b	c	d
133.	a	b	c	d
134.	a	b	c	d
135.	a	b	c	d
136.	a	b	c	d
137.	a	b	c	d
138.	a	b	c	d
139.	a	b	c	d
140.	a	b	c	d
141.	a	b	c	d
142.	a	b	c	d
143.	a	b	c	d
144.	a	b	c	d
145.	a	b	c	d
146.	a	b	c	d
147.	a	b	c	d
148.	a	b	c	d
149.	a	b	c	d
150.	a	b	c	d
151.	a	b	c	d
152.	a	b	c	d
153.	a	b	c	d
154.	a	b	c	d
155.	a	b	c	d
156.	a	b	c	d
157.	a	b	c	d
158.	a	b	c	d
159.	a	b	c	d
160.	a	b	c	d
161.	a	b	c	d
162.	a	b	c	d
163.	a	b	c	d
164.	a	b	c	d
165.	a	b	c	d
166.	a	b	c	d
167.	a	b	c	d
168.	a	b	c	d

169.	a	b	c	d
170.	a	b	c	d
171.	a	b	c	d
172.	a	b	c	d
173.	a	b	c	d
174.	a	b	c	d
175.	a	b	c	d
176.	a	b	c	d
177.	a	b	c	d
178.	a	b	c	d
179.	a	b	c	d
180.	a	b	c	d
181.	a	b	c	d
182.	a	b	c	d
183.	a	b	c	d
184.	a	b	c	d
185.	a	b	c	d
186.	a	b	c	d
187.	a	b	c	d
188.	a	b	c	d
189.	a	b	c	d
190.	a	b	c	d
191.	a	b	c	d
192.	a	b	c	d
193.	a	b	c	d
194.	a	b	c	d
195.	a	b	c	d
196.	a	b	c	d
197.	a	b	c	d
198.	a	b	c	d
199.	a	b	c	d
200.	a	b	c	d
201.	a	b	c	d
202.	a	b	c	d
203.	a	b	c	d
204.	a	b	c	d
205.	a	b	c	d
206.	a	b	c	d
207.	a	b	c	d
208.	a	b	c	d
209.	a	b	c	d
210.	a	b	c	d
211.	a	b	c	d
212.	a	b	c	d
213.	a	b	c	d
214.	a	b	c	d
215.	a	b	c	d
216.	a	b	c	d
217.	a	b	c	d
218.	a	b	c	d
219.	a	b	c	d
220.	a	b	c	d

1. Se entiende el turismo como el conjunto de viajes realizados por placer o por motivos comerciales o profesionales y otros análogos, durante los cuales la ausencia de la residencia habitual es temporal:

- a) Arthur Borman
- b) Walter Hunziker
- c) Kurt Krapf

2. El actor principal dentro del sistema turístico es:

- a) Los turistas.
- b) Los elementos geográficos.
- c) Los sistemas de comunicación.

3. Haciendo referencia a los subsistemas o partes de los que se compone el sistema turístico, lo que activa e impulsa los servicios básicos al sistema turístico y sea de tipo interno o externo, es:

- a) La demanda.
- b) Los atractivos.
- c) La infraestructura.

4. La OMT promueve políticas e instrumentos de turismo competitivo y sostenible:

- a) Verdadero
- b) Falso

5. Completa el espacio en blanco del siguiente enunciado: “El turismo como tal, nace en el siglo _____, como una consecuencia de la Revolución Industrial, con desplazamientos cuya intención principal es el ocio, descanso, cultura, salud, negocios o relaciones familiares”

- a) XX
- b) XVIII

c) XIX

6. Teniendo en cuenta la evolución del turismo a lo largo de la historia, ¿en qué época se comienza a hablar del boom turístico?

a) Entre 1940 y 1945

b) Entre 1920 y 1930

c) Entre 1950 y 1973

7. Los motivos por los que una persona puede viajar son diversos, pero son considerados la existencia de dos tipos de turismo como son los de ocio y los de negocios

a) Verdadero

b) Falso

8. Los tipos de turismo son:

a) Turismo natural, espacial, activo y nuclear.

b) Turismo masivo, cultural e individual, de negocios y científico.

c) Todas las anteriores son correctas.

9. Teniendo en cuenta las características psicosociales de los turistas, los que son impulsivos, extrovertidos, dinámicos, amantes de la libertad y la independencia, son los que se llaman:

a) Psicocéntricos.

b) Alocéntricos.

c) Mediocéntricos.

10. Señala los efectos del turismo:

a) Económicos

b) Culturales

c) Sociopolíticos

d) Todas son correctas

11. ¿Qué entendemos por oferta turística?

- a) Los atractivos naturales y culturales que son explotados
- b) El conjunto de bienes y servicios, de recursos e infraestructuras ordenados y estructurados de forma que estén disponibles en el mercado para ser usados o consumidos por los turistas
- c) Ninguna de las opciones anteriores es correcta

12. La oferta turística está integrada por ocho partes. El conjunto de elementos materiales o inmateriales que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico que tenga capacidad para incidir sobre el proceso de decisión del turista, es:

- a) El patrimonio turístico.
- b) El producto turístico.
- c) El atractivo turístico.

13. De los distintos componentes de la oferta turística, un componente primario es:

- a) Las empresas de restauración.
- b) Los espectáculos.
- c) Los centros de reuniones.

14. En el año 2013, una de las opciones favoritas por los turistas internacionales era visitar la zona de Asia y el Pacífico.

- a) Verdadero.
- b) Falso.

15. Actualmente, el continente que recibe unas cifras algo más bajas de turistas, es:

- a) El continente europeo.
- b) El continente asiático.

c) El continente americano.

16. El alojamiento es un componente fundamental del turismo cuyo objetivo es prestar al viajero los servicios de alojamiento y alimentación a cambio de una contraprestación económica:

- a) Verdadero
- b) Falso

17. Es el establecimiento que presta en forma permanente el servicio de alojamiento en habitaciones, con servicio sanitario compartido, común o colectivo:

- a) Hotel
- b) Motel
- c) Pensión

18. Existe un criterio estándar con el que los hoteles pueden adaptarse a cualquier país

- a) Verdadero
- b) Falso

19. Los balnearios son establecimientos dedicados al reposo y la curación, a través de la utilización de aguas termales o minerales, así como los centros de spa o talasoterapia:

- a) Verdadero
- b) Falso

20. La base de un turismo próspero es la industria hotelera eficiente, ya que unos buenos alojamientos y una excelente gastronomía satisfacen las necesidades básicas de los turistas

- a) Verdadero
- b) Falso

21. En lo referente al turismo de sol y playa en España, el primer aspecto que tiene en cuenta el turista para elegir su destino es:

- a) El clima.
- b) Los servicios próximos.
- c) La sanidad.

22. Un tipo de turismo donde la actividad típica tiene lugar en un entorno rural, ya sea en poblados pequeños (con menos de 2.000 habitantes) o en las zonas próximas a las ciudades pero alejadas de su centro urbano, es lo que se conoce como:

- a) Ecoturismo.
- b) Turismo rural.
- c) Turismo urbano.

23. Los mejores destinos en España para realizar el turismo activo son:

- a) Asturias, Cádiz, Lanzarote, Euskadi, Cuenca y Lleida.
- b) Cantabria, Huesca, Mallorca y Galicia.
- c) Todas las respuestas anteriores son correctas.

