



CONVOCATORIA 03/23: TÉCNICO EN COMUNICACIÓN INTERNA Y DIGITAL

Primer ejercicio

1. Sobre las informaciones relacionadas con las entidades supervisadas:
 - A. La CNMV deberá confirmar las veraces y desmentir las falsas.
 - B. La CNMV exigirá a las entidades afectadas que aclaren las que sean falsas.
 - C. La CNMV no comentará, confirmará o desmentirá las que se vean afectadas por el secreto profesional y la confidencialidad de sus actuaciones de supervisión.
 - D. Las informaciones sobre las entidades supervisadas solo competen a ellas, por lo que la CNMV no tiene capacidad de decisión sobre ellas.

2. ¿Cuál de las siguientes definiciones describe mejor la comunicación interna en una organización?
 - A. Es el intercambio de información entre la organización y sus clientes externos.
 - B. Es la planificación de eventos sociales para los empleados.
 - C. Es el proceso de intercambio de información y mensajes dentro de una organización para coordinar actividades y fomentar la cultura organizacional.
 - D. Es la publicación de anuncios e información en la intranet corporativa.

3. De acuerdo con el artículo 16 de la Ley 6/2023, de 17 de marzo, de los Mercados de Valores y de los Servicios de Inversión, la Comisión Nacional del Mercado de Valores es:
 - A. Un ente de derecho público, con personalidad jurídica propia y plena capacidad pública y privada.
 - B. Un ente de derecho privado, con personalidad jurídica propia y capacidad pública.
 - C. Una entidad pública empresarial, con personalidad jurídica propia y plena capacidad pública y privada.
 - D. Un ente de derecho público, sin personalidad jurídica y con capacidad para los fines que le son propios.

4. La accesibilidad en una web beneficia a:
 - A. Solamente a personas con discapacidad.
 - B. Personas con discapacidad y con otras dificultades visuales.
 - C. Personas con discapacidad, usuarios experimentados y profesionales web.
 - D. Todos los usuarios que visitan una web.



5. ¿Cuál es uno de los objetivos principales de la comunicación interna en una institución pública?
 - A. Mejorar la relación con los grupos de interés externos.
 - B. Facilitar la colaboración y coordinación entre los empleados.
 - C. Mejorar el conocimiento de la institución por los medios de comunicación de sus actuaciones.
 - D. Aumentar los ingresos por tasas y servicios.

6. En el contexto de anuncios de búsqueda, ¿cuál de las siguientes descripciones se corresponde con el término *palabras clave negativas*?
 - A. Palabras clave que no guardan relación con el sitio web.
 - B. Palabras clave que generan un volumen de búsquedas bajo.
 - C. Palabras clave que se excluyen de una campaña.
 - D. Palabras clave que se escriben de forma incorrecta.

7. El principal objetivo de la comunicación interna en situaciones de crisis es:
 - A. Minimizar el impacto negativo sin informar a los empleados.
 - B. Gestionar la crisis desde el exterior sin involucrar a los empleados.
 - C. Mantener informados a los empleados y gestionar la crisis de manera efectiva.
 - D. Evitar la comunicación hasta que la crisis esté resuelta.

8. La política de comunicación pública de la CNMV tiene como objetivos, entre otros, los siguientes:
 - A. Como organismo integrante del Estado, seguir los principios y criterios emanados del Ministerio de Economía respecto de su actividad de comunicación pública.
 - B. Definir los cauces y procedimientos empleados para facilitar la comunicación y la transmisión al Gobierno, para su difusión, de información sobre sus decisiones, criterios y actividades.
 - C. Establecer la relación de la CNMV con los medios de comunicación como interlocutores en la comunicación de la institución con la sociedad, junto con otros canales y herramientas de comunicación, así como determinar quiénes actuarán como portavoces para el desarrollo de estas funciones.
 - D. Todas las respuestas anteriores son correctas.



