

COLECCIÓN

PRUEBAS DE EVALUACIÓN

DIRECCIÓN DE OPERACIONES
EN EMPRESAS DE SERVICIOS

Grado en Administración
y
Dirección de Empresas *online*

©2023 Autoras MARTÍN-PEÑA, MARÍA LUZ y DÍAZ-GARRIDO, ELOÍSA

Algunos derechos reservados

Este documento se distribuye bajo la licencia

“Atribución-CompartirIgual 4.0 Internacional” de Creative Commons,

disponible en

<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed.es>



INDICE

Esquema pruebas de evaluación.....	3
Colección preguntas tipo test.....	4
Colección preguntas conceptuales.....	11



ESQUEMA PRUEBA DE EVALUACIÓN

La prueba de evaluación consta de **2 APARTADