Logroño

20 de noviembre de 2026

**PROCESO SELECTIVO PARA LAS PRUEBAS DE TGM EMPRESAS Y ACTIVIDADES TURÍSTICAS**

**PRIMER EJERCICIO TEÓRICO**

**1. El Ayuntamiento de Logroño prepara una campaña estratégica de turismo para promocionar la ciudad como destino de referencia. ¿Qué recurso público esencial tiene que formar parte de esta campaña?**

A) Las visitas guiadas por la ciudad y el nuevo servicio de visitas a comercios históricos.
B) El nuevo espacio de realidad inmersiva "Sumérgete en el Rioja…".
C) El paquete turístico con la Asociación de Bodegas de Logroño.
D) El conjunto de recursos visitables que conforman la ciudad.

**2. Una propuesta municipal incorpora un servicio turístico que no aparece entre las competencias propias ni ha sido delegado. Antes de implantarlo, ¿qué exige el artículo 7.4 de la Ley 7/1985?**

A) Un Acuerdo de pleno y una memoria turística que justifique tal atribución.
B) Es suficiente con que el servicio se financie con fondos europeos.
C) Debe comprobarse que no se compromete la sostenibilidad financiera municipal ni se produce ejecución simultánea del mismo servicio público, y obtener los informes previos y vinculantes legalmente exigidos.
D) Comunicación formal de ejercicio de competencias a la consejería competente.

**3. Varios municipios riojanos y agentes privados quieren, junto con el Ayuntamiento de Logroño diseñar una ruta del vino compartida. ¿Cuál es la forma más adecuada de instrumentar la colaboración?**

A) Configurar la entidad a quien atribuir la competencia de la ruta y dotarla de recursos económicos.
B) Definir objetivos, compromisos, financiación y responsabilidades mediante instrumentos jurídicos adecuados, manteniendo cada Administración sus competencias.
C) Constituir una sociedad mercantil y atribuirle automáticamente potestades públicas.
D) Fórmulas híbridas que permitan flexibilidad de gestión, atribuyendo las competencias públicas.

**4. Una empresa solicita la convocatoria 2026 de ayudas turísticas de La Rioja. Presta servicios turísticos y solicita la subvención amparándose exclusivamente en su proyecto de explotación de viviendas de uso turístico, aportando facturas del coste de ejecución y las obras de construcción de ejercicios económicos distintos.**

A) Sí puede presentar las ayudas pero no será beneficiaria de subvención porque aporta facturas de ejercicios distintos.

B) Queda excluida por la excepción expresa aplicable a quienes ejercen alojamiento mediante viviendas de uso turístico.

C) Solo puede solicitar ayudas si presenta un proyecto de promoción internacional.

D) Puede solicitar la ayuda si el Ayuntamiento avala el proyecto.

**5. Una entidad sin ánimo de lucro quiere implantar un sistema de CRM, mejorar su web y producir contenidos digitales. ¿En qué línea subvencionable de la convocatoria 2026 encajan principalmente estas actuaciones?**

A) Línea 1.

B) Línea 2.

C) Línea 3.

D) Línea 6.

**6. Una pyme turística quiere acometer una inversión en eficiencia energética y economía circular. ¿Qué instrumento describe la reforma C14?R1 del Componente 14 como mecanismo del FOCIT?**

A) Una subvención automática a todos los ayuntamientos.

B) Préstamos para proyectos empresariales que mejoren la competitividad turística.

C) Una campaña estatal de promoción exterior.

D) Una transferencia incondicionada a entidades locales.

**7. Tras la reciente actualización de precios públicos, ¿cuál es el precio de la entrada premium al CCR?**

A) 5 euros.

B) 10 euros.

C) 12 euros.

D) 15 euros.

**8. Recientemente se ha puesto en marcha una campaña de publicidad entre el Ayuntamiento de Logroño y la Asociación de Bodegas de la ciudad. ¿Cuál es el objetivo principal que persigue?**

A) Desestacionalizar el turismo del fin de semana.