24. En España es muy conocido el turismo cultural, dando importancia a los museos españoles, los cuales se han ido transformando en lugares

donde el público puede disfrutar del contenido y del edificio en muchos sentidos.

- a) Verdadero.
- b) Falso.

25. El destino principal del turismo religioso en España es:

- a) Fiestas religiosas.
- b) Romerías anuales.
- c) La ciudad de Santiago.

26. Uno de los inconvenientes del turismo profesional en España es que es poco rentable, ya que las infraestructuras que lo acompañan son siempre de primera calidad, con buenos hoteles y plazas preferentes, por lo que no está al alcance de muchas empresas.

- a) Verdadero.
- b) Falso.

27. Las agencias de viajes que organicen viajes de negocios están especializadas en ello. Sus agentes deben ser expertos y tener gran cantidad de documentación sobre los actos y eventos que se celebran, al menos de los programados.

- a) Verdadero.
- b) Falso.

28. Uno de los turismos más antiguos que se conocen en España es:

- a) Turismo de sol y playa.
- b) Turismo religioso.
- c) Turismo de salud.

29. Un tipo de turismo que está integrado por las actividades turísticas que normalmente se proyectan por los Estados con la finalidad de hacer partícipe del uso y disfrute de las mismas a las clases sociales menos favorecidas, es:

- a) Turismo de sol y playa.
- b) Turismo religioso.
- c) Turismo social.

30. Un tipo de turismo que se refiere tanto el fenómeno estacional que suponen los visitantes que cada temporada acuden al litoral por motivos de ocio y se albergan en alojamientos privados, como el fenómeno que componen los residentes que adquieren viviendas en estas zonas, es:

- a) Turismo temático.
- b) Turismo de idiomas.
- c) Turismo residencial.

31. Lo que caracteriza a Europa es, la elevada cantidad media de costas marítimas y oceánicas debida a la presencia de abundantes penínsulas, golfos, mares interiores e islas.

- a) Verdadero.
- b) Falso.

32. Una ciudad creativa e innovadora donde se mezclan las culturas de todo el mundo, donde se recibe cantidad de turistas, es:

- a) Praga.
- b) Roma.
- c) Londres.

33. Una ciudad africana, considerada como de las más occidentales de África, y que ha recibido turistas como grandes literarios, filósofos, escritores, etc., es:

- a) Marrakech.
- b) Islas Mauricio.
- c) Tánger.

34. El 41% del turismo africano proviene de:

- a) El país europeo.
- b) El país asiático.
- c) Otros países africanos.

35. Referente al turismo americano, un destino poco deseado por los turistas, debido a las bajas temperaturas que se pueden registrar son las cataratas del Niágara en Canadá.

- a) Verdadero.
- b) Falso.

36. En Estados Unidos, los principales grupos emisores de turistas se encuentran en:

- a) El propio país.
- b) Canadá y Europa.
- c) Todas las opciones anteriores son correctas.

37. ¿Cuál es el país que ha conquistado el corazón de viajeros a lo largo del planeta, a pesar de sus altas cifras delictivas?

- a) BÉLICE.
- b) HONDURAS.
- c) EL SALVADOR.

38. El turista internacional medio tiene un nivel adquisitivo medio y medio alto, es joven, aunque en las costas y playas el nivel de edad sube, y su nivel de formación es alto.

- a) Verdadero.
- b) Falso.

39. En cuanto a la demanda del turismo del continente asiático, la mayoría de los visitantes proceden de:

- a) El propio turismo interior y de regiones próximas.
- b) Del continente oceánico.
- c) Del continente africano.

40. En el continente oceánico, una isla que es considerada como el Mundo Perdido, donde no es muy recomendable para el turismo, es:

- a) Auckland.
- b) Papúa.
- c) Tuvalu.

41. Los que venden al consumidor, como última fase. Los más populares como agencias de venta al público son:

- a) Los turoperadores.
- b) Los mayoristas.
- c) Los minoristas.

42. Un proceso de distribución turística de los productos, cuyo proceso es va de “proveedor-cliente”, es:

- a) Distribución directa.
- b) Distribución corta.
- c) Distribución larga.

43. Diseñar, organizar, comercializar y operar viajes y productos turísticos generados por la combinación de distintos servicios y ofertados por un precio global presstablecido:

- a) Asesora.
- b) Productora.
- c) Mediadora.

44. Referente a los tipos de agencias de viajes, una agencia de publicidad se puede clasificar según:

- a) La actividad que realizan o el canal de distribución.
- b) El producto o mercado.
- c) El reglamento jurídico o el tipo de viajero.
- d) Todas las opciones anteriores son correctas.

45. La estructura organiza de las agencias de viajes se pueden presentar en forma de sucursal, corresponsalía, franquicia y agrupación.

- a) Verdadero.
- b) Falso.

46. Según el Real Decreto 1/2007, de 16 de noviembre, el otorgamiento del título-licencia de Agencias de Viajes se efectuará por la Administración turística competente de acuerdo con la sede o domicilio legal de la Empresa solicitante. Pertenece:

- a) Artículo 2.
- b) Artículo 3.
- c) Artículo 4.

47. De los tipos de centrales de reserva, según la naturaleza del producto, un tipo de central es:

- a) Central de reserva corporativa.
- b) Central de consorcios.
- c) Central de reserva de un tipo de producto.

48. Una central de reserva que suele estar promovida por organismos públicos para potenciar los destinos turísticos, es:

- a) Central de reserva especializada en un tipo de producto.
- b) Central de consorcios.
- c) Central de reserva especializada en un área geográfica.

49. Un GDS es un sistema interconectado, con bases de datos enormes, a la vez que fáciles de manejar gracias a la rapidez con la que circula la información en Internet. En el sistema se incluyen hoteles, agencias de viajes, empresas de alquiler de coches, cruceros, etc.

- a) Verdadero.
- b) Falso.

50. Una de las funciones de los GDS es:

- a) Están disponibles y accesibles el 80% del tiempo.
- b) Tienen capacidad de proceso de hasta 14000 mensajes.
- c) Pueden hacer cambios de itinerario hasta el último minuto.

51. La planificación en la empresa se debe llevar a cabo teniendo en cuenta unos principios básicos. Cuando se hace referencia a que la planificación lógica abarca un período de tiempo en un futuro necesario para prever, a través de una serie de acciones, el cumplimiento de los compromisos incluidos en una decisión, se habla del principio de:

- a) Factor limitante.
- b) Compromiso.
- c) Racionalidad.

52. Teniendo en cuenta los diferentes pasos que se llevan a cabo en la planificación de la empresa, el tercer paso que se realiza es:

- a) Identificar y escoger entre cursos alternativos de acción.
- b) Puesta en marcha de los planes y evaluación de los resultados.

c) **Desarrollar** premisas considerando situaciones futuras.

53. La planificación táctica constituye una responsabilidad del nivel máximo de la administración. Este puede utilizarse para referirse al alto grado de previsión que se espera de un administrador eficaz.

a) Verdadero.

b) Falso.

54. Un elemento que no se considera importante en el plan de empresa es:

a) Los propósitos.

b) La investigación.

c) Ninguna de las opciones anteriores es correcta.

