

## Anexo 2

### Pruebas para la obtención de títulos de Técnico y Técnico Superior MODELO PARA LA ELABORACIÓN DE LAS PRUEBAS Convocatoria correspondiente al curso 2024-2025

(Resolución de 19 de diciembre de 2024 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) <b>ADGM01</b>	Denominación completa del título: (1) <b>TÉCNICO EN GESTIÓN ADMINISTRATIVA</b>
Clave o código del módulo: (1) <b>0437</b>	Denominación completa del módulo profesional: (1) <b>COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE</b>

INSTRUCCIONES GENERALES PARA LA REALIZACIÓN DE LA PRUEBA
<ul style="list-style-type: none"><li>- Se deberán cumplimentar los datos del aspirante antes del examen y firmar en todas las hojas que se entreguen.</li><li>- Deberá estar disponible el DNI o documento identificativo equivalente en la mesa.</li><li>- Señalar y escribir con tinta indeleble, que no sea roja, las respuestas y su desarrollo.</li><li>- Si se ha de rectificar una respuesta, trazar un aspa (X) o tachar con una línea horizontal. No utilizar líquido corrector (Tippex)</li><li>- Utilizar solamente el papel facilitado por el examinador (con el sello y formato correspondiente).</li><li>- El examinador facilitará el material de consulta necesario</li><li>- Se autoriza el uso de calculadora (no programable).</li><li>- No se corregirán las letras o números ilegibles: escriban con claridad.</li><li>- No está permitido el uso de móviles ni relojes inteligentes durante el examen.</li><li>- Los teléfonos móviles permanecerán apagados o en silencio.</li><li>- 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.</li><li>- La prueba contendrá una parte teórica y una parte práctica, la nota será la suma de las dos partes.<ul style="list-style-type: none"><li>- Parte teórica: preguntas tipo test en las que solo una opción será correcta.</li><li>- Parte práctica: estará compuesta por ejercicios de tipo práctico.</li></ul></li><li>- En las preguntas tipo test es obligatorio pasar todas las respuestas a la plantilla que encontrarás al final de esta parte.</li></ul>

### CRITERIOS DE CALIFICACIÓN Y VALORACIÓN

- **Puntuación:**
  - Parte de teoría: 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 PARTE TEÓRICA:**

**1.- El concepto de staff se refiere a:**

- a) Un órgano de decisión en la empresa.
- b) Un órgano de asesoramiento para la empresa.
- c) Un órgano de comunicación para la empresa.
- d) Un órgano que está presente en las empresas con estructura jerárquica.

**2.- Indica cuál de las siguientes situaciones corresponde a una organización informal de la empresa.**

- a) Los administrativos de la sección de atención al cliente acuden al reconocimiento médico anual de la empresa.
- b) Carmen, jefa del departamento de personal, se va a jugar al tenis con Luisa, la encargada del almacén.
- c) Jesús, director de ventas, consulta al asesor legal de la empresa acerca del nuevo contrato de los vendedores.

**3.- ¿En qué principios de la organización se basan la siguiente situación?**

**“En una tienda minorista, el gerente es responsable de que la tienda alcance los objetivos de venta y decide sobre la disposición de los productos en la tienda”.**

- a) Comunicación.
- b) Autoridad y responsabilidad.
- c) Enfoque en el cliente.
- d) Flexibilidad

**4.- Indica cuál de las siguientes características corresponden a un tipo de organización con un organigrama jerárquico.**

- a) La autoridad está centralizada, es directa y únicamente fluye del superior al subordinado.
- b) Hay especialistas que apoyan a determinados cargos de la empresa; son los llamados órganos staff.
- c) Este tipo de organización es más frecuente en niveles de alta dirección.
- d) Cada empleado tiene varios jefes. Cada uno puede darle órdenes solo en su campo de competencia.

**5.- La información es importante en la empresa porque:**

- a) Mejora el ambiente de trabajo.
- b) Facilita la toma de decisiones.
- c) Favorece el feedback.
- d) Hace más flexible la estructura organizativa de la empresa.

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

**6.- Explica que tipo de situación de comunicación presencial corresponde el siguiente contexto:**

**“En una convención de vendedores, los interlocutores intercambian sus opiniones sobre la mejor forma de promocionar un producto.”**

- a) Diálogo.
- b) Discurso o exposición.
- c) Debate.
- d) Entrevista.

**7.- ¿En qué fase de la atención a una visita nos encontramos en el momento en el que buscamos una solución a lo planteado por el cliente? Marca la respuesta correcta.**

- a) Despedida.
- b) Recepción.
- c) Gestión.
- d) Seguimiento.

