



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

1 B

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. En la creación de una empresa existen una serie de etapas. La *determinación de los trámites y agenda del empresario* forma parte de la etapa de:
 - a. Desarrollo de un plan de negocio.
 - b. Identificación y evaluación de la oportunidad.
 - c. Determinación de los requerimientos de recursos.
2. Si la empresa pretende que su producto esté presente en el mayor número posible de puntos de venta seguirá una estrategia de distribución:
 - a. Intensiva.
 - b. Exclusiva.
 - c. Selectiva.
3. Una persona ejerce el liderazgo sobre la base de sus capacidades o conocimientos. La fuente del poder que le permite ejercer el liderazgo es el:
 - a. Poder de referencia.
 - b. Poder legítimo.
 - c. Poder de experto.
4. La retribución indirecta:
 - a. Está formada íntegramente por el salario base que percibe el empleado.
 - b. Siempre tiene una parte fija y una variable, condicionada al cumplimiento de objetivos.
 - c. Hace referencia a prestaciones sociales que el trabajador y/o su familia perciben.
5. El balance es un documento contable que:
 - 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.
 - c. Detalla las variaciones que se producen en la composición del patrimonio neto de la empresa.
6. El estudio del comportamiento del consumidor pretende conocer:
 - a. Cuáles son los aspectos y dimensiones que determinan el proceso de decisión que sigue una persona en la compra de un producto.
 - b. Quiénes son los clientes actuales y potenciales de la empresa, cuáles son sus características y cómo percibe el consumidor los productos de la empresa.
 - c. La cuantificación, en términos físicos o monetarios, de las cantidades de producto que demandan los consumidores.



7. El empréstito se caracteriza por:
 - a. La existencia de un único prestamista.
 - b. La participación del obligacionista en la toma de decisiones de la empresa.
 - c. La existencia de múltiples prestamistas.

8. Un sistema económico donde las empresas y los consumidores, a través del sistema de precios, toman las decisiones económicas relacionadas con la producción y el consumo se denomina:
 - a. Sistema capitalista.
 - b. Economía de planificación central.
 - c. Sistema dirigido.

9. En los sistemas de alto contacto:
 - a. El cliente debe ser una parte del sistema para recibir el servicio.
 - b. Es opcional que el cliente esté o no en el sistema.
 - c. El cliente recibe el servicio sin tener que estar presente en el sistema.

10. Desde la óptica del marketing social:
 - a. Lo importante en la empresa es la producción y el papel del área de marketing consiste en vender lo que se produce.
 - b. Se busca el equilibrio entre la satisfacción del consumidor, el beneficio de la empresa y el bienestar de la sociedad.
 - c. El único propósito del marketing consiste en conocer bien al consumidor para lograr que el producto se adapte a él.

11. La gestión de la cadena de suministros:
 - a. Es una decisión táctica de operaciones que se ocupa de especificar el desarrollo de todas y cada una de las actividades relacionadas con el área.
 - b. Es una decisión estratégica de operaciones que se ocupa de especificar el desarrollo de todas y cada una de las actividades relacionadas con el área.
 - c. Es una decisión táctica de operaciones que comprende la función de compras y la de distribución.



12. Laura, directora general de una empresa del sector de la alimentación, ha convocado a los medios de comunicación para informar de la apertura de nuevos establecimientos en las Islas Canarias. ¿Qué rol informativo desempeña Laura en esta situación?
- Monitor.
 - Difusor.
 - Portavoz.
13. En el contexto del proceso estratégico, la identificación de fortalezas puede surgir del análisis:
- Del entorno general.
 - Interno de la empresa.
 - Del entorno específico.
14. El patrimonio neto de la empresa está conformado por:
- Los bienes y derechos de cobro de la empresa.
 - Las obligaciones y deudas de la empresa.
 - Los fondos aportados por los socios y/o generados por la propia empresa.
15. En la elaboración del plan de empresa o plan de negocio, las *características de los medios de producción a utilizar (humanos y materiales)* forma parte de:
- El análisis de entorno y subplan de viabilidad estratégica.
 - El subplan de viabilidad comercial.
 - El subplan de viabilidad técnica y organizativa.
16. Los directivos de carácter general:
- Actúan siempre como puntos de conexión entre los directivos de primera línea y la alta dirección.
 - Son responsables de una única unidad especializada de tipo funcional.
 - Dirigen una unidad en la que trabajan especialistas de las diferentes áreas funcionales.
17. Una empresa dedicada al transporte de viajeros pertenece al sector:
- Primario.
 - Secundario.
 - Terciario.



18. En el contexto de la teoría de las necesidades de McClelland el deseo del individuo de hacer mejor las cosas y alcanzar el éxito se encuadra en las necesidades:
- a. De logro.
 - b. De poder.
 - c. De afiliación.
19. Los proveedores forman parte de:
- a. El entorno general.
 - b. El entorno específico.
 - c. Los elementos de acción indirecta del entorno.
20. El principio de diseño organizativo que alude al *reparto de la autoridad entre los diferentes niveles organizativos con el fin de coordinar el trabajo y distribuir la responsabilidad entre los empleados* se denomina:
- a. Especialización.
 - b. Jerarquía.
 - c. Formalización.