



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

2

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. El dinero en los bancos, las existencias en el almacén y las facturas pendientes de cobro a los clientes forman parte del:
 - a. Activo corriente.
 - b. Activo no corriente.
 - c. Pasivo no corriente.

2. Las variables sociales, como los factores demográficos:
 - a. Forman parte del entorno general.
 - b. Se engloban dentro del entorno específico.
 - c. Forman parte de los elementos de acción directa del entorno.

3. De acuerdo con la teoría de McClelland, el deseo de gozar de la aceptación y el aprecio de los demás se corresponde con la necesidad de:
 - a. Logro.
 - b. Poder.
 - c. Afiliación.

4. La distribución en planta por procesos 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. De acuerdo a la función que realizan.

5. Con relación a los libros contables, el Libro de Inventarios y Cuentas Anuales:
 - a. Permite conocer en cualquier momento la evolución y situación de un elemento patrimonial.
 - b. Refleja por sí solo todo el patrimonio de la empresa, siendo imprescindible en cualquier contabilidad y es obligatorio.
 - c. Registra de forma cronológica las distintas operaciones derivadas de la actividad económico-empresarial.



6. Un mercado caracterizado por la existencia de muchos oferentes y demandantes y productos diferenciados es:
 - a. Un oligopolio.
 - b. Un mercado de competencia monopolística.
 - c. Un mercado de competencia perfecta.

7. María lleva varios días ocupada con la realización del presupuesto de su empresa. Tiene que asignar cuantías monetarias a las diferentes partidas de gastos y repartir el presupuesto entre las principales áreas de la empresa. De acuerdo con la clasificación de roles directivos propuesta por Mintzberg, María está desempeñando un rol:
 - a. Emprendedor.
 - b. Gestor de anomalías.
 - c. Asignador de recursos.

8. La promoción de ventas:
 - a. Se debe limitar de modo exclusivo a los periodos de ventas bajas.
 - b. Pretende estimular la venta del producto.
 - c. Consiste en un conjunto de incentivos que se dan de forma exclusiva al distribuidor.

9. El plan de empresa o plan de negocio:
 - a. Se centra de forma exclusiva en la evaluación de la viabilidad económico-financiera.
 - b. Es un concepto más reducido que el de plan de viabilidad.
 - c. Sirve como herramienta de planificación al emprendedor.

10. La autofinanciación de enriquecimiento:
 - a. Está integrada por las amortizaciones.
 - b. Está constituida por los beneficios retenidos en forma de reserva.
 - c. Pretende mantener intacto el patrimonio empresarial.



11. Dentro de las decisiones tácticas de operaciones se incluye:
 - a. La gestión de la cadena de suministros y el diseño del proceso.
 - b. La gestión del mantenimiento y el control de calidad.
 - c. La distribución en planta y la gestión de los inventarios.

12. El sistema capitalista, como forma de organizar la economía, se caracteriza:
 - a. Por la plena intervención del Estado en todas las decisiones económicas que se toman en el mercado.
 - b. Porque todos los intercambios entre consumidores y oferentes que se producen en el mercado son regulados por el Estado.
 - c. Por la libertad de los consumidores para decidir lo que demandan y de los oferentes para decidir lo que ofrecen.

13. En el contexto de los principios de diseño organizativo, la concentración de la toma de decisiones en manos de la dirección general hace referencia a:
 - a. La formalización.
 - b. La especialización.
 - c. La centralización.

14. Cuando se dice que el empresario se encarga de combinar los factores productivos para conseguir los resultados deseados ¿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.

15. ¿A qué concepto de marketing se alude cuando se dice que “consiste en diseñar un plan de marketing adecuado para la estrategia previamente establecida, con el propósito de conquistar los mercados seleccionados”?
 - a. Al concepto de marketing estratégico.
 - b. Al concepto de marketing operativo.
 - c. Al concepto de marketing funcional.



16. En el contexto de las funciones clásicas del proceso directivo, verificar que el comportamiento de la empresa se mantiene dentro de los límites establecidos con anterioridad y, en caso de desviaciones, tomar medidas correctoras forma parte de:
- La planificación.
 - La organización.
 - El control.
17. En el proceso de comunicación pueden aparecer elementos distorsionantes derivados de la existencia de diferencias entre los códigos del emisor y del receptor. A estos elementos distorsionantes se les denomina barreras:
- De organización.
 - Semánticas.
 - De actitud o conducta.
18. Al estudio del proceso de decisión que sigue un cliente en la compra de un producto se le denomina:
- Estudio del comportamiento del consumidor.
 - Investigación de mercados.
 - Análisis de la demanda.
19. En el marco del plan de negocio, el análisis de la localización de la empresa se incluye en:
- El subplan de viabilidad comercial.
 - El subplan de viabilidad estratégica.
 - El subplan de viabilidad técnico-organizativa.
20. En el contexto de las decisiones de administración de recursos humanos y con respecto a la evaluación del proceso formativo se puede decir que:
- Es una tarea relativamente sencilla puesto que el éxito de la formación solo depende de la motivación del empleado.
 - Se debe valorar las mejoras que ha generado en la empresa, conociendo qué tipo de formación ha proporcionado mejores resultados.
 - No es algo que se requiera a priori, es decir, no es necesario evaluar el proceso formativo.