**8.- ¿Con qué habilidad social está relacionada esta afirmación de Gandhi?**

**«Las tres cuartas partes de las miserias y malentendidos en el mundo terminarían si las personas se pusieran en los zapatos de sus adversarios y entendieran su punto de vista.»**

- a) Resumir o sintetizar.
- b) Escucha activa.
- c) Asertividad.
- d) Empatía.

**9.- Elige cuál de las siguientes afirmaciones es la adecuada para completar correctamente la afirmación:**

**“Para defender nuestro punto de vista en un debate, debemos...”**

- a) Recopilar datos, estadísticas, pruebas, etc., que apoyen nuestros argumentos.
- b) Ordenar las preguntas en función de su importancia.
- c) Improvisar los argumentos en que se basa nuestra postura.
- d) No ceder en nuestra opinión, aceptando la de los demás.

**10.- Escoge la(s) respuesta(s) correctas sobre la imagen personal en la comunicación presencial.**

- a) La mirada debe dirigirse a los ojos de los oyentes.
- b) Los gestos faciales o los movimientos de manos o del cuerpo dan dinamismo a la comunicación.
- c) Deben evitarse gestos con la cara o movimientos de manos.
- d) La voz ha de mantenerse baja, para captar la atención.

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

### 11.- El teléfono IP...

- Está basado en el principio de transmisión de voz por Internet, utiliza una conexión de red de datos, en lugar de una conexión de red telefónica. Funcionan sin el ordenador a través de la red de datos.
- Teléfono que permite a los usuarios ver a su interlocutor al tiempo que habla con él, siempre que este también lo utilice.
- Permite conectar las llamadas externas realizadas a un mismo número (línea de teléfono) con diversos aparatos distribuidos por la empresa en despachos y departamentos (extensiones).
- Comprime la voz y la convierte en código binario, transmitiéndola a lo largo de una red digital. Este código será convertido de nuevo en voz en el teléfono del receptor.

### 12.- Gonzalo está atendiendo una visita en su despacho y espera una llamada urgente. ¿Cómo debe actuar?

- Debe advertir al visitante de que está esperando una llamada telefónica. Cuando la reciba, debe salir de su despacho para atenderla, o bien atenderla en el mismo despacho, pero brevemente.
- Tiene que agilizar la conversación telefónica para colgar el teléfono lo antes posible, aunque lo más prudente sería que el visitante esperara antes de entrar en el despacho.
- Se disculpará con la persona con la que está hablando y atender la llamada. Indicará a esta que está hablando con una visita y que la llamará en breve
- Debe atender prioritariamente al cliente. Las llamadas tienen que pasar a un segundo plano.

### 13.- Vicente Castro es promotor de ventas de productos de zapatería. En estos momentos está tratando con un cliente nuevo, al que su empresa desea suministrar productos y realiza una llamada en la que le ofrece un modelo de paraguas a juego con los zapatos. ¿Cómo podemos clasificar esta llamada en función del momento en el que se produce?

- Inicial.
- De retorno.
- De mejora.
- De seguimiento

### 14.- De los siguientes elementos, identifica cuál de ellos forma parte de la expression verbal en una conversación telefónica:

- Mantener una estructura lógica en la conversación.
- La entonación de la voz.
- El volume de la voz.
- La vocalización.

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

**15.- Las partes de una llamada telefónica son:**

- a) Inicio, desarrollo, conclusion y colgar.
- b) Saludo, presentación, desarrollo y conclusión
- c) Presentación, desarrollo, conclusión y despedida.
- d) Presentación, desarrollo, despedida, colgar.

**16.- ¿Qué tipos de sobre podrías utilizar para enviar un saluda tamaño DIN A5?  
Selecciona la respuesta correcta.**

- a) Tamaño C5.
- b) Tamaño C2.
- c) Tamaño C3.
- d) Tamaño C4.

**17.- Indica cuál de las siguientes afirmaciones es correcta.**

- a) El papel ecológico se utiliza ampliamente en catálogos de revistas de naturaleza.
- b) El papel gotelé es brillante y se utiliza para catálogo de revistas.
- c) El uso de impresos se realiza para ahorrar papel y así evitar la degradación ambiental.
- d) El papel offset es el que se utiliza en impresoras láser, fotocopadoras, etc.

**18.- Escoge la(s) respuesta(s) correctas sobre las normas que regulan los documentos e impresos para normalizarlos.**

- a) El organismo encargado de la normalización se llama AENOR.
- b) Las normas técnicas indican cómo debe funcionar un servicio para que sea seguro.
- c) Además de AENOR hay otros organismos pero son de menor envergadura.
- d) AENOR elabora las normas de ortografía y de puntuación para documentos oficiales.

**19.- ¿Cuál de las siguientes publicaciones contiene información sobre los registros mercantiles de empresas inscritas en España?**

- a) BOE
- b) DOUE
- c) BORME
- d) BOCM

**20.- Para realizar cualquier solicitud a una Administración, se suele utilizar:**

- a) Un saluda.
- b) Un oficio.
- c) Una instancia.
- d) Una carta comercial.