55. En los distintos pasos para la elaboración de un plan de negocio, el punto esencial que pone a prueba la viabilidad de la idea, es:

a) La estructura del entorno.

b) La estructura mecánica.

c) La estructura financiera.

56. Los planes de empresa se pueden clasificar por su duración, su función, su importancia y por su grado de certeza.

a) Verdadero.

b) Falso.

57. En el plan de empresa, una estrategia que persigue la optimización de recursos y capacidades dentro de cada área funcional, busca la creación de características distintivas y sinergias entre las áreas funcionales, es:

- a) La estrategia funcional.
- b) La estrategia competitiva.
- c) La estrategia corporativa.

58. Un elemento importante en un plan de empresa donde se hace el plan de negocios, con el fin de captar la atención al lector e invitarlo a indagar aún más en profundidad sobre algún aspecto en particular, es:

- a) La descripción del producto/servicio.
- b) El mercado potencial del proyecto.
- c) El resumen ejecutivo.

59. Un departamento de la agencia de viajes a través del cual se gestionan los créditos de la empresa, es:

- a) El departamento de ventas.
- b) El departamento de administración y finanzas.
- c) El departamento de marketing.

60. Los diferentes niveles de responsabilidad que puede haber en la empresa son: el director general, el director de área, el director sucursal, el jefe de agencia, los técnicos y los auxiliares.

- a) Verdadero.
- b) Falso.

61. En el ámbito de la contabilidad, ante un mismo dato cualquier usuario debe interpretar lo mismo. Esto quiere decir que la contabilidad es:

- a) Creíble.
- b) Clara y asequible.
- c) Objetiva.

62. La información contable se elabora siguiendo un método específico, que recoge, clasifica y sintetiza los acontecimientos que pueden resultar importantes para sus usuarios. Las consecuencias de estos hechos, generalmente, se expresarán en unidades monetarias.

- a) Verdadero.
- b) Falso.

63. De los diferentes libros contables que existen en la empresa, un libro obligatorio es:

- a) Libro de entradas y salidas del almacén.
- b) Libro de banco.
- c) Cuentas anuales.

64. Un libro contable de la empresa que es considerado como auxiliar, es:

- a) Libro diario.
- b) Libro de vencimientos.
- c) Libro de inventarios.

65. Teniendo en cuenta los componentes del patrimonio en empresas, los bienes destinados a servir a la empresa de forma duradera, durante más de un año, son:

- a) Activo corriente.
- b) Activo patrimonial.

c) Activo no corriente o inmovilizado.

66. Los ingresos son el decremento en el patrimonio neto de la empresa durante el ejercicio, siempre que no tengan su origen en distribuciones, monetarias o no, a los socios o propietarios de la misma. Los gastos son los incrementos en el patrimonio neto de la empresa durante el ejercicio.

- a) Verdadero.
- b) Falso.

67. Cuando se habla de adoptar un criterio en la aplicación de los principios contables dentro de las alternativas que deberá mantenerse a lo largo del tiempo y aplicarse a todos los elementos patrimoniales que tengas las mismas características, siempre y cuando no se alteren los supuestos que motivaron la elección de ese criterio, se trata de:

- a) Principio de prudencia.
- b) Principio de uniformidad.
- c) Principio de devengo.

68. En el plan contable de empresa, las normas de elaboración de las cuentas anuales y los modelos de documentos que conforman las mismas, incluido el contenido de memoria, se incluye en:

- a) La primera parte.
- b) La segunda parte.
- c) La tercera parte.

69. En la empresa, un impuesto que está regulado en el código financiero del Distrito Federal y por las diferentes entidades federativas, haciendo

referencia a las prestaciones en dinero que paguen las personas físicas o morales por los empleados, es:

- a) El impuesto activo.
- b) El impuesto especial sobre producción y servicios.
- c) El impuesto sobre nóminas.

70. En el ámbito de la contabilidad, amortizar significa considerar que un determinado elemento del activo fijo empresarial ha perdido, por el paso del tiempo, parte de su valor.

- a) Verdadero.
- b) Falso.

71. En el banco de España, la persona encargada de ostentar la representación legal del banco a todos los efectos y ante los Tribunales de Justicia, es:

- a) El Gobernador.
- b) El subgobernador.
- c) La comisión ejecutiva.

72. Una entidad financiera que ejerce como autoridad monetaria y son las encargadas de la emisión de dinero legal y de diseñar y ejecutar la política monetaria del país, es:

- a) El banco corporativo.
- b) El banco de tesorería.
- c) El banco central.

73. Unas entidades financieras cuyo objeto principal consiste en facilitar el acceso al crédito de pequeñas y medianas empresas y mejorar sus condiciones de financiación a través de la prestación de avales ante

bancos, cajas de ahorro, cooperativas de crédito, Administraciones Públicas y clientes y proveedores, son:

- a) Sociedades de tasación.
- b) Sociedades dominantes de entidades de crédito.
- c) Sociedades de garantía Recíproca y reafianzamiento

74. El Plan General de Contabilidad considera que las diferencias en moneda extranjera que surjan en tesorería tienen carácter financiero, y se recogen en la cuenta 668 o en la 768.

- a) Verdadero.
- b) Falso.

75. El proceso contable de un ejercicio económico de una agencia de viajes, hay que destacar que se pueden ver todas las operaciones registradas a lo largo del ejercicio económico, comenzando por el asiento de apertura y finalizando por el cierre de la contabilidad. Por ello, se deben de tener formalizar documentos como:

- a) Las facturas del IVA emitido.
- b) El recibo para el cambio de divisas, para el cual no existe un modelo oficial de recibo.
- c) Todas las opciones anteriores son correctas.

76. Respecto a las facturas que se llevan a cabo en las agencias de viajes, una factura que se emite hacia un mismo destino en reiteradas ocasiones, se considera:

- a) Factura rectificativa.
- b) Factura recapitulativa.
- c) Factura a plaza

77. Para tener el control completo del dinero, es importante que éste control esté acompañado de otro registro que se llama, presupuesto total, es decir, el registro de los compromisos que se deben de cubrir por el lado del gasto, ya sea en el mismo periodo o en algún periodo distinto al resultado del flujo a un periodo específico, y por el lado del ingreso, la meta que se tiene que alcanzar para cubrir la totalidad de los gastos de la empresa, para después de ello, obtener la tan ansiada ganancia.

- a) Verdadero.
- b) Falso.

78. Un papel que envía el banco periódicamente al titular o titulares de cuentas corrientes, donde se recogen las operaciones (movimientos) que se han realizado y el saldo que se tiene, es:

- a) Una factura.
- b) Una conciliación bancaria.
- c) Un extracto bancario.

79. El control de la documentación contable está basado en el estudio y la supervisión de los libros y documentos de la empresa. Su objetivo es tener la seguridad de que las cifras que en ellos aparecen son exactas y que refleja fielmente la situación de la empresa. Además, debe de recoger toda clase de informes posibles de formular una crítica del pasado y proponer para el futuro las modificaciones que sean necesarias, en cualquiera de las funciones de la empresa.

- a) Verdadero.
- b) Falso.

80. La empresa necesita recursos financieros con lo que poder financiar las inversiones necesarias. Estas fuentes de financiación se pueden agrupar en:

- a) Recursos propios.
- b) Recursos ajenos a medio, largo plazo y corto plazo.
- c) Todas las opciones anteriores son correctas.

