



UNIVERSIDAD DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

PRUEBAS DE ACCESO A LA UNIVERSIDAD PARA MAYORES DE 25 AÑOS

CONVOCATORIA DE ABRIL DE 2013

MATERIA: ECONOMÍA Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS 2 / 2

CÓDIGO DE BARRAS

IDENTIFICACIÓN

Nº del corrector	
Nº de orden	
Calificación	

1

INSTRUCCIONES

CONSIDERACIONES: Este examen consta de 20 preguntas tipo test. En cada pregunta tipo test se deberá responder una sola opción (**sólo hay una correcta**). El número de respuestas obtenidas en las preguntas test será igual al número de preguntas correctamente contestadas menos la mitad de las respuestas incorrectas, no restando las preguntas que se dejen sin contestar, de tal manera que:

$$\text{Nº respuestas obtenidas} = \text{Nº respuestas correctas} - (0,50 * \text{Nº respuestas incorrectas})$$

A continuación se adjunta la tabla en la que el alumno 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).

TABLA DE RESPUESTAS (CORRECCIÓN)

1	
2	
3	
4	
5	

6	
7	
8	
9	
10	

11	
12	
13	
14	
15	

16	
17	
18	
19	
20	

1. Los empresarios creadores de estructuras resultan de la combinación entre:
 - a. Fuerte necesidad de logro y deseo de autonomía.
 - b. Débil necesidad de logro y deseo de poder.
 - c. Fuerte necesidad de logro y deseo de poder.
2. ¿Cómo se denomina el sistema económico según el cual las cuestiones económicas en una sociedad se resuelven en el mercado, siendo este el principal mecanismo de asignación de recursos?
 - a. Economía de planificación central.
 - b. Sistema capitalista.
 - c. Economía autoritaria.
3. Con respecto al descuento de efectos comerciales se puede decir que:
 - a. Es una fuente de financiación externa ajena a corto plazo.
 - b. Es una fuente de financiación externa propia a corto plazo.
 - c. Es una fuente de inversión externa ajena a corto plazo.
4. Una de las características de los servicios en relación con los bienes:
 - a. Radica en que generalmente los servicios se prestan de modo estandarizado, sin tener en cuenta las características del usuario.
 - b. Consiste en que una parte importante del valor de los servicios puede percibirse de forma objetiva.
 - c. Es la necesidad de evaluar los servicios con criterios distintos de los que se emplean para evaluar los bienes.
5. En cuanto a la empresa y el empresario, señale la afirmación correcta:
 - a. La figura del empresario destaca por su papel de innovador y su capacidad para asumir riesgos.
 - b. A la hora de clasificar a las empresas se puede utilizar el criterio jurídico, que supone principalmente diferenciar a las empresas atendiendo a la responsabilidad que tienen sus propietarios.
 - c. Las dos afirmaciones anteriores son correctas.
6. ¿Qué función de los directivos consiste en verificar que el comportamiento de la empresa se mantiene dentro de los límites establecidos, es decir, que se cumplen los objetivos previstos?
 - a. Planificar.
 - b. Organizar.
 - c. Controlar.
7. En el subplan de viabilidad comercial del plan de empresa ha de abordarse, entre otros aspectos:
 - a. Las conclusiones del estudio de mercado.
 - b. Los trámites necesarios para la apertura de la empresa.
 - c. El análisis DAFO que se deriva del estudio del entorno.