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

**21.- Determina cual de las siguientes expresiones es cierta.**

- a) La persona que recepciona la correspondencia debe abrir todos los sobres sin excepción.
- b) En la etapa de registro, el primer paso es estampar un sello en la parte superior del documento asignándole un número y la fecha de recepción.
- c) No es necesario clasificar la correspondencia antes de distribuirla.
- d) En la etapa de distribución, lo primero que debe entregarse es la paquetería.

**22.- Con respecto a la correspondencia en registros públicos cuál de las siguientes afirmaciones es cierta.**

- a) Los documentos en los registros públicos deben entregarse en mano.
- b) Una fotocopia, sellada y fechada por el funcionario correspondiente, sirve de justificante.
- c) En los registros públicos sólo se da entrada o salida a los documentos. Las tareas de clasificación, registro y distribución se subcontratan.
- d) El interesado tiene derecho a recibir un justificante, si lo solicita previamente.

**23.- Con respecto a la seguridad y confidencialidad Una empresa tiene en su departamento de Recursos Humanos expedientes con documentos de varios ex empleados que llevan más de 3 años fuera de la empresa, en ellos se conservan sus datos personales y copia de los documentos laborales. ¿Qué debería hacerse? Indica la opción correcta.**

- a) Destruir la correspondencia personal que está sin abrir porque no se pudo entregar a sus destinatarios.
- b) Convocar una reunión con los actuales empleados para hablarles sobre aquellos ex-trabajadores que tuvieron un papel destacado en la empresa, permitiéndoles ver las cartas de felicitación que se les entregaron.
- c) Realizar una copia de los archivos, por si fueran de utilidad más adelante.
- d) Realizar una copia de sus fotos y nombre y publicarla en la web corporativa, donde se muestra el perfil de los trabajadores de la compañía.

**24.- La protección de datos de carácter personal está regulada por:**

- a) La Ley Orgánica 3/2018 de Protección de Datos y Garantía de los Derechos Digitales.
- b) El Reglamento Europeo de Protección de Datos.
- c) La normativa anterior está derogada.
- d) A y b son correctas.

**25.- Las tareas con la correspondencia de entada son:**

- a) Preparación, recogida, registro y envío.
- b) Recepción, registro, clasificación y envío.
- c) Recepción, registro, clasificación y distribución.
- d) Recogida, registro, clasificación y envío.

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

**26.- Indica cuales son los tipos de archivos según su frecuencia de uso:**

- a) Centralizados, descentralizados y mixtos.
- b) Físicos y digitales.
- c) Activos, semiactivos e inactivos.
- d) De gestión y definitivos.

**27.- Indica cuál de estas expresiones es una ventajas del almacenamiento en la nube**

- a) El coste de los servicios de almacenamiento en la nube es fijo. Se paga solo por la posibilidad de usarlo.
- b) Debido a que los documentos son accesibles por cualquier empleado, se fomenta el trabajo individual e incrementa la productividad empresarial.
- c) La información puede ser compartida con los empleados pero no con agentes externos, como clientes y proveedores.
- d) Archivos accesibles con cualquier dispositivo con conexión a Internet (ubicuidad).

**28.- Una gestión descentralizada del archivo no favorece la implicación de los trabajadores en la correcta conservación y custodia de la documentación.**

- a) Verdadero
- b) Falso

**29.- Una empresa de fabricación de muebles tiene que ordenar un listado de posibles proveedores, de manera que la información sea rápidamente accesible para las sedes que la empresa tiene en el extranjero. Señala qué criterios te parecen adecuados.**

- a) Se podría clasificar a los proveedores por ámbito geográfico y luego por un sistema alfabético.
- b) Se podría clasificar a los proveedores por criterio alfabético, según el apellido de los socios.
- c) Se podría clasificar a los proveedores con un criterio alfanumérico, según su nombre el año en el que se inició la relación con ellos.
- d) Se podría clasificar a los proveedores por orden cronológico, según su vinculación con la empresa, y luego por un sistema alfabético.

**30.- Indica cuál de las siguientes expresiones es la correcta con respecto a la destrucción de documentos**

- a) Los libros contables deben conservarse durante seis años, al menos.
- b) La destrucción de documentos es algo puntual y sólo se realiza cuando la empresa tiene documentación confidencial que ya no utiliza.
- c) Los documentos de constitución de la sociedad deben conservarse un máximo de 15 años.
- d) La destrucción de documentos debe ser poco habitual, para evitar errores.