81. El medio de pago de los servicios de la agencia es importante, puesto que de ello depende la estabilidad financiera y el flujo de caja. No obstante, las agencias muestran una gran flexibilidad ante sus clientes y les permiten, por lo general, elegir el medio de pago.

- a) Verdadero.
- b) Falso.

82. Los requisitos de una letra de cambio para pagar al contado son:

- a) La denominación, la orden de pagar y los datos personales del que debe pagar.
- b) La fecha de vencimiento y el lugar donde el pago debe efectuarse.
- c) Todas las opciones anteriores son correctas.

83. En referencia a los cheques, cuando sólo la persona o empresa cuyo nombre figura en el cheque lo podrá cobrar, se trata de un cheque:

- a) Al portador.
- b) Cruzado.
- c) Nominativo.

84. En las tarjetas de crédito, cuando el banco calcula cada mes, con relación a la deuda, para determinar el monto mínimo que se debe cancelar de crédito, se refiere a:

- a) Los intereses.
- b) Los beneficios adicionales.
- c) La cuota o pago mínimo.

85. El funcionamiento de una póliza de crédito es similar al de una cuenta corriente.

- a) Verdadero.
- b) Falso.

86. La entidad de factoring realiza un análisis del volumen medio de ventas del cliente, los sistemas de cobro establecidos y la solvencia de cada uno de los clientes. Mediante este análisis la entidad hace propuesta de los clientes de los que está dispuesta a comprar las facturas y por qué precio.

- a) Verdadero.
- b) Falso.

87. La póliza de crédito consiste en el anticipo, por parte de una entidad financiera, del nominal de los efectos comerciales. La entidad financiera anticipará el importe del efecto a cambio de unos gastos e intereses.

- a) Verdadero.
- b) Falso.

88. El leasing hace referencia a:

- a) El pago al contado.
- b) La financiación interna.
- c) La financiación mediante el cual la empresa incorpora algún elemento de activo fijo a cambio de una cuota de arrendamiento.

89. En cuanto a la devolución por los servicios no prestados, hay que destacar que un incumplimiento de un contrato lleva siempre consigo una penalización, que normalmente se desestimaría si la parte infractora realiza un desembolso hacia la parte dañada.

- a) Verdadero.
- b) Falso.

90. En cuanto a los procedimientos ante impagos, hay que destacar que el reconocimiento contable de las insolvencias puede realizarse a después, o bien antes dotando una provisión que cubra el riesgo de insolvencia de las cuentas que se van a cobrar. La dotación a las provisiones supone una corrección de los ingresos de la empresa y repercutirá en el resultado del ejercicio.

- a) Verdadero.
- b) Falso.

91. Según los materiales de gestión de la empresa, los impresos técnicos se encuentran clasificados en:

- a) Materiales de gestión interna.
- b) Materiales de gestión externa.
- c) Materiales de gestión transversal.

92. Contenidos como los datos personales, el producto solicitado, el número de fax, los datos especiales, etc., son incluidos en un el material de gestión:

- a) Impresos contables.
- b) Expediente de servicios.
- c) Hoja de reserva.

93. El material de gestión interna hace referencia al material de carácter informativo y comunicativo, donde la agencia ha de poner especial cuidado en su diseño, ya que va a transmitir su imagen de empresa. Estos documentos especifican los servicios solicitados y las condiciones de contratación.

- a) Verdadero.
- b) Falso.

94. Un bono que va a cubrir todos los servicios que realiza el cliente dentro de un establecimiento hotelero, y además, cualquier gasto que se realice dentro de éste será cubierto por la agencia de viajes que emite el bono, es considerado:

- a) Un bono de depósito.
- b) Un bono de servicios.
- c) Un bono full-crédit.

95. En los diferentes tipos de reservas de alojamiento, la que tiene como ventaja de contar siempre con el asesoramiento del agente de viajes que atiende al cliente, es:

- a) Reserva directa con el alojamiento.
- b) Reserva efectuada a través de una central de reservas.
- c) Reserva efectuada a través de una agencia receptiva.

96. El sistema estándar BSP, tiene por objeto la simplificación de la venta de:

- a) Transporte marítimo.
- b) Transporte aéreo.
- c) Transporte por ferrocarril.

97. Para la administración del transporte marítimo, se debe de tener en cuenta que las agencias de viajes, reservan servicios de línea regular generalmente por vía telefónica con la compañía naviera y no emiten los billetes de pasaje, sino que entregan al cliente un bono de servicios en el que se detalla su reserva y las condiciones de la misma.

- a) Verdadero.
- b) Falso.

98. Hay, sobre todo, dos tipos de documentos imprescindibles para la gestión documental de una empresa:

- a) La documentación de control y la documentación interna.
- b) Los documentos contables y la documentación externa.

c) La documentación de control y los documentos contables.

99. El documento de correspondencia más importante en una agencia de viajes es la carta comercial

a) Verdadero.

b) Falso.

100. Los documentos más utilizados habitualmente dentro de la agencia de viajes son los documentos para la recepción:

a) Verdadero.

b) Falso.

101. El número de pasos en el proceso de selección y su secuencia, varía no sólo con la organización sino con el tipo y nivel del puesto que deba ocuparse, con el costo de administrar la función particular en cada paso y con la efectividad del paso al eliminar a los candidatos no calificados.

a) Verdadero.

b) Falso.

102. En las diferentes fases del proceso de selección de personal, la fase que sigue a la preselección es:

a) Selección.

b) Entrevistas.

c) Realización de pruebas.

103. En la selección de personal por el reclutamiento, el que tiene mayor índice de validez y de seguridad, es:

- a) El reclutamiento externo.
- b) El reclutamiento interno.
- c) Reclutamiento mixto.

104. En las empresas pueden utilizar también el reclutamiento mixto, es decir, el que abarca tanto fuentes internas como externas de los recursos humanos, y que están basados en las ventajas y desventajas de los dos tipos de reclutamiento. Ya que si no encuentra los resultados deseables en cualquiera de los tipos de reclutamiento, puede tomar algunos puntos de algunos de los dos, porque lo que se necesita es un personal capacitado a corto plazo y necesita encontrarlo ya sea interna o externamente.

- a) Verdadero.
- b) Falso.

105. La negociación entre empresas, grupos o individuos normalmente ocurre porque no tienen algo en común, y es necesario negociar para obtenerlo. Por tanto, es un proceso que incluye una parte, con intereses diferentes, pero a su vez en conflicto.

- a) Verdadero.
- b) Falso.

106. Un tipo de negociación que puede clasificarse en horizontal, cuando las partes se encuentran en un mismo nivel de escala

jerárquica, y vertical, cuando las partes se encuentran vinculados a través de una relación de subordinación directa, es:

- a) Según las personas involucradas.
- b) Según la participación de los interesados.
- c) Según el status relativo de los negociadores.

107. El proceso de negociación se lleva a cabo a través de tres etapas, que se suceden de la siguiente manera:

- a) Negociación, planificación y análisis.
- b) Análisis, planificación y negociación.
- c) Planificación, negociación y análisis.

108. Frente a la presencia de un conflicto, se pueden gestionar a través de tres formas. El procedimiento de solución pacífica de conflictos laborales, individuales o colectivos, que supone la intervención de un tercero, denominado árbitro, a quien se somete la decisión, hace referencia a:

- a) Negociación colectiva.
- b) Figura de mediador.
- c) Arbitraje.

109. La dirección empresarial es la actividad destinada al liderazgo, la conducción y el control de los esfuerzos de un grupo de individuos, que forman la empresa, hacia determinados objetivos comunes. Para definir y estructurar correctamente el trabajo de un directivo se deben tener

claras sus funciones y atribuciones, éstas puede ser divididas en varios aspectos.

- a) Verdadero.
- b) Falso.

110. La motivación de los empleados de una empresa es de gran importancia para la misma, ya que:

- a) El motivador se convierte en una persona significativa y digna de confianza.
- b) Aumenta la capacidad para influir en el cambio y reducir las resistencias al cambio.
- c) Todas las opciones anteriores son correctas.

111. Referente a la venta de alojamiento, el que debe mantener reservadas las habitaciones reservadas y los que deben respetar los plazos de confirmación de la venta son:

- a) Solamente la Agencia de viajes.
- b) Hotel y agencia de viajes respectivamente.
- c) Solamente el hotel

112. Las agencias de viajes deben recurrir con frecuencia a medios electrónicos e impresos para buscar y seleccionar los hoteles. De los materiales impresos, el que recopila y publica información sobre hoteles, barcos de cruceros y otras instalaciones, es:

- a) World Travel Guide.
- b) OAG Travel Guide.

c) STAR Sloane Travel Agency Reports.

113. Una central de reserva de alojamiento que posee una gran cantidad de hoteles en todo el mundo por lo que ofrece a la agencia muchas posibilidades, es:

- a) Central de reserva independiente.
- b) Central de reserva de cadenas hoteleras.
- c) Central de reservas directas.

114. Si el cliente contrata el hotel de manera independiente, es decir, sólo el alojamiento, mantiene el precio de venta al público que este tenga anunciado, salvo que la agencia sea muy grande y tenga algún tipo de negociación especial, como por ejemplo, cuando la agencia pertenece a un grupo importante de agencias de viajes.

- a) Verdadero.
- b) Falso.

115. Un tipo de tarifa de alojamiento que publica el establecimiento, y puede variar según si es temporada alta, baja o fines de semana, es:

- a) Tarifa corporativa.
- b) Tarifa rack.
- c) Tarifa económica.

116. Referente a los bonos de alojamiento, el que sólo acredita al cliente como que se ha efectuado una reserva a su nombre, pero la cuenta debe abonarla él, es:

- a) Todo incluido.
- b) Depósito.
- c) Reserva.

117. En las terminologías que se refieren a los bonos para el alojamiento, la que indica una habitación doble pero de uso individual, es:

- a) DBL.
- b) TWN.
- c) DUS.
- d) SGL.

118. Las centrales de reserva pertenecen en muchos casos a cadenas empresariales, cadenas de transportes, cadenas hoteleras, etc., siendo en una menor proporción las que actúan de manera independiente en el sector.

- a) Verdadero.
- b) Falso.

119. Cuando un billete de avión es canjeado por los pasajeros por las tarjetas de embarque, que darán acceso al avión y tendrán asignados los asientos, se lleva a cabo un proceso denominado:

- a) Canjeabilidad.

b) Embarque.

c) Billetaje.

120. Algunos de los requerimientos básicos para las líneas de transporte por carretera, son:

a) Los permisos de circulación según la normativa de cada país.

b) Los permisos de conducción de chóferes.

c) La hoja de ruta.

d) Todas las respuestas anteriores son correctas.

121. Una de las ventajas del comercio electrónico es:

a) Menor inversión en la puesta en marcha.

b) Dependencia de internet.

c) La comunicación.

122. La única desventaja de una agencia de viajes virtual es la falta de la presencia física, el asesoramiento y la sensación del tratamiento personal. Si hay una pregunta o problemas, no hay ni una oficina a donde ir para solucionarlo personalmente. La única cosa que hay es un número de teléfono.

a) Verdadero.

b) Falso.

123. En el funcionamiento de la agencia de viajes virtual, el cliente puede realizar lo siguiente:

- a) Entrar directamente en la web del proveedor.
- b) Entrar en la página web de una agencia virtual.
- c) Todas las opciones anteriores son correctas.

124. Referente a los modelos de e-business, el que hace referencia a la automatización de la cadena de suministro y a la relación comercial entre empresas mediante medios electrónicos, es:

- a) El B2C.
- b) El B2B.
- c) El B2A.

125. Existen diferentes navegadores por los que navegar por internet. Un navegador web y suite e internet creado por la empresa noruega Opera Software, capaz de realizar múltiples tareas como navegar por sitios web, gestionar correo electrónico, contactos, fuentes web, charlar vía IRC y funcionar como cliente BitTorrent, es:

- a) Firefox.
- b) Window Internet Explorer.
- c) Opera.

126. Un programa informático que procesa una aplicación del lado del servidor realizando conexiones bidireccionales y/o unidireccionales y síncronas o asíncronas con el cliente generando o cediendo una

respuesta en cualquier lenguaje o Aplicación del lado del cliente, es lo que se conoce como:

- a) Correo electrónico.
- b) Lista de distribución.
- c) Servidor web.

127. El mercado real para una agencia de viajes o cualquier otro operador turístico, estaría definido por todos aquellos internautas que están contratando los productos o servicios de esa empresa y más concretamente a través de un determinado portal o página web.

- a) Verdadero.
- b) Falso.

128. Las distintas gestiones online en la empresa de las reclamaciones son:

- a) Que la reclamación se origine por un problema en un proceso de compra-venta tradicional y que el usuario decida utilizar el servicio de atención al cliente que se ofrece a través de internet.
- b) Que la reclamación se produzca por un problema o conflicto surgido en el propio proceso de compra-venta online.
- c) La opción a y b son las correctas.

129. Algunas de las claves para la distribución online son:

- a) La movilidad y la OTA.
- b) Los metabuscadores y social media.

c) Todas las opciones anteriores son correctas.

130. Uno de los beneficios de la venta por la web es ofrecer mejores tarifas en la Página Web que las que ofrecen los canales de distribución: 'Aquí se encuentra el mejor precio garantizado'.

a) Verdadero.

b) Falso.

131. En los GDS, existe un sistema informatizado de reservas que tiene la función de almacenar y recuperar la información cuando sea necesario, para llevar a cabo transacciones relacionadas con los viajes. Este sistema de reserva se conoce como:

a) CSR.

b) RSC.

c) CRS.

132. Algunas de las ventajas de los Sistemas Globales de Distribución (GDS) son:

a) Tienen acceso a millones de combinaciones de tarifas.

b) Permiten a los clientes comparar precios y disponibilidad.

c) Todas las opciones anteriores son correctas.

133. Los sistemas globales de distribución consisten básicamente en generar y mantener actualizada una gran base de datos con la información de todos y cada uno de los proveedores asociados, que

ellos mismos proporcionan mediante un sistema de interconexión al mismo tiempo que pueden consultar, reservar y emitir el billete necesario, sin necesidad de tener que acceder a otros medios de confirmación.

- a) Verdadero.
- b) Falso.

134. Los GDS llevan a cabo diferentes funciones. La función consistente en emitir billetes de compañías aéreas y otros proveedores, o documentos afines son, es una función perteneciente a:

- a) Las funciones complementarias.
- b) Las funciones de ayuda a la gestión.
- c) Las funciones esenciales.

135. El sistema de distribución turística líder en el mercado mundial tanto para proveedores como por las agencias en las que está instalada, es:

- a) Amadeus.
- b) Sabre.
- c) Galileo.

136. Un sistema GDS de reservas fundado en 1987 por las siguientes compañías aéreas: Alitalia (Italia), British Airways (Gran Bretaña), Swissair (Suiza), KLM (Holanda) y Covia, filial de la United Airways, es:

- a) Amadeus.

- b) Sabre.
- c) Galileo.

137. El objetivo principal del front office es aumentar el trabajo de los vendedores, realizando un registro automático de todos los datos de la venta y los trasladan a los programas back office o de gestión interna que editan todo tipo de documentos internos y externos.

- a) Verdadero.
- b) Falso.

138. De las distintas personas que pueden utilizar el front office, se destacan:

- a) Todo el personal de ventas.
- b) El personal comercial de las agencias de viajes.
- c) Todas las opciones anteriores son correctas.

139. Referente a la documentación utilizada en agencias, el documento que registra la petición del cliente y que suele cumplimentarse cuando la petición es firme, no cuando el cliente pide información o realiza alguna consulta, es lo que se conoce como:

- a) Expediente de servicio o venta.
- b) Hoja de cotización de viaje.
- c) Ficha del cliente individual.

140. Un documento que sirve para elaborar una base de datos propia de la agencia, y que cada cliente es un registro al que se le da una serie de campos, determinados en función de la utilidad que se le va a dar a la base de datos, es lo que se conoce como:

- a) Expediente de servicio o venta.
- b) Hoja de cotización de viaje.
- c) Ficha del cliente individual.

141. Amadeus es un sistema global de distribución, que fue fundado en el año 1986, y plenamente operativa desde el año 1990.

- a) Verdadero.
- b) Falso.

142. Aunque la sede central de Amadeus se encuentra en Madrid, también cuenta con oficinas regionales en ciudades como:

- a) Nueva York, Sidney y Bangkok.
- b) Buenos Aires, Ottawa y Berlín.
- c) Miami, Bangkok y Buenos Aires.

143. En 1998 Amadeus fue certificada con la norma ISO 9002, convirtiéndose en el primer sistema de distribución global (GDS), acreedor de este reconocimiento por la excelencia de sus prácticas de gestión de calidad de productos y de entrega de servicios.

- a) Verdadero.
- b) Falso.

144. Las soluciones de Amadeus se agrupan bajo cuatro categorías tecnológicas independientes. Las que permiten la adición y provisión de amplios contenidos y el medio para optimizar su distribución a través de una amplia red de puntos de venta, son:

- a) Contenidos y distribución.
- b) Ventas y comercio electrónico.
- c) Gestión de negocio.

145. Una categoría de Amadeus relacionada con las soluciones tecnológicas, hace referencia a que los clientes pueden ampliar todo el valor de sus procesos de negocio e inversiones en TI. Se refiere a:

- a) Contenidos y distribución.
- b) Ventas y comercio electrónico.
- c) Servicios de consultoría.

146. Amadeus ofrece, a las agencias y demás usuarios un paquete informático integrado, entre otros, con los siguientes servicios:

- a) Aéreo, hoteles, alquiler de coches.
- b) Tren, ferry, tour.
- c) Todas las opciones anteriores son correctas.

147. Uno de los objetivos que se pretende conseguir con el uso del sistema Amadeus es aprender a acceder y a navegar en Amadeus Selling Platform.

- a) Verdadero.

b) Falso.

148. En el sistema Amadeus, los botones de acceso a las diferentes áreas de trabajo están situados:

a) En la parte superior de la pantalla.

b) En la parte derecha de la pantalla.

c) En la parte inferior de la pantalla.

149. En Amadeus, los campos obligatorios aparecen coloreados en blanco, los opcionales en gris y los campos inactivos en amarillo. Moviendo el ratón sobre el campo deseado se puede ver la información sobre el mismo.

a) Verdadero.

b) Falso.

150. Como no toda la funcionalidad de Amadeus está disponible en modo gráfico, se puede acceder a la página de comandos para utilizar las entradas cripticas. En la página de comandos, las pantallas permiten trabajar con scripts, o con *smart keys* públicas, de oficina o personales.

a) Verdadero.

b) Falso.

151. Un tipo de marketing que parte de las características como intangibilidad, inseparabilidad, percibilidad y heterogeneidad, es:

a) Marketing general.

- b) Marketing grupal.
- c) Marketing de servicios.

152. El marco necesario para desarrollar estrategias en servicios es:

- a) Conocer al cliente y construir el modelo de servicio.
- b) Gestionar la interrelación con el cliente.
- c) Todas las opciones anteriores son correctas.

153. En el marketing mix, el conjunto de tareas o actividades necesarias para trasladar el producto acabado hasta los diferentes puntos de venta, es:

- a) El producto.
- b) El precio.
- c) La distribución.

154. Las organizaciones del marketing mix adoptan diferentes estrategias. Una tipo de estrategia que es más propia de las empresas proveedoras que de las distribuidoras, es:

- a) Estrategias de especialización.
- b) Estrategias de diferenciación.
- c) Estrategias de precios bajos.

155. La política de precios no se encuentra orientada a las necesidades del mercado ni al segmento concreto de éste al que cada empresa se dirige, sino que las compañías aéreas de low cost se

orientan a un tipo de público al que le gusta viajar, lo hace con frecuencia, pero no tiene mucho presupuesto para ello.

- a) Verdadero.
- b) Falso.

156. El marketing indirecto consiste en el envío de comunicaciones individualizadas dirigidas a un público previamente seleccionado en función de determinadas variables y con el que se busca tener una relación continuada.

- a) Verdadero.
- b) Falso.

157. La fiebre de los cupones, iniciada en Estados Unidos, se ha asentado en España como un nuevo modelo de conseguir la armonía entre los intereses de los clientes y las empresas. Unos buscan el máximo ahorro mientras que los otros quieren llenar sus locales para evitar el cierre. Es lo que se conoce como:

- a) Couponing.
- b) Buzoneo.
- c) Emailing.

158. Referente a la división del mercado, una característica que trata sobre el segmento seleccionado que debe ajustarse a la capacidad con que cuenta la empresa, es:

- a) Accesibilidad.

- b) Sustanciabilidad.
- c) Mesurabilidad.

159. El plan de marketing se puede definir como la elaboración de un documento escrito que está compuesto por la descripción de la situación actual, el análisis de dicha situación, el establecimiento de objetivos de marketing, la definición de estrategias de marketing y los programas de acción.

- a) Verdadero.
- b) Falso.

160. El plan de marketing se lleva a cabo a través de diversas etapas. Un análisis que se utiliza para buscar las razones que expliquen los buenos o malos resultados en los objetivos marcados, y no las excusas y justificaciones, es:

- a) Histórico.
- b) De mercado.
- c) Causal.

