



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

**PRUEBA DE ACCESO A LA UNIVERSIDAD
PARA MAYORES DE 25 y 45 AÑOS
CONVOCATORIA DE ABRIL DE 2017**

MATERIA: ECONOMÍA Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

1 A

Código de barras

Corrector N°

Examen N°

Calificación

INSTRUCCIONES:

Este examen consta de 20 preguntas tipo test. En cada pregunta tipo test se deberá responder una sola opción (**solo 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). Deberá redondear la opción que considere correcta. Si quiere rectificar una respuesta, tache la anterior y redondee la nueva opción que considere correcta. El examen debe permanecer **siempre** grapado.

1	a	b	c
2	a	b	c
3	a	b	c
4	a	b	c
5	a	b	c
6	a	b	c
7	a	b	c
8	a	b	c
9	a	b	c
10	a	b	c
11	a	b	c
12	a	b	c
13	a	b	c
14	a	b	c
15	a	b	c
16	a	b	c
17	a	b	c
18	a	b	c
19	a	b	c
20	a	b	c

ACIERTOS	
FALLOS	
CALIFICACIÓN	



1. Ana, directora comercial de una empresa, se ha reunido con su superior al objeto de darle a conocer un problema que tiene en su departamento y qué está generando malestar entre sus subordinados. Los subordinados de Ana no están conformes con la política que sigue la empresa en la gestión de las bajas. De acuerdo con la clasificación de roles directivos propuesta por Mintzberg, cuando Ana se reúne con su superior está desempeñando un rol:
 - a. Portavoz.
 - b. Monitor.
 - c. Difusor.

2. El descuento de efectos comerciales:
 - a. Deriva el riesgo de insolvencia a la entidad bancaria, que pasa a asumirlo.
 - b. Permite el aplazamiento en el pago de las mercancías a los proveedores.
 - c. Permite anticipar el importe de un efecto comercial antes de su vencimiento.

3. En el proceso de comunicación pueden aparecer elementos distorsionantes generados por las propias características del canal. A estos elementos distorsionantes se les denomina barreras:
 - a. De organización.
 - b. Semánticas.
 - c. De actitud o conducta.

4. El sistema económico:
 - a. Estudia la conducta de los agentes individuales (mercados, empresas, etc.) en la economía.
 - b. Analiza los comportamientos agregados o globales en la economía.
 - c. Es la forma de organizar las relaciones entre los elementos que componen la realidad económica de un territorio.

5. La distribución en planta por productos agrupa los equipos y personas:
 - a. Siguiendo el criterio del producto a fabricar.
 - b. Junto al lugar donde se va a realizar el trabajo.
 - c. Teniendo en cuenta la función que desempeñan.



6. La investigación de mercados:
 - a. Pretende la cuantificación de la demanda del mercado, ya sea en unidades físicas o monetarias.
 - b. Consiste en la obtención y análisis de la información que la empresa requiere para tomar sus decisiones de marketing.
 - c. Se basa siempre en información primaria obtenida a partir de técnicas cualitativas y cuantitativas.

7. Un mercado caracterizado por la existencia de muchos vendedores y compradores, y donde es probable que ninguno de ellos tenga capacidad para manipular el precio, es un mercado:
 - a. De competencia perfecta.
 - b. De competencia monopolística.
 - c. De oligopolio.

8. Cuando se dice que el empresario es aquel que lanza un nuevo producto o implanta un nuevo proceso ¿qué rasgo del empresario se está destacando?
 - a. La capacidad de ejercer como coordinador.
 - b. La capacidad para asumir riesgos.
 - c. La capacidad de innovar.

9. Las variables tecnológicas, como el presupuesto dedicado a investigación y desarrollo:
 - a. Forman parte del entorno específico.
 - b. Se engloban dentro del entorno general.
 - c. Forman parte de los elementos de acción directa del entorno.

10. Dentro de las decisiones estratégicas de operaciones se incluye:
 - a. La gestión de la cadena de suministros y la distribución en planta.
 - b. El diseño del producto y el control de calidad.
 - c. La planificación de la calidad y la localización de las instalaciones.



11. En el marco del plan de negocio, el análisis del entorno se incluye en:
 - a. El subplan de viabilidad comercial.
 - b. El subplan de viabilidad estratégica.
 - c. El subplan de viabilidad técnico-organizativa.

12. En el contexto de los principios de diseño organizativo, el reparto de la autoridad entre los diferentes niveles organizativos con el fin de coordinar el trabajo y distribuir la responsabilidad entre los empleados hace referencia a:
 - a. La formalización.
 - b. La especialización.
 - c. La jerarquía.

13. En el contexto de las funciones clásicas del proceso directivo, identificar y asignar las tareas necesarias para alcanzar los objetivos de la empresa forma parte de:
 - a. La planificación.
 - b. La organización.
 - c. El control.

14. Entre las fases del proceso de creación de una empresa se incluyen:
 - a. La suscripción de una franquicia y la participación en una empresa existente.
 - b. La identificación y evaluación de la oportunidad, y el desarrollo del plan de negocio.
 - c. La búsqueda de una innovación y la suscripción de una franquicia.

15. La maquinaria, el mobiliario y los edificios de la empresa forman parte del:
 - a. Activo corriente.
 - b. Activo no corriente.
 - c. Pasivo no corriente.



16. De acuerdo con la teoría de McClelland, el deseo de hacer mejor las cosas y alcanzar el éxito se corresponde con la necesidad de:
- Logro.
 - Poder.
 - Afiliación.
17. ¿A qué concepto de marketing se alude cuando se dice que “consiste en el seguimiento permanente de las oportunidades del entorno y del posicionamiento competitivo de la organización en los mercados”?
- Al concepto de marketing estratégico.
 - Al concepto de marketing operativo.
 - Al concepto de marketing mix.
18. En el contexto de las decisiones de administración de recursos humanos, los programas de capacitación pretenden:
- Crear las habilidades necesarias que permitan al empleado desempeñar trabajos futuros.
 - Elegir al candidato/a que se ajuste mejor al perfil del puesto de trabajo.
 - Mantener y mejorar el desempeño del trabajador en el puesto de trabajo actual.
19. Con respecto a los libros contables, el Libro Diario:
- Permite conocer en cualquier momento la evolución y situación de un elemento patrimonial.
 - Refleja por sí solo todo el patrimonio de la empresa, siendo imprescindible en cualquier contabilidad si bien no es obligatorio.
 - Registra de forma cronológica las distintas operaciones derivadas de la actividad económico-empresarial.
20. En relación con las relaciones públicas como instrumento de comunicación se puede decir que:
- Incluyen actividades como el patrocinio y las relaciones con los medios de comunicación.
 - Se orientan de forma exclusiva a fomentar las relaciones con los empleados y directivos.
 - Pretenden formar una imagen positiva de la empresa únicamente entre los clientes.