8. La ventaja en diferenciación supone una orientación estratégica que consiste en...
 - a. Ofrecer un producto que el cliente perciba como único debido a las características que presenta (imagen de marca, servicio posventa...).
 - b. Producir un producto a unos costes inferiores a los de la competencia, manteniendo unos niveles de calidad y servicio adecuados.
 - c. Elaborar un producto a unos costes superiores a los de la competencia, manteniendo unos niveles de calidad y servicio adecuados.
9. La formación engloba dos tipos de programas:
 - a. De desarrollo y los que se diseñan con el fin de crear en el empleado las habilidades necesarias para ocupar un nuevo puesto de trabajo.
 - b. De capacitación y los que se orientan a crear en el empleado las habilidades necesarias para desempeñar un nuevo trabajo.
 - c. De capacitación y los que se orientan a mantener y mejorar el rendimiento del empleado en su actual puesto de trabajo.
10. Respecto a la estructura organizativa, señale la afirmación correcta.
 - a. La estructura formal representa el patrón de relaciones que surgen de forma espontánea entre los miembros de la organización.
 - b. La estructura informal recoge las relaciones de autoridad, comunicación y trabajo que existe entre los miembros de una organización, y que han sido definidas por la dirección de la misma.
 - c. Los organigramas y los manuales de la organización son instrumentos que ayudan a materializar el concepto de estructura organizativa.
11. Con respecto al marketing estratégico, se puede decir que:
 - a. Incluye la investigación de mercados, que consiste en delimitar cuáles son los aspectos relevantes para explicar cómo actúa el consumidor cuando se enfrenta al proceso de decisión de compra.
 - b. Engloba la segmentación del mercado, enfoque según el cual la organización atiende a todo el mercado con la misma oferta comercial.
 - c. Implica analizar y comprender el entorno, para lo cual se realiza una serie de actividades entre las que se encuadra el análisis de la demanda.
12. Con relación a los roles directivos, ¿cuál de los siguientes supone un rol de decisión?
 - a. Cabeza visible.
 - b. Gestor de anomalías.
 - c. Monitor.
13. Una de las diferencias entre un accionista y un obligacionista es que:
 - a. El obligacionista participa en la toma de decisiones de la empresa, mientras que el accionista no interviene en la toma de decisiones.
 - b. El obligacionista percibe una retribución variable, mientras que el accionista conoce con exactitud y precisión cuál va a ser su retribución.
 - c. El obligacionista asume un riesgo menor que el accionista.

14. Dentro de las decisiones de la administración de recursos humanos se encuadra:
 - a. El reclutamiento.
 - b. La comunicación.
 - c. La motivación.
15. Las decisiones de comunicación comercial:
 - a. Aglutinan, entre otras, la acción de la fuerza de ventas.
 - b. Implican la elección de los sistemas a utilizar para poner el producto a disposición del cliente.
 - c. Se refieren a la identificación de las características del producto a ofrecer al cliente.
16. Una inversión que se realiza con el fin de mejorar un producto ya existente se puede decir que es una inversión:
 - a. De innovación.
 - b. De reemplazo.
 - c. Estratégica.
17. En cuanto a las decisiones en el trabajo directivo, ¿cómo se denominan las decisiones que pretenden resolver problemas comunes y conocidos a través de la aplicación de soluciones estándares?
 - a. Decisiones innovadoras.
 - b. Decisiones adaptativas.
 - c. Decisiones rutinarias.
18. Respecto a los tipos de procesos de producción, el proceso por proyecto se caracteriza por:
 - a. La obtención de productos únicos, elaborados según las especificaciones que estipule el cliente.
 - b. El hecho de que las máquinas se tienen que parar con frecuencia para adecuarlas a la fabricación del siguiente lote de producto.
 - c. Seguir una secuencia lineal de operaciones para fabricar un producto estándar.
19. Dentro de las teorías de la motivación, ¿qué teoría señala que una persona se motiva para hacer algo si cree que puede conseguirlo, si cree que recibirá un premio a cambio y si valora dicho premio?
 - a. Escuela de las Relaciones Humanas.
 - b. Teoría de las expectativas de Vroom.
 - c. Teoría de las necesidades de McClelland.
20. Con respecto al marketing se puede decir que:
 - a. En sus comienzos, su propósito consistía en conocer al cliente con el fin de diseñar productos que se adaptaran al mismo.
 - b. Inicialmente desempeñaba un papel pasivo, siendo lo importante la producción.
 - c. Se encamina de modo exclusivo a diseñar el modo de distribuir los productos.

TABLA DE RESPUESTAS:

(Comprobante para el alumno)

Modelo 2 / 2 (2013)

1	
2	
3	
4	
5	

6	
7	
8	
9	
10	

11	
12	
13	
14	
15	

16	
17	
18	
19	
20	