161. Haciendo referencia al enfoque integrador de la calidad, la perspectiva que pone la eficacia ante la eficiencia es:

- a) La perspectiva interna.
- b) La perspectiva externa.
- c) La perspectiva global.

162. Para que la calidad total se logre a plenitud, es necesario que se rescaten los valores morales básicos de la sociedad y es aquí, donde el empresario juega un papel fundamental, empezando por la educación previa de sus trabajadores para conseguir una población laboral más predispuesta.

- a) Verdadero.
- b) Falso.

163. Algunos de los fundamentos de la calidad total son:

- a) El objetivo básico es la competitividad.
- b) El trabajo en equipo es fundamental para la mejora permanente.
- c) Todas las opciones anteriores son correctas.

164. Una ley que es de obligado cumplimiento para todas las entidades públicas o privadas, que posean datos de carácter personal, independientemente de su tamaño, actividad o cantidad de datos que manejen, es:

- a) ISO 9001.
- b) EFQM.
- c) Ley de protección de datos.

165. Los requisitos generales que detalla la norma de reingeniería de procesos dedicados a definir la documentación mínima necesaria se centran en definir todas las actividades de un modelo claro en documentos, trasladados los resultados de las mediciones y control a otros documentos llamados registros de calidad, formando así una

estructura documental que permite realizar un seguimiento de todas las tareas, sus resultados y permite establecer bases para la mejora futura, dado que la organización está enfocada a un sistema de mejora continua.

- a) Verdadero.
- b) Falso.

166. Haciendo referencia a los costos de la calidad, las especificaciones de materiales, procesos, productos/servicios terminados, son:

- a) Requerimientos de producto.
- b) Planificación de la calidad.
- c) Aseguramiento de la calidad.

167. En la operación con los círculos de calidad, la etapa que se realiza a nivel gerencial, al ser éstos quienes escuchan las propuestas de los círculos de calidad, las evalúan y deciden si pueden ser puesta en práctica o no, es:

- a) La primera etapa.
- b) La segunda etapa.
- c) La tercera etapa.

168. La herramienta de análisis de la calidad más utilizada es:

- a) La plantilla de inspección.
- b) El gráfico de control.

c) El diagrama causa-efecto.

169. Los diagramas preparados donde se van registrando valores sucesivos de la característica de calidad que se está estudiando, se denominan:

a) Gráficos de pareto.

b) Diagrama de dispersión.

c) Gráficos de control.

170. El gerente o directivo de una agencia de viajes, ha de ser consciente de su función de calidad y de integración con el viajero, ya que la tarea de calidad y de administrador lo responsabiliza para poder conseguir el objetivo.

a) Verdadero.

b) Falso.

171. La gestión de la calidad trae como consecuencia una disminución de la productividad y de la rentabilidad, consiguiendo así un buen ambiente de trabajo y mejores resultados.

a) Verdadero.

b) Falso.

172. Al implantar la gestión de la calidad, se originan determinados costes en el inicio, que son:

a) Costes de prevención.

b) Costes por la incorporación de nuevos servicios.

c) Todas las opciones anteriores son correctas.

173. Un aspecto importante del planteamiento de estrategias en las organizaciones, sea cual sea su naturaleza, es el modelo de gestión bajo el cual se funcionará.

- a) Verdadero.
- b) Falso.

174. Una estructura que se centra en las necesidades propias de la empresa y no en las del cliente, lo cual lleva a “perder” por el camino una gran cantidad de recursos en actividades que no aportan valor, es decir, se camina hacia la ineficacia, incrementando considerablemente la burocracia, lo cual multiplica las tareas a realizar, es:

- a) La estructura tradicional.
- b) La estructura funcional y piramidal
- c) Todas las opciones anteriores son correctas.

175. La política de Calidad y objetivos de Calidad en el entorno ISO es la intención manifiesta de la Alta Dirección de una empresa de orientar la organización y gestión de la misma según un sistema de Gestión que busca la mejora continua enfocado a la satisfacción de los clientes, de la propia organización y de terceros implicados.

- a) Verdadero.
- b) Falso.

176. Las directrices para la gestión de la calidad en cuanto a política de calidad se refieren, indican que:

- a) Los objetivos no se derivan habitualmente de la política de calidad.
- b) La declaración de la política y los objetivos de la calidad no va incluida en el manual de calidad.

- c) La política de calidad y sus objetivos deben de estar documentados.

177. De las partes fundamentales recomendadas para redactar una política de calidad, las líneas de actuación que la organización ha puesto en marcha para conseguir la calidad, hace referencia a:

- a) La primera parte.
- b) La segunda parte.
- c) La tercera parte.

178. Las auditorías de calidad ofrecen a las organizaciones confianza sobre la eficacia de su sistema de gestión de la calidad y su capacidad para cumplir los requisitos del cliente. Igualmente, las organizaciones pueden acceder a la obtención de certificados de gestión de la calidad a través de un proceso de auditoría de calidad que lleva a cabo una entidad certificadora.

- a) Verdadero.
- b) Falso.

179. La auditoría que tiene una labor de despacho, que determina si el Sistema de Calidad documentado mediante el Manual de Calidad, sus procedimientos asociados, instrucciones de trabajo y registros, cumplen adecuadamente con los requisitos de una Norma, es:

- a) Auditoría externa.
- b) Auditoría por tercera parte.
- c) Auditoria de adecuación.

180. La dirección no es la única responsable de identificar todos aquellos recursos que sean necesarios para garantizar la prestación de servicios de acuerdo con la oferta presentada.

- a) Verdadero.
- b) Falso.

181. La atención al cliente es el nexo de unión de tres conceptos principales: el servicio al cliente, la calidad en el servicio y la calidad en el cliente.

- a) Verdadero.
- b) Falso.

182. Uno de los aspectos principales de la comunicación verbal es:

- a) El contacto visual.
- b) Los gestos faciales.
- c) El tono de la voz.

183. Uno de los elementos que facilitan la escucha activa, es:

- a) Interrumpir al que habla.
- b) No ofrecer ayuda o soluciones.
- c) Expresar al otro que se le escucha con comunicación verbal.

184. Uno de los aspectos que mejoran la comunicación es al criticar a la otra persona, no hablar de lo que se hace, sino de lo que es.

- a) Verdadero.
- b) Falso.

185. En cuanto a la comunicación y la atención al cliente, el agente debe de establecer una serie de relaciones con el cliente, manteniendo el objetivo de que éste se sienta satisfecho:

- a) Con la compra efectuada.
- b) Con la atención y el trato recibido.
- c) Con la compra efectuada y con la atención y el trato recibido.

186. Las tácticas para poder llevar a cabo una óptima comunicación agente-cliente, son:

- a) Utilizar el método de comunicación apropiado, proporcionar comunicación y soporte proactivos y escuchar activamente.
- b) Agradecer y reconocer a los clientes y comunicar los beneficios y utilizar las redes sociales y mantener informados a los clientes.
- c) Todas las opciones anteriores son correctas.

187. En contextos de venta, la mayor parte de los problemas de comunicación se deben, a diferencias personales y sociales a la hora de tener en cuenta los diversos puntos de vista de partida, necesidades, intereses motivaciones, y expectativas de vendedores y clientes.

- a) Verdadero.
- b) Falso.

