



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 A

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 estudio del comportamiento del consumidor pretende conocer:
 - a. Quiénes son los clientes actuales y potenciales de la empresa, cuáles son sus características y cómo percibe el consumidor los productos de la empresa.
 - b. Cuáles son los aspectos y dimensiones que determinan el proceso de decisión que sigue una persona en la compra de un producto.
 - c. La cuantificación, en términos físicos o monetarios, de las cantidades de producto que demandan los consumidores.
2. 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.
3. 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.
4. En el contexto del proceso estratégico, la identificación de fortalezas puede surgir del análisis:
 - a. Del entorno general.
 - b. Interno de la empresa.
 - c. Del entorno específico.
5. Los directivos de carácter general:
 - a. Actúan siempre como puntos de conexión entre los directivos de primera línea y la alta dirección.
 - b. Son responsables de una única unidad especializada de tipo funcional.
 - c. Dirigen una unidad en la que trabajan especialistas de las diferentes áreas funcionales.
6. Una empresa dedicada al transporte de viajeros pertenece al sector:
 - a. Primario.
 - b. Secundario.
 - c. Terciario.



7. 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.
8. 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.
9. 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:
- Poder de experto.
 - Poder legítimo.
 - Poder de referencia.
10. La retribución indirecta:
- Está formada íntegramente por el salario base que percibe el empleado.
 - Siempre tiene una parte fija y una variable, condicionada al cumplimiento de objetivos.
 - Hace referencia a prestaciones sociales que el trabajador y/o su familia perciben.
11. 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.
12. 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:
- Especialización.
 - Jerarquía.
 - Formalización.



13. 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:
- De logro.
 - De poder.
 - De afiliación.
14. 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:
- Identificación y evaluación de la oportunidad.
 - Desarrollo de un plan de negocio.
 - Determinación de los requerimientos de recursos.
15. El balance es un documento contable que:
- Expresa en términos monetarios la situación económica-financiera y patrimonial de la empresa en un momento determinado.
 - Recoge el total de gastos satisfechos e ingresos obtenidos por la empresa en el ejercicio económico.
 - Detalla las variaciones que se producen en la composición del patrimonio neto de la empresa.
16. Si la empresa pretende que su producto esté presente en el mayor número posible de puntos de venta seguirá una estrategia de distribución:
- Intensiva.
 - Exclusiva.
 - Selectiva.
17. Los proveedores forman parte de:
- El entorno general.
 - El entorno específico.
 - Los elementos de acción indirecta del entorno.
18. El empréstito se caracteriza por:
- La existencia de un único prestamista.
 - La participación del obligacionista en la toma de decisiones de la empresa.
 - La existencia de múltiples prestamistas.



19. 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.

20. 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. El único propósito del marketing consiste en conocer bien al consumidor para lograr que el producto se adapte a él.
- c. Se busca el equilibrio entre la satisfacción del consumidor, el beneficio de la empresa y el bienestar de la sociedad.