9. ¿Qué efectos puede tener el teletrabajo en la comunicación interna de las instituciones o empresas?
- A. Facilita el acceso a la información actualizada sobre las actividades de la empresa o institución.
 - B. Requiere un menor nivel de comunicación al estar ya conectados los empleados de manera digital.
 - C. No tiene ninguna repercusión en la motivación de los trabajadores.
 - D. Dificulta el acceso a la información actualizada y reduce la interacción personal entre los empleados.
10. Uno de los factores clave para mejorar el SEO de un sitio web es:
- A. Publicar contenido duplicado.
 - B. Aumentar el tiempo de carga de la página.
 - C. Utilizar palabras clave relevantes y optimizar el contenido para los motores de búsqueda.
 - D. Evitar el uso de enlaces internos y externos.
11. ¿Qué impacto puede tener una mala gestión de la comunicación interna en la reputación de una institución?
- A. Puede llegar a mejorar la opinión de los grupos de interés sobre la institución.
 - B. Puede llevar a la difusión de rumores y a una percepción negativa tanto de empleados como de los ciudadanos en general.
 - C. La reputación de una institución solo se basa en la opinión que tienen sus clientes y los medios de comunicación sobre sus actuaciones.
 - D. La comunicación interna no influye en la reputación de una institución.
12. En el ejercicio de sus funciones y para cumplir los fines que le han sido asignados por la normativa correspondiente, la CNMV:
- A. Cuenta con autonomía orgánica y funcional y debe actuar con plena independencia de las instituciones del Estado.
 - B. Cuenta con autonomía, pero actúa según las directrices que le marca el Gobierno.
 - C. Debe seguir las líneas de actuación marcadas por los poderes ejecutivo y legislativo, pero los aplicará con autonomía.
 - D. Está integrada en la estructura orgánica del Ministerio de Economía, Comercio y Empresa, que le marca su plan de actuación.



13. ¿Cuál de las siguientes herramientas se utiliza para la planificación de la comunicación interna?:
- A. Encuestas de percepción y satisfacción de clientes.
 - B. Estudios de mercado.
 - C. Campañas de publicidad y marketing.
 - D. Encuestas de clima laboral.
14. En el ámbito del marketing digital, ¿qué es una técnica *black hat*?
- A. Se refiere a las prácticas de pago para lograr mejor posicionamiento web.
 - B. Engloba las prácticas poco éticas a nivel SEO.
 - C. Se refiere a la inclusión sistemática de enlaces en una página web.
 - D. Es una técnica de borrado de páginas poco visitadas para que no penalicen las impresiones.
15. Los recursos de la CNMV están integrados por:
- A. Las transferencias de los Presupuestos Generales del Estado que le sean asignadas por el Ministerio de Economía, Comercio y Empresa.
 - B. Los ingresos de la venta de valores y deuda pública que realice a través de las instituciones registradas para prestar servicios de inversión.
 - C. Los bienes y valores que constituyan su patrimonio, las tasas que perciba por la realización de sus actividades y las transferencias con cargo a los Presupuestos Generales del Estado que apruebe el Ministerio de Economía y Empresa.
 - D. Su patrimonio y las rentas que genera y los ingresos derivados de las comisiones de compraventa de valores.
16. El embudo de conversión:
- A. Es un error en la estrategia de marketing de una organización que reduce el número de clientes que finalizan una búsqueda o una venta en la página web de esa organización.
 - B. Incluye las fases de testeo, activación, monitorización, venta y cumplimiento.
 - C. Ofrece una métrica relevante en términos de porcentaje de pérdidas de usuarios de una web en cada uno de los pasos definidos hasta lograr los objetivos que interesan al propietario de la web.
 - D. No se puede implementar en la CNMV dado que no vende productos en su web.



17. Indique la técnica de desarrollo web que sirve para mostrar a distintos tipos de usuario (navegador móvil, de escritorio, televisión, etc.) un mismo contenido adaptado a su dispositivo.
- A. *Whole Web Design.*
 - B. *Web Hub Design.*
 - C. *Responsive Web Design.*
 - D. *Platform 360 Web Design.*
18. La información que la CNMV facilite al mercado y a toda la sociedad será:
- A. Comprensible, inmediata y tendrá como objetivo fomentar la educación financiera de los ciudadanos y prevenir los fraudes.
 - B. Veraz, completa y clara, con un adecuado nivel de profesionalidad y con contenido pedagógico y explicativo cuando sea necesario.
 - C. Está sujeta al secreto profesional por lo que solo informará de sus actuaciones de manera puntual y previa aprobación de las Cortes Generales.
 - D. Profesional y con rigor técnico, ya que estará dirigida a los profesionales de los mercados financieros.
19. ¿Cuál es uno de los elementos clave en la planificación de la comunicación interna de crisis?
- A. Asegurar la confidencialidad en el plan de comunicación de crisis para que no sea cuestionado por los empleados.
 - B. Improvisar los mensajes en el momento.
 - C. No utilizar herramientas digitales.
 - D. Identificar portavoces, practicar previamente con ellos y seleccionar los canales adecuados de difusión.
20. En analítica web, ¿qué es el porcentaje de rebote?
- A. Porcentaje de usuarios que regresan al sitio web durante un periodo de tiempo.
 - B. Porcentaje de usuarios que han abandonado sus carros de la compra.
 - C. Porcentaje de usuarios que acceden al sitio web por primera vez durante un periodo de tiempo.
 - D. Porcentaje de visitas que llegan a un sitio web y lo abandonan sin realizar ninguna interacción.