188. El feedback es de gran importancia en las ventas ya que consiste en dar y recibir. De los diferentes tipos que existen, cuando se pacta con el cliente el momento en que se dará el feedback después de un tiempo de reflexión, es:

- a) Indirecto.
- b) Formal.
- c) Individual.

189. Cuando existen conflictos con los clientes, uno de los pasos a tener en cuenta para afrontar todo tipo de situaciones, es:

- a) No escuchar lo que dice.
- b) Dejar la discusión para otro día, cuando las cosas se calmen.
- c) No caer en juegos emocionales.

190. De los diferentes tipos de clientes, el que necesita una atención preferente es:

- a) El cliente minucioso.
- b) El cliente sabelotodo.
- c) El cliente polémico

191. Grandes instalaciones que pueden contar con varios hoteles, instalaciones deportivas y para relajarse, infantiles, todo tipo de servicios, es lo que se conoce como:

- a) Ciudades de vacaciones.
- b) Camping.
- c) Moteles.

192. Un tipo de reserva cuyo nombre es “back to back”, y que se puede llevar a cabo en las agencias de viajes, es:

- a) Una reserva para grupos.
- b) Una reserva individual.
- c) Una reserva por cupos.

193. Empresas intermediarias en el sector turístico, que proporcionan al cliente final paquetes cerrados de viajes que incluyen medios de transporte, alojamientos, traslados, tours, todo completo, es lo que se conoce como:

- a) Agencias de viajes.

- b) Agencias de viajes online.
- c) Tour operadores.

194. Referente a los proveedores de alojamiento, un grupo hotelero que mediante sistemas de franquicias tiene repartidos más de 400 hoteles en el mundo a los que presta apoyo mediante un desarrollado sistema de reservas, es:

- a) Accor.
- b) Hilton.
- c) Abba.

195. Un tipo de habitación de tamaño normal, pero amplia, que ofrece el máximo nivel de confort, bien ubicada, con buenas vistas, excelente decoración y con camas de tamaño más grande de lo normal. Abundantes artículos de cortesía, es:

- a) Estándar.
- b) Básica.
- c) De lujo.

196. La modalidad de estancia se mide por días aunque referidas siempre al número de pernoctaciones y se considera finalizada la estancia a las 12 horas del día siguiente.

- a) Verdadero.
- b) Falso.

197. Algunos establecimientos hoteleros deben reservar un alojamiento por cada cincuenta plazas para uso de personas con movilidad reducida.

- a) Verdadero.

b) Falso.

198. Avis, es una compañía especializada en:

- a) Reserva de hoteles.
- b) Alquiler de automóviles.
- c) Reserva de billetes de avión.

199. Algunas de las características principales del transporte por ferrocarril son:

- a) Capacidad de carga.
- b) Flexibilidad y económico
- c) Todas las opciones anteriores son correctas.

200. En lo referente al transporte acuático, un puerto que tiene la finalidad de realizar el trasbordo de mercancías del barco al sistema de transporte y viceversa, es:

- a) Puerto deportivo.
- b) Puerto comercial.
- c) Puerto pesquero.

201. Un tipo de viaje que incluye transporte de ida y vuelta y el alojamiento un número determinado de días, es considerado como:

- a) Paquete modular.
- b) Programa dinámico.
- c) For fait.

202. Si antes del inicio del viaje, el Organizador se ve obligado a modificar de forma significativa alguno de los elementos esenciales del contrato, incluido el precio, debe comunicarlo al turista inmediatamente.

- a) Verdadero.

b) Falso.

203. En la actualidad, los viajes combinados, aunque han experimentado un descenso en Europa, todavía constituyen:

a) Un 20%.

b) Un 30%.

c) Un 40%.

204. En materia de transporte, un transporte discrecional (ya sea por tierra, mar o aire), es el que se lleva a cabo sin sujeción a itinerario, calendario ni horario preestablecido. El transporte discrecional se diferencia del transporte regular en que éste sí está sujeto a itinerario, calendario y horarios preestablecidos.

a) Verdadero.

b) Falso.

205. En los diferentes tipos de transporte discrecional, el servicio de transporte de pasajeros desde el punto de llegada de un medio de transporte (estación de tren, puerto o aeropuerto) al lugar de alojamiento (hoteles, apartamentos, etc.), es lo que se conoce como:

a) Tránsfer.

b) Excursiones.

c) Circuitos.

206. Las principales compañías de transporte discrecional son:

a) Avis.

b) Hertz, Budget y dollar.

c) Todas las opciones anteriores son correctas.

207. La contratación del alquiler de automóviles se puede realizar:

a) Como servicio suelto.

- b) Combinados con otros medios de transporte.
- c) Todas las opciones anteriores son correctas.

208. En los viajes en barco, en el comedor principal suele haber dos turnos de comida. Esto se lleva a cabo en:

- a) Cruceros marítimos.
- b) Cruceros fluviales.
- c) Marítimos y fluviales.

209. Los cruceros marítimos son los que transitan por los grandes ríos del mundo y los mares, mientras que los cruceros fluviales son los que navegan por los océanos.

- a) Verdadero.
- b) Falso.

210. En la organización de excursiones, el último paso que se lleva a cabo es:

- a) Gestión del tiempo libre.
- b) Definir el precio y elegir los medios de transporte.
- c) La difusión.

211. El guía turístico es la persona que guía a los visitantes en el idioma de su elección e interpreta el patrimonio cultural y natural de una zona, que normalmente posee una titulación específica sobre una zona, por lo general emitido o reconocido por las autoridades competentes.

- a) Verdadero.
- b) Falso

212. Un tipo de guía que informa, sensibiliza en los recorridos, presenta atractivos, dirige ejercicios de calentamiento, etc., es conocido como:

- a) Guía coordinador.
- b) Guía de ruta.
- c) Guía paramédico.

213. Las empresas que se encuentran implicadas en los seguros de viajes son:

- a) Compañías de seguros.
- b) Empresas de asistencia en carretera y agencias de viajes
- c) Todas las opciones anteriores son correctas.

214. La principal garantía que se ofrece al turista con el seguro de viaje es:

- a) La asistencia médica.
- b) Las multas.
- c) Las demoras.

215. Las empresas implicadas en los seguros de viajes NO son:

- a) Compañías de seguros.
- b) Empresas de asistencia en carretera.
- c) Asociaciones de seguros.

216. Entre los elementos del seguro de viaje destacan:

- a) La prima.
- b) La póliza y el asegurado.
- c) Todas las opciones anteriores son correctas.

- 217. Hay que destacar que los seguros de viajes no suelen hacerse cargo de la atención o incidentes sucedidos como consecuencia de una enfermedad preexistente a no ser que tenga un carácter de urgencia vital.**
- a) Verdadero.
 - b) Falso.
- 218. Existe una determinada cantidad de documentación necesaria para la realización de viajes que, dependiendo del destino, será más necesaria y obligada.**
- a) Verdadero.
 - b) Falso.
- 219. Un visado que sirve para que una persona que deba hacer escala en un país para luego ir a otro, se conoce como:**
- a) Visado de tránsito.
 - b) Visado de turista.
 - c) Visado diplomático.
- 220. ¿Cuáles son los tipos de pasaportes que existen en España?**
- a) Común, público y para familia numerosa.
 - b) Nacional, público, de negocios y ordinario.
 - c) Ordinario, diplomático, oficial y de servicios.