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

**31.- Indica cuál de las siguientes expresiones con respecto al Marketing relacional es falsa:**

- a) Se basa en la actuación de relaciones públicas contratados de forma externa.
- b) Prima la satisfacción del cliente.
- c) Desde este enfoque se persigue que el producto cumpla las expectativas del consumidor.
- d) Persigue la fidelización del cliente.

**32.- Indica cual es la respuesta correcta con sobre la organización empresarial.**

- a) Una organización empresarial incluye las personas pero no los bienes materiales
- b) El servicio de atención al cliente debe ofrecer un cauce telefónico y online, además del presencial.
- c) El servicio posventa no forma parte del servicio de atención al cliente
- d) La empresa se organiza en departamentos en función de cómo facilite la relación con el proveedor.

**33.- El gerente de una empresa está hablando a sus subordinados sobre aquellos aspectos que deben modificar para mejorar la calidad. Señala las ideas que sean correctas.**

- a) Las malas experiencias de un cliente con nuestra empresa afectarán en los meses siguientes. Luego, todo se olvida y el cliente vuelve a recuperar la confianza en nosotros.
- b) Lo único que valora realmente el cliente es que el producto sea bonito y barato.
- c) No tengamos en cuenta las expectativas de nuestros clientes y centrémonos en crear productos de calidad y baratos.
- d) Cualquier cliente está dispuesto a esperar semanas para recibir un producto si es barato y tiene mucha calidad.

**34.-Cuál de las siguientes afirmaciones sobre fidelización de clientes es falsa.**

**Escoge los motivos por los que las empresas están interesadas en fidelizar a sus clientes.**

- a) Estarán dispuestos a pagar más por el producto.
- b) No van a desplazar su demanda a productos sustitutivos.
- c) El inconveniente es que están más dispuestos a quejarse y son más exigentes.
- d) Las empresas no tienen que gastar en publicidad ni en atraer más clientes porque tienen la oferta cubierta.

**35.- 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.

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

**36.- 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.

**37.- 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.
- d) Todas las opciones anteriores son correctas.

**38.- 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.

**39.- Indica cuál de las siguientes afirmaciones es cierta.**

- a) La hoja de reclamaciones deberá estar únicamente en castellano para asegurarse de que todo el mundo puede rellenarla adecuadamente.
- b) Existen tres tipos fundamentales de reclamaciones: las presentadas por los clientes, por los empleados o por la Administración pública.
- c) La reclamación debe ser aceptada por el establecimiento, de no ser así no tiene validez.
- d) Una reclamación es un documento escrito a disposición del cliente, a través del cual puede expresar su insatisfacción con el bien adquirido o con el servicio percibido.

**40.- Marca si la afirmación es verdadera o falsa.**

***“Lo primero que se hace al gestionar una reclamación es buscar al culpable.”***

- a) Verdadero
- b) Falso

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

**41.- Indica cuales son los principios para la gestión de las quejas y reclamaciones.**

- a) Jerarquizar los motivos, actitud positiva, resolverla inmediatamente y pedir disculpas.
- b) Obtener información, recepcionar la reclamación, entregar el acuse de recibo, seguimiento de la misma, evaluación inicial, investigación, resolución, comunicación al reclamante y cierre de la incidencia.
- c) Evitar discusiones innecesarias, resumir los argumentos del reclamante, cuidar el lenguaje verbal y corporal y ayudar al reclamante a localizar las razones que motivan su insatisfacción.
- d) Visibilidad, respuesta diligente, accesibilidad, gratuidad, objetividad, enfoque al cliente, confidencialidad, mejora continua y responsabilidad.

**42.- Una empresa puede tener su propio modelo de hoja de reclamaciones?**

- a) Sí.
- b) No.
- c) Solo si la OMIC de su municipio lo aprueba.
- d) Solo en el caso de empresas que vendan a través de internet.

**43.- ¿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.

**44.- 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.

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

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

**46.- En qué consiste el Marketing estratégico:**

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

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

**47.- 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.

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

- a) Falso
- b) Verdadero

**49.- 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 márketing operativo.
- d) Planificación a largo plazo de la acción comercial.

**50.- 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.

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

**CUADRO DE RESPUESTAS.**

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

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

# **CONTENIDO DE LA PARTE PRÁCTICA:**

## **EJERCICIO 1 (1 punto)**

Paula Pascual 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 Paula Pascual envía a don Esteban Fernández.

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

## EJERCICIO 2 (1 punto)

Doña Eloísa Velasco ha comprado una casa en el casco antiguo de Segovia, concretamente en la siguiente dirección: calle Larga, número 12, 40004 Segovia. En esta hay garaje y desea que el ayuntamiento la autorice a poder entrar con su coche por dicha calle, ya que es peatonal y solo los residentes pueden circular por ella. Realiza una instancia a fecha de hoy para solicitar a la Concejalía de Tráfico y Movilidad dicha autorización.