B) Reforzar la presencia de las Bodegas en las ciudades del entorno cercano.

C) Contribuir a la elección de Logroño como capital del comercio local.

D) Poner en valor la cadena de valor que supone el enoturismo en la región.

**9. Una agrupación de destinos y empresas diseña una experiencia enoturística de alcance nacional, con tejido productivo local y economía circular. ¿Qué línea de Experiencias Turismo España se ocupa específicamente de integrar el contexto productivo local y las comunidades?**

A) Innova.

B) Integra.

C) Comunica.

D) FOCIT.

**10. Una asociación propone una experiencia replicable en solo dos comunidades autónomas y pretende acogerse a la definición territorial de Experiencia Turismo España de la Orden ICT/1524/2021. ¿Qué requisito territorial no cumpliría?**

A) La experiencia debe desarrollarse en todo el territorio nacional o, al menos, en tres comunidades autónomas.

B) Debe desarrollarse obligatoriamente en una sola provincia.

C) Debe tener su sede en Madrid.

D) Debe incluir exclusivamente empresas hoteleras.

**11. El Ayuntamiento estudia financiar una actuación turística con FEDER o con el Mecanismo de Recuperación y Resiliencia. ¿Qué criterio debe aplicar antes de imputar gastos?**

A) Ambos instrumentos tienen idénticas reglas y calendarios.

B) Comprobar programa, convocatoria, beneficiarios, objetivos, elegibilidad, intensidad y reglas de cofinanciación de cada instrumento.

C) Todo gasto turístico municipal es elegible por su finalidad pública.

D) La financiación europea excluye cualquier aportación autonómica o municipal.

**12. El Ayuntamiento quiere firmar con una asociación empresarial un acuerdo con obligaciones concretas para crear y mantener un producto turístico conjunto. ¿Cuándo puede calificarse como convenio conforme al artículo 47?**

A) Cuando sea un acuerdo con efectos jurídicos para un fin común y no tenga por objeto prestaciones propias de un contrato.

B) Siempre que las partes lo titulen «convenio», aunque encubra un contrato de servicios.

C) Cuando sea una mera declaración política sin compromisos exigibles.

D) Solo si se firma entre dos Administraciones públicas.

**13. El Ayuntamiento prepara un convenio con otra Administración para compartir una herramienta de datos turísticos. ¿Qué finalidad exige el artículo 48.3?**

A) Mejorar la eficiencia de la gestión pública, facilitar el uso conjunto de medios y servicios, contribuir a actividades de utilidad pública y respetar la estabilidad presupuestaria y sostenibilidad financiera.

B) Mejorar la eficiencia de la gestión pública, facilitar los servicios y respetar la estabilidad presupuestaria y sostenibilidad financiera.

C) Transferir la titularidad de las competencias, respetando la sostenibilidad financiera.

D) Sustituir los procedimientos de contratación en todo caso.

**14. ¿Qué dominio tiene la web que aglutina toda la oferta turística del Ayuntamiento de Logroño?**

A) www.descubrelogrono.com

B) www.sientelogrono.com

C) www.vivelogrono.com

D) www.visitalogrono.com

**15. ¿Qué temática ha abordado la edición del Festival de Narrativas Cuéntalo de este año?**

A) La celebración del Año Rafael Azcona.

B) La presencia de las mujeres en la literatura contemporánea.

C) La relación entre la literatura y el cine.

D) La literatura como oportunidad para reforzar la imagen de ciudad.

**16. Un equipo técnico debe asociar cada actuación con la inversión correcta del Componente 14. ¿Qué correspondencia es exacta?**

A) I1: sostenibilidad del modelo turístico; I2: digitalización e inteligencia; I3: resiliencia de territorios extrapeninsulares; I4: actuaciones especiales de competitividad.

B) I1: promoción exterior; I2: rehabilitación patrimonial; I3: turismo urbano; I4: formación.

C) I1: solo eficiencia energética; I2: solo marketing; I3: turismo rural; I4: gobernanza local.

D) I1: turismo gastronómico; I2: alojamiento; I3: oficinas de turismo; I4: transporte.

**17. Al estructurar un proyecto conforme a la Estrategia de Sostenibilidad Turística en Destino de 2021, ¿qué cuatro ejes deben emplearse?**

A) Gobernanza, innovación, comercialización y promoción.

B) Transición verde y sostenible, mejora de la eficiencia energética, transición digital y competitividad.

C) Patrimonio, gastronomía, alojamiento y transporte.

D) Promoción, formación, calidad y accesibilidad.

**18. Un municipio redacta su propio Plan de Sostenibilidad Turística en Destino dentro del marco territorial autonómico. ¿Cuál es la distinción funcional más adecuada?**

A) El plan territorial coordina prioridades y proyectos a escala territorial; el plan de destino concreta la transformación de un destino determinado.

B) El plan territorial está destinado exclusivamente al sector privado y empresarial el local solo a comunidades autónomas.

C) El plan territorial financia solo digitalización y el local solo obra civil.

D) Ambos son idénticos y solo cambia el nombre.

**19. El destino implanta sensores y un cuadro de mando para medir flujos, estacionalidad y presión de visitantes, y usar los datos para gestionar servicios. ¿Qué eje se vincula de forma más directa con el sistema de datos?**

A) Transición digital.

B) Mejora de la eficiencia energética.

C) Competitividad exclusivamente por tratarse de promoción.

D) Ninguno de los ejes.

**20. Un proyecto del Componente 14 aborda cualificación, empleo y mejora de las condiciones y prestigio profesional del sector turístico. ¿A qué dimensión responde principalmente?**

A) Sostenibilidad social del sector turístico.
B) Resiliencia exclusiva de territorios extrapeninsulares.
C) Rehabilitación del patrimonio histórico.
D) Promoción exterior de destinos.

**21. Logroño inicia una autoevaluación para avanzar en el modelo de Destino Turístico Inteligente. ¿Qué cinco ejes estructuran la metodología?**

A) Gobernanza, innovación, tecnología, sostenibilidad y accesibilidad.
B) Promoción, comercialización, calidad, competitividad y financiación.
C) Cultura, patrimonio, gastronomía, alojamiento y transporte.
D) Marketing, publicidad, comunicación, ventas y distribución.

**22. En una evaluación DTI se detecta que el Ayuntamiento carece de mecanismos estables de participación de empresas, residentes y entidades culturales. ¿Qué eje debe reforzarse prioritariamente?**

A) Tecnología.
B) Gobernanza.
C) Accesibilidad.
D) Marketing.

**23. Un técnico debe explicar la relación institucional de la Red DTI. ¿Qué afirmación es correcta?**

A) SEGITTUR es una asociación privada de municipios con potestad normativa y esencial en turismo digital.

B) La Red DTI depende orgánicamente de la Organización Mundial del Turismo y funcionalmente es independiente.

C) La Secretaría de Estado de Turismo no participa en el modelo.

D) La Red DTI es promovida por la Secretaría de Estado de Turismo y gestionada por SEGITTUR.

**24. En una reunión técnica se pregunta quién desarrolla y gestiona la PID. ¿Cuál es la respuesta institucional correcta?**

A) Cada ayuntamiento de forma independiente.
B) Una asociación privada de agencias de viajes.
C) El órgano estadístico de la Unión Europea.
D) SEGITTUR, dentro de una iniciativa de la Secretaría de Estado de Turismo.

**25. El área de turismo identifica perfiles de visitantes (cultura, gastronomía, enoturismo, escapadas urbanas) y después define la imagen que quiere ocupar frente a destinos competidores. ¿Qué conceptos está aplicando, respectivamente?**

A) Diversificación y segmentación.

B) Promoción y distribución.

C) Segmentación y posicionamiento.