21. Un plan de comunicación de crisis:

- A. No es necesario en una institución pública como la CNMV, ya que existe el Plan de Comunicación del Ministerio de Economía que ampara también a los organismos dependientes de él.
- B. Es un conjunto de directrices diseñadas para preparar a una organización ante una situación de emergencia. Entre ellas se incluyen medidas para comunicarse de manera interna con el personal. Para no provocar pánico en los mercados no se realizan comunicaciones públicas en situaciones de crisis.
- C. Comprende contenidos preparados de forma anticipada y estrategias de comunicación basadas en escenarios posibles.
- D. Cubre únicamente dos fases: la comunicación durante la crisis y tras superar la crisis.

22. El marco jurídico de las redes sociales:

- A. No incluye la propiedad intelectual de lo publicado por la CNMV en cuanto que la información tiene el carácter de público según aparece en la red social correspondiente.
- B. No aplica a un organismo público como la CNMV ni la normativa de protección de datos, en general, ni el derecho al olvido, en particular.
- C. Implica contar, en un organismo como la CNMV, con un delegado de protección de datos que asistirá y supervisará que los responsables del tratamiento de los datos personales que se recaban actúen cumpliendo las obligaciones que la normativa de protección de datos impone.
- D. Establece que un organismo público como la CNMV, dependiente del Ministerio de Economía, no necesita contar con un delegado de protección, dado que esa labor la realiza el propio delegado del Ministerio.

23. La *comunicación informal* dentro de una institución:

- A. Siempre es negativa ya que crean expectativas y reacciones frente a determinados hechos que afectan al clima organizacional.
- B. Siempre es positiva, ya que refuerza la cohesión grupal y ayuda a mejorar el entendimiento de lo que fue requerido en la comunicación formal.
- C. Uno de sus fines es satisfacer las necesidades sociales de los integrantes de una organización.
- D. Ninguna de las anteriores es correcta.



24. ¿Cuál de los siguientes es un requisito para las empresas bajo el Reglamento General de Protección de Datos, RGPD, en caso de una brecha de datos personales?
- A. Ocultar el incidente de los medios de comunicación.
 - B. Notificar a la autoridad de protección de datos y a los individuos afectados dentro de las 72 horas.
 - C. Destruir todos los datos personales inmediatamente y comunicárselo a los afectados.
 - D. Dar de baja en el plazo de 72 horas las políticas y procedimientos de respuesta a incidentes que han fallado.
25. ¿Qué herramientas pueden usarse para elaborar materiales didácticos digitales?
- A. Prezi, Kahoot y Khan Academy.
 - B. Canva, Prezi, Kahoot y Genially.
 - C. Kahoot, Genially y FinzIA.
 - D. Ninguna de las anteriores.
26. ¿Cuál de los siguientes es un medio de comunicación vertical ascendente?
- A. Manual del empleado.
 - B. Hojas informativas para mandos.
 - C. Encuestas al empleado.
 - D. Folletos y campañas publicitarias en el interior de la organización.
27. Quieres mostrar tus anuncios a los usuarios que estén buscando podcast sobre fondos de inversión. ¿Qué método de segmentación debes utilizar?
- A. Segmentación por palabras clave.
 - B. Segmentación por dispositivo.
 - C. Segmentación geográfica.
 - D. Segmentación por idioma.
28. ¿Qué información no proporciona una herramienta de analítica web?
- A. Las páginas del sitio web que reciben más visitas.
 - B. Los elementos del sitio web en los que se hace clic.
 - C. Las partes del sitio web que no le gustan a un usuario concreto.
 - D. El lugar desde donde los usuarios se conectan al sitio web.



29. ¿Qué métrica es comúnmente utilizada para medir el éxito de una campaña en redes sociales?
- A. Páginas vistas en el sitio web.
 - B. Número de seguidores y la tasa de *engagement*.
 - C. Cantidad de correos electrónicos enviados y recibidos.
 - D. Número de reuniones internas de planificación realizadas para la preparación de esa campaña.
30. La comunicación transversal o diagonal en una institución, es aquella que:
- A. Se da entre distintas áreas y niveles al mismo tiempo.
 - B. Es un tipo de comunicación en el que no influye la jerarquía.
 - C. Es un tipo de comunicación cruzada.
 - D. Las respuestas a y b son correctas.