



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 2019**

MATERIA: ECONOMÍA Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

2

Código de barras

Corrector Nº

Examen Nº

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). Sólo las respuestas reflejadas en la tabla se considerarán para la corrección. 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	
SIN CONTESTAR	
CALIFICACIÓN	



1. El reclutamiento:
 - a. Es el proceso por el cual se elige a los candidatos que mejor encajen en el perfil del puesto de trabajo.
 - b. Puede realizarse en el interior de la empresa o en el exterior.
 - c. Solo se puede realizar mediante agencias externas.

2. El patrimonio neto de la empresa se calcula sumando:
 - a. El valor de sus bienes, derechos y obligaciones.
 - b. El valor de sus bienes y derechos.
 - c. El valor de sus bienes y derechos y restando el valor de sus obligaciones.

3. La economía:
 - a. Estudia cómo se asignan las necesidades a la sociedad de la forma más adecuada.
 - b. Se ocupa de cuestiones relativas a la satisfacción de las necesidades de la sociedad.
 - c. Pretende resolver el problema de la escasez de necesidades en la sociedad.

4. La distribución en planta:
 - a. Busca determinar la forma más adecuada de ubicar los equipos y los recursos humanos en el área de trabajo.
 - b. Se orienta a determinar la mejor ubicación posible para la planta de fabricación o de prestación de servicios.
 - c. Garantiza que el cliente esté siempre presente en el sistema.

5. El marketing operativo:
 - a. Se basa en el seguimiento permanente de las oportunidades del entorno y del posicionamiento competitivo de la empresa en los mercados.
 - b. Consiste en diseñar un plan de marketing adecuado para la estrategia previamente establecida.
 - c. Pretende definir cuál va a ser el mercado de la empresa y cuál va a ser el posicionamiento de la misma.

6. La memoria es un documento contable que:
 - a. Amplía la información que se incluye en el balance, la cuenta de pérdidas y ganancias y el estado de cambios en el patrimonio neto.
 - b. Recoge el total de gastos satisfechos e ingresos obtenidos por la empresa en el ejercicio económico.
 - c. Detalla las variaciones que se producen en la composición del patrimonio neto de la empresa.



7. La producción:
 - a. Implica en todos los casos una transformación física o real.
 - b. Es el proceso de transformación de productos acabados o *outputs* en recursos o *inputs*.
 - c. Es un proceso de creación de valor, que permite obtener bienes y/o servicios.

8. Una empresa constructora pertenece al sector:
 - a. Primario.
 - b. Secundario.
 - c. Terciario.

9. Las variables político-legales forman parte de:
 - a. El entorno general.
 - b. El entorno específico.
 - c. Los elementos de acción directa del entorno.

10. En la creación de una empresa existen una serie de etapas. La *detección de la idea de negocio* forma parte de la etapa de:
 - a. Identificación y evaluación de la oportunidad.
 - b. Desarrollo de un plan de negocio.
 - c. Determinación de los requerimientos de recursos.

11. La cuota de mercado de una empresa:
 - a. Alude a la diferencia entre la demanda actual y el mercado potencial.
 - b. Representa la parte del mercado que le corresponde a dicha empresa.
 - c. Es la cantidad de producto a vender para que el mercado se encuentre saturado del mismo.

12. Ana, directora general de una empresa del sector de las telecomunicaciones, ha implantado una serie de medidas para resolver el alto índice de absentismo que en el último año se ha registrado en la empresa y que había generado una disminución de los beneficios. ¿Qué rol de decisión desempeña Ana en esta situación?
 - a. Negociador.
 - b. Asignador de recursos.
 - c. Gestor de anomalías.



13. La capacidad de un directivo de ventas para manejar una hoja de cálculo que le permita realizar un informe se enmarca en las habilidades:
- Técnicas.
 - Interpersonales.
 - Conceptuales.
14. En el contexto del proceso estratégico, la detección de oportunidades puede surgir del análisis:
- Del entorno general.
 - Interno de la empresa.
 - De los recursos humanos de la empresa.
15. La formación en el puesto de trabajo:
- Permite el aprendizaje de la tarea bajo la supervisión de una persona con experiencia.
 - Aleja a las personas del estrés y de las exigencias del puesto de trabajo.
 - No consigue transferir la situación y el contexto real en el que se desarrolla el trabajo.
16. Una persona ejerce el liderazgo sobre la base de sus características personales. La fuente del poder que le permite ejercer el liderazgo es el:
- Poder de experto.
 - Poder legítimo.
 - Poder de referencia.
17. En la elaboración del plan de empresa o plan de negocio, el *análisis DAFO* forma parte de:
- El subplan de viabilidad comercial.
 - El análisis de entorno y subplan de viabilidad estratégica.
 - El subplan de viabilidad técnica y organizativa.
18. Las aportaciones de los propietarios o socios de la empresa forman parte de:
- La autofinanciación de enriquecimiento.
 - La financiación externa ajena.
 - La financiación externa propia.



19. En el contexto de la investigación de mercados, la información nueva que se obtiene a partir de técnicas cuantitativas y cualitativas es:
- a. Información primaria.
 - b. Información secundaria.
 - c. Información técnica.
20. El organigrama de la empresa ayuda a materializar:
- a. La estructura organizativa de la empresa.
 - b. La estrategia de la empresa.
 - c. La misión de la empresa.