D) Fidelización y fijación de precios.

**26. Logroño diseña una experiencia que combina visita patrimonial, gastronomía, comercio local y cultura del vino, con relato y participación del visitante. ¿Qué enfoque describe mejor la propuesta?**

A) Producto aislado, centrado en un único recurso.

B) Marketing experiencial y creación de una propuesta de valor integrada.

C) Marketing indiferenciado sin atender a perfiles.

D) Publicidad institucional sin diseño de producto.

**27. El equipo municipal debe traducir Enópolis a un programa de trabajo. ¿Cuál de estas agrupaciones recoge sus ejes publicados por el Ayuntamiento?**

A) Cultura, patrimonio histórico, conocimiento e innovación, turismo y desarrollo e integración social.

B) Promoción, alojamiento, transporte y fiscalidad.

C) Enología, agricultura, exportación y comercio exterior exclusivamente.

D) Seguridad, movilidad, urbanismo y recaudación.

**28. Una mesa de producto quiere conectar bodegas, restauración, comercio, cultura y patrimonio en una experiencia urbana. ¿Qué decisión es más coherente con la estrategia Enópolis?**

A) Contextualizar el producto en visitas comerciales a bodegas fuera del centro urbano.

B) Crear una propuesta transversal que vincule cultura del vino, gastronomía, patrimonio, innovación y agentes locales.

C) Excluir a la restauración y al comercio para simplificar la gestión.

D) Concentrar el proyecto exclusivamente en publicidad exterior.

**29. Una entidad beneficiaria de una subvención para crear una experiencia turística pretende imputar el mismo gasto de desarrollo de una plataforma a una ayuda autonómica y a otra financiada por el MRR. Ambas convocatorias admiten digitalización. ¿Qué debe comprobar el órgano gestor?**

A) La doble imputación es válida si cada ayuda financia un porcentaje inferior al 100 %.

B) Debe comprobar compatibilidad y acumulación, evitar la doble financiación del mismo coste y mantener trazabilidad documental de cada gasto.

C) La doble financiación solo está prohibida cuando las ayudas proceden de la misma administración.

D) Basta con que la entidad beneficiaria declare que no existe incompatibilidad.

**30. Un proyecto turístico financiado con el MRR rehabilita un edificio histórico e incorpora climatización eficiente. La memoria solo acredita ahorro energético. ¿Qué falta para justificar el principio DNSH?**

A) El ahorro y eficiencia energética acredita automáticamente el cumplimiento de DNSH.

B) Una declaración del contratista indicando que la obra es sostenible y eficiente energéticamente.

C) Un informe de impacto turístico que sustituya el análisis ambiental.

D) Evaluar, conforme a la metodología aplicable, que la actuación no causa perjuicio significativo a ninguno de los objetivos medioambientales pertinentes y conservar las evidencias exigidas.

**31. El cuadro de mando turístico de Logroño combina datos de movilidad, ocupación y visitas a recursos. Cada fuente utiliza definiciones, periodos y unidades diferentes. ¿Qué actuación técnica debe preceder a la comparación de indicadores?**

A) Publicar los datos sin transformación para preservar la fuente original.

B) Calcular una media simple de todos los valores.

C) Definir un modelo común: diccionario y metadatos, unidades, periodos, reglas de calidad, interoperabilidad, permisos y responsabilidades.

D) Excluir los datos privados y utilizar únicamente recuentos manuales.

**32. El Ayuntamiento utiliza datos individualizados de localización de visitantes cedidos por una plataforma privada para segmentar campañas. ¿Qué actuación es imprescindible antes del tratamiento?**

A) Determinar base jurídica, finalidad y roles, aplicar minimización y plazos de conservación, valorar anonimización y establecer medidas de seguridad e información.

B) Determinar el interés turístico y la finalidad y roles, así como la base técnica y en su caso jurídica.

C) Publicar los datos para garantizar transparencia e implementar las medidas de seguridad e información.

