



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

**PRUEBAS DE ACCESO A LA UNIVERSIDAD
PARA MAYORES DE 25 y 45 AÑOS
CONVOCATORIA DE ABRIL DE 2015**

MATERIA: ECONOMÍA Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

1 A

INSTRUCCIONES Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Este examen consta de 20 preguntas tipo test. En cada pregunta tipo test se deberá responder una sola opción (**sólo 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). Si quiere rectificar una respuesta, tache la anterior y escriba la nueva dentro de la casilla. Las respuestas escritas deben ser perfectamente legibles (se recomienda utilizar mayúsculas para señalar la opción: A, B, C). El examen debe permanecer **siempre** grapado.

Código de barras, aquí

Corrector Nº

Número orden

Calificación

TABLA DE RESPUESTAS

1	
2	
3	
4	
5	

6	
7	
8	
9	
10	

11	
12	
13	
14	
15	

16	
17	
18	
19	
20	

1. Según la teoría de las necesidades de Maslow:
 - a. El individuo nunca llegará a satisfacer sus necesidades de autorrealización.
 - b. Para poder motivar a una persona es necesario conocer su posición en la pirámide de necesidades.
 - c. Las necesidades de la persona son tres: de logro, de poder y de afiliación.
2. El proceso de producción artesanal o en talleres:
 - a. Consiste en producir poca cantidad de producto con gran variabilidad, pues se elabora según los requerimientos del cliente.
 - b. Se caracteriza por la producción de grandes lotes de producto con escasa variabilidad y un grado de estandarización elevado.
 - c. Sigue una secuencia lineal de operaciones para fabricar un único tipo de producto muy estandarizado.
3. La microeconomía, como rama de la economía:
 - a. Se ocupa del estudio de la conducta de los agentes individuales (mercados, empresas, etc.).
 - b. Estudia los comportamientos agregados o globales de los agentes económicos.
 - c. Se centra tanto en el estudio del comportamiento de los agentes individuales como en el agregado.
4. El marketing directo como forma de comunicación comercial:
 - a. Posibilita la medición de su impacto con gran precisión.
 - b. Consiste en un conjunto de incentivos diseñados para estimular la compra de un producto.
 - c. Incluye actividades como la sponsorización o patrocinio.
5. El empresario riesgo se caracteriza por:
 - a. Coordinar y combinar los factores productivos para conseguir los resultados deseados.
 - b. Asumir el riesgo de tener que adelantar el pago de los factores a cambio de unos ingresos inciertos.
 - c. Lanzar un nuevo producto, introducirse en un nuevo mercado o implantar un nuevo proceso o forma de realizar el trabajo.
6. El libro Diario, como libro contable:
 - a. Agrupa las operaciones por cuentas, permitiendo conocer en cualquier momento la evolución y situación de un elemento patrimonial.
 - b. Registra de forma cronológica las distintas operaciones derivadas de la actividad económico-empresarial.
 - c. Expresa en términos monetarios la situación económica-financiera y patrimonial de la empresa en un momento determinado.
7. De acuerdo con la clasificación de los tipos de emprendedores, una fuerte necesidad de creación en combinación con un fuerte deseo de autonomía genera:
 - a. Ejecutivos al mando de la empresa.
 - b. Emprendedores buscadores de oportunidades.
 - c. Empresarios creadores de estructuras.
8. Con respecto a la oferta de un bien se puede decir que:
 - a. Está influenciada por factores como el precio del bien y el nivel de ingresos de los compradores.
 - b. Recoge los deseos de los compradores sobre la adquisición de dicho bien.
 - c. Está influenciada por factores como la tecnología y los costes de producción.

9. En el contexto de los principios de diseño organizativo, se puede decir que *el reparto de la toma de decisiones entre los distintos niveles jerárquicos* se corresponde con el principio de:
- Descentralización.
 - Formalización.
 - División del trabajo y especialización.
10. Con respecto a la formación en la empresa, señale la respuesta correcta:
- Se ha de reconocer que la valoración de la formación no resulta tarea fácil.
 - Una vez terminado el proceso formativo, no es necesario evaluar el éxito del mismo.
 - En el éxito de la formación sólo influye la motivación del trabajador.
11. Entre los elementos del entorno general se encuentran:
- Los elementos de acción directa.
 - Los proveedores.
 - Las variables tecnológicas.
12. En el contexto de las funciones directivas, *identificar y asignar las tareas necesarias para alcanzar los objetivos de la empresa* forma parte de:
- La planificación.
 - El control.
 - La organización.
13. Entre otros elementos ¿cuáles de los siguientes forman parte del activo corriente de una empresa?
- La maquinaria, las materias primas y los programas informáticos.
 - Las mercaderías, el dinero en caja y las facturas pendientes de cobro.
 - Las reservas, las deudas con proveedores y las deudas con acreedores.
14. José es el director de una empresa especializada en la asesoría fiscal. En las últimas semanas se ha encargado personalmente de preparar el presupuesto para el próximo año. ¿Qué rol de decisión desempeña José en esta situación?
- Gestor de anomalías.
 - Asignador de recursos.
 - Negociador.
15. En el momento de desarrollar un plan de negocio, el análisis de la distribución de las instalaciones se contempla en:
- El subplan de viabilidad comercial.
 - El subplan de viabilidad técnica y organizativa.
 - El subplan de viabilidad económico-financiero.
16. En el proceso de comunicación, las barreras de actitud o conducta se derivan de:
- Las características del canal.
 - Las diferencias entre los códigos del emisor y del receptor.
 - Las diferencias en la interpretación de la finalidad del mensaje.
17. Según los motivos que guían la realización de la inversión, las inversiones de renovación:
- Se llevan a cabo para dar cumplimiento a leyes, normativas, homologaciones, etc.
 - Se hacen para sustituir un elemento productivo antiguo por otro nuevo.
 - Pretenden ampliar los productos y mercados actuales de la empresa.

18. La segmentación del mercado:
- Consiste en dividir un mercado amplio en otros más reducidos (submercados), con el fin de aplicar a cada uno de los submercados una oferta comercial diferenciada.
 - Implica atender con un mismo plan de marketing a la totalidad de las personas que necesitan un producto.
 - Considera que cada cliente es diferente al resto, por lo que adecua la oferta comercial de la empresa a las necesidades específicas de cada uno de ellos.
19. Señale cuál de las siguientes opciones hace referencia en su totalidad a decisiones estratégicas del área de operaciones:
- Diseño del producto, diseño del proceso y gestión de inventarios.
 - Diseño del proceso, localización de las instalaciones y diseño del producto.
 - Diseño del producto, gestión de los inventarios y gestión de la cadena de suministro.
20. El marketing:
- Siempre está vinculado a actividades empresariales.
 - Se relaciona siempre con situaciones donde hay un intercambio con fines lucrativos.
 - Ha atravesado por diferentes etapas, asumiendo distintas concepciones en la empresa.

TABLA DE RESPUESTAS (COMPROBANTE PARA EL ESTUDIANTE)

1	
2	
3	
4	
5	

6	
7	
8	
9	
10	

11	
12	
13	
14	
15	

16	
17	
18	
19	
20	