



Universidad de Las Palmas de Gran Canaria
Vicerrectorado de Estudiantes y Empleabilidad

**PRUEBAS DE ACCESO A LA UNIVERSIDAD
PARA MAYORES DE 25 y 45 AÑOS
CONVOCATORIA DE ABRIL DE 2015**

MATERIA: ECONOMÍA Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

2

INSTRUCCIONES Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Este examen consta de 20 preguntas tipo test. En cada pregunta tipo test se deberá responder una sola opción (**sólo hay una correcta**). Cada respuesta correcta tiene una puntuación de 0,5 puntos y cada respuesta incorrecta resta la mitad (0,25 puntos). Las preguntas sin contestar no puntúan.

A continuación se adjunta la tabla en la que el estudiante deberá responder a las preguntas del examen utilizando para ello un **bolígrafo** (no un lápiz). Si quiere rectificar una respuesta, tache la anterior y escriba la nueva dentro de la casilla. Las respuestas escritas deben ser perfectamente legibles (se recomienda utilizar mayúsculas para señalar la opción: A, B, C). El examen debe permanecer **siempre** grapado.

Código de barras, aquí

Corrector Nº

Número orden

Calificación

TABLA DE RESPUESTAS

1	
2	
3	
4	
5	

6	
7	
8	
9	
10	

11	
12	
13	
14	
15	

16	
17	
18	
19	
20	

1. Según los motivos que guían la realización de la inversión, las inversiones de expansión:
 - a. Pretenden ampliar los productos y mercados actuales de la empresa.
 - b. Se realizan para dar cumplimiento a leyes, normativas, homologaciones, etc.
 - c. Se realizan para sustituir un elemento productivo antiguo por otro nuevo.
2. De acuerdo con la clasificación de los tipos de emprendedores, una fuerte necesidad de creación en combinación con un fuerte deseo de poder genera:
 - a. Empresarios creadores de estructuras.
 - b. Ejecutivos al mando de la empresa.
 - c. Emprendedores buscadores de oportunidades.
3. El marketing de masas:
 - a. Implica atender con un mismo plan de marketing a la totalidad de las personas que necesitan un producto.
 - b. Considera que cada cliente es diferente al resto, por lo que adecua la oferta comercial de la empresa a las necesidades específicas de cada uno de ellos.
 - c. Consiste en dividir un mercado amplio en otros más reducidos (submercados), con el fin de aplicar a cada uno de los submercados una oferta comercial diferenciada.
4. El proceso de producción en línea:
 - a. Consiste en producir poca cantidad de producto con gran variabilidad, pues se elabora según los requerimientos del cliente.
 - b. Se caracteriza por la producción de grandes lotes de productos con una cierta variabilidad y un grado de estandarización elevado.
 - c. Sigue una secuencia lineal de operaciones para fabricar un único tipo de producto muy estandarizado.
5. Según la teoría de las necesidades de McClelland:
 - a. El individuo nunca llegará a satisfacer sus necesidades de poder.
 - b. Las necesidades de la persona son tres: de logro, de poder y de afiliación.
 - c. Para poder motivar a una persona es necesario conocer su posición en la pirámide de necesidades
6. La macroeconomía, como rama de la economía:
 - a. Se ocupa del estudio del comportamiento de los agentes individuales (mercados, empresas, etc.).
 - b. Estudia los comportamientos agregados o globales de los agentes económicos.
 - c. Se centra tanto en el estudio del comportamiento de los agentes individuales como en el agregado.
7. En el contexto de los principios de diseño organizativo, se puede decir que *la existencia de reglas y procedimientos que determinan cómo debe realizarse la tarea* se corresponde con el principio de:
 - a. Jerarquía.
 - b. Formalización.
 - c. División del trabajo y especialización.
8. En el proceso de comunicación las barreras de organización se derivan de:
 - a. Las diferencias en la interpretación de la finalidad del mensaje.
 - b. Las diferencias entre los códigos del emisor y del receptor.
 - c. Las características del canal.
9. El marketing social:
 - a. Considera que lo importante en la empresa es la producción.
 - b. Tiene como única premisa conocer al cliente para que el producto se adapte a él.
 - c. Busca equilibrar los beneficios de la empresa, la satisfacción del cliente y el bienestar de la sociedad.