D) Entender que un convenio con la plataforma excluye la aplicación del RGPD.

**33. Una campaña enoturística registra muchas impresiones y visualizaciones, pero el Ayuntamiento quiere conocer su contribución real a la economía local. ¿Qué diseño de evaluación es más robusto?**

A) Utilizar solo el alcance y el número de seguidores.

B) Contabilizar todas las visitas a la web como turistas captados.

C) Definir línea base y objetivos, medir tráfico cualificado, consultas, reservas, conversión y gasto local, y controlar factores externos para no atribuir automáticamente todo cambio a la campaña.

D) Medir únicamente el número de notas de prensa publicadas.

**34. Una ruta del vino presenta crecimiento de visitantes, pero también saturación en determinados horarios, quejas vecinales y concentración del gasto en pocos operadores. ¿Qué respuesta de gestión es más coherente con un destino sostenible e inteligente?**

A) Implantar seguimiento multidimensional de capacidad de acogida, distribuir flujos temporal y espacialmente, incorporar participación residente y medir la distribución del valor económico.

B) Aumentar la promoción para distribuir la demanda sin modificar el producto.

C) Reducir los indicadores a visitantes totales y ocupación hotelera.

D) Limitar el acceso sin diagnóstico ni evaluación de alternativas.

**Supuesto teórico práctico. (preguntas 35 a 40)**

"EcoRutas del Vino" es una empresa de turismo activo y visitas guiadas que opera en una comarca vitivinícola. Hasta ahora, su promoción se basaba en folletos impresos repartidos en hoteles y oficinas de turismo. Sin embargo, han notado que los turistas jóvenes y extranjeros apenas usan papel y planifican sus actividades sobre la marcha desde el móvil.
Para modernizarse, la empresa ha implementado varios cambios:
1. Ha renovado su web con diseño responsive y ha integrado un motor de reservas conectado en tiempo real con su calendario de guías.
2. Ha dado de alta su perfil en Google Business Profile y en plataformas de reseñas y venta de actividades (como Civitatis y TripAdvisor), monitorizando activamente las opiniones de los usuarios.
3. Ha creado rutas autoguiadas mediante una app móvil que utiliza geolocalización (GPS) y Realidad Aumentada (RA) para mostrar cómo ha evolucionado la producción del vino al apuntar con la cámara del teléfono.
4. En Instagram y TikTok, colabora con creadores de contenido de viajes para mostrar vídeos cortos de sus rutas.

**35. ¿Qué ventaja principal aporta la integración del motor de reservas conectado en tiempo real en la página web de "EcoRutas del Vino"?**

A) Permite posicionar la web en el primer puesto de Google sin coste.

B) Evita el overbooking (sobreventa) y permite al cliente confirmar y pagar su actividad al instante.

C) Sustituye la necesidad de tener perfiles en redes sociales.

D) Sirve exclusivamente para recopilar correos electrónicos sin permitir el pago online.

**36. Al gestionar su perfil en Google y responder a las valoraciones en TripAdvisor o Civitatis, ¿qué área del marketing digital turístico está trabajando la empresa?**

A) El comercio electrónico B2B (entre empresas).

B) El posicionamiento SEM de pago por clic.

C) La realidad virtual inmersiva.

D) La reputación online y el contenido generado por el usuario (UGC).

**37. El uso de la cámara del móvil en la app de "EcoRutas del Vino" para superponer imágenes históricas sobre el paisaje real que el turista está viendo en ese momento es un ejemplo de:**

A) Realidad Virtual (RV), ya que aísla por completo al usuario del entorno físico.

B) Big Data turístico, porque analiza el flujo de visitantes en tiempo real.

C) Realidad Aumentada (RA), que enriquece la experiencia en el destino añadiendo capas de información digital al entorno físico.

D) Código QR estático.

**38. ¿Por qué es fundamental que la nueva página web de la empresa tenga un diseño responsive?**

A) Porque traduce automáticamente los textos a cualquier idioma extranjero.

B) Porque garantiza que la web se visualice y funcione correctamente en dispositivos móviles (smartphones y tablets), desde donde el turista consulta información en destino.

C) Porque bloquea las reseñas negativas de los clientes insatisfechos.

D) Porque permite que la web funcione sin conexión a internet.

**39. Al colaborar con creadores de contenido de viajes en Instagram y TikTok para mostrar vídeos de sus rutas, ¿qué estrategia de promoción digital está utilizando la empresa?**

A) Posicionamiento SEO orgánico mediante palabras clave en blogs.

B) Influencer Marketing (marketing de influencia) apoyado en contenido audiovisual inspiracional.

C) Email Marketing automatizado para clientes fidelizados.

D) Publicidad tradicional en medios de comunicación masivos.

**40. En el contexto de los Destinos Turísticos Inteligentes (DTI), ¿qué función cumple la app con geolocalización (GPS) de "EcoRutas del Vino" como fuente de información para la propia empresa?**

A) Sustituye por completo la labor de los guías turísticos oficiales en todas las actividades.

B) Obliga al turista a contratar un seguro médico privado antes de iniciar la ruta.

C) Impide que los usuarios puedan compartir su ubicación en redes sociales.

D) Permite obtener datos sobre las rutas más transitadas y los puntos donde más tiempo pasan los turistas (analítica de datos), ayudando a mejorar la gestión.

**PREGUNTAS DE RESERVA.**

**41. Antes de elevar a firma un convenio de colaboración turística, ¿qué documento justificativo exige el artículo 50.1 de la Ley 40/2015?**

A) Una memoria que analice necesidad y oportunidad, impacto económico, carácter no contractual y cumplimiento de la Ley.

B) Una certificación de fondos europeos, aunque no haya financiación europea.

C) Una auditoría externa en todos los casos.

D) Una declaración genérica de voluntad política.

**42. Una comunidad autónoma agrupa proyectos de varios destinos y busca priorizar actuaciones con una visión territorial coordinada. ¿Qué caracteriza al Plan Territorial de Sostenibilidad Turística en Destino?**

A) Articula actuaciones y proyectos con visión territorial y coordinación, dentro de la estrategia de sostenibilidad turística.

B) Es una convocatoria exclusiva para hoteles privados.

C) Es un folleto de promoción sin programa inversor.

D) Sustituye la titularidad de las competencias municipales.

**43. Un destino quiere integrar datos públicos y privados, conectar empresas y administraciones y ofrecer servicios digitales al visitante. ¿Cuál es la finalidad principal de la Plataforma Inteligente de Destinos?**

A) Sustituir los sistemas de reserva y venta de las empresas.

B) Centralizar únicamente las reservas de visitas guiadas municipales.

C) Activar digitalmente el ecosistema turístico, relacionar datos y agentes y facilitar servicios e inteligencia turística.

D) Clasificar obligatoriamente los establecimientos turísticos.

**44. En el marco del Spain Convention Bureau, ¿cuál de las siguientes infraestructuras locales cuenta con una mayor capacidad de asistentes en una sala con formato teatro?**

A) Palacio de congresos y Auditorio RiojaForum.

B) Centro de la Cultura del Rioja.

C) Auditorio Municipal del Ayuntamiento de Logroño.

D) Espacio Lagares

**45. La web municipal de turismo ofrece mapas, formularios y reserva de visitas. El equipo considera suficiente añadir un teléfono para atender a personas que no puedan utilizarla. ¿Qué criterio es correcto?**

A) El teléfono se estima sustituto suficiente de las obligaciones de accesibilidad digital.

B) Deben aplicarse los requisitos de accesibilidad de los sitios web y aplicaciones del sector público, sin perjuicio de canales alternativos y mecanismos de comunicación previstos en la normativa.

C) La accesibilidad digital solo se exige a portales de trámites administrativos.

D) La obligación de accesibilidad se entiende cumplida si el contenido se publica también en redes sociales.