10. La competencia monopolística, como estructura competitiva del mercado, se caracteriza por la existencia de:
 - a. Muchos vendedores y compradores de un producto homogéneo.
 - b. Un número reducido de vendedores y muchos compradores.
 - c. Muchos vendedores y compradores de productos diferenciados.
11. Entre otros elementos ¿cuáles de los siguientes forman parte del activo no corriente de una empresa?
 - a. La maquinaria, los inmuebles y los programas informáticos.
 - b. Las mercaderías, el dinero en caja y los inmuebles.
 - c. Las reservas, las deudas con proveedores y las deudas con acreedores.
12. En el contexto de las funciones directivas, *decidir por anticipado lo que se quiere conseguir en el futuro* se corresponde con:
 - a. La organización.
 - b. La planificación.
 - c. El control.
13. El empresario innovador se caracteriza por:
 - a. Coordinar los factores productivos para conseguir los resultados deseados.
 - b. Asumir el riesgo de tener que adelantar el pago de los factores a cambio de unos ingresos inciertos.
 - c. Lanzar un nuevo producto, introducirse en un nuevo mercado o implantar un nuevo proceso o forma de realizar el trabajo.
14. La formación fuera del puesto de trabajo:
 - a. Permite al trabajador aprender las tareas realizándolas bajo la orientación de un compañero experimentado.
 - b. Permite al trabajador alejarse del estrés y de las exigencias del puesto de trabajo.
 - c. Siempre logra transferir la situación y el contexto real en el que se desarrolla el trabajo.
15. Señale cuál de las siguientes opciones hace referencia en su totalidad a decisiones tácticas del área de operaciones:
 - a. Diseño del producto, distribución en planta y gestión de la cadena de suministros.
 - b. Gestión de los inventarios, distribución en planta y gestión del mantenimiento.
 - c. Gestión de la cadena de suministros, gestión de los inventarios y gestión del mantenimiento.
16. El balance, como documento contable:
 - a. Expresa en términos monetarios la situación económica-financiera y patrimonial de la empresa en un momento determinado.
 - b. Recoge el total de gastos satisfechos e ingresos obtenidos por la empresa en el ejercicio económico, clasificados según su naturaleza.
 - c. Recoge de forma cronológica las distintas operaciones derivadas de la actividad económico-empresarial.
17. En la distribución del producto, los intermediarios:
 - a. Forman parte de los canales directos.
 - b. Disminuyen el número de transacciones requeridas para acceder a bienes y servicios.
 - c. Determinan la elección de la estrategia de distribución: intensiva, exclusiva o selectiva.

18. En el momento de desarrollar un plan de negocio, la valoración de ratios y el análisis de sensibilidad de ciertos indicadores se contemplan en:
- El subplan de viabilidad comercial.
 - El subplan de viabilidad técnica y organizativa.
 - El subplan de viabilidad económico-financiero.
19. Entre los factores del entorno específico se encuentran:
- Las variables político-legales.
 - Las variables económicas.
 - Los elementos de acción directa.
20. Marina es la directora de una agencia de publicidad. Durante la mañana ha enviado un correo a las personas que están a su cargo al objeto de darles información sobre el calendario laboral del próximo año. ¿Qué rol informativo desempeña Marina en esta situación?
- Monitor.
 - Difusor.
 - Portavoz.

TABLA DE RESPUESTAS (COMPROBANTE PARA EL ESTUDIANTE)

1	
2	
3	
4	
5	

6	
7	
8	
9	
10	

11	
12	
13	
14	
15	

16	
17	
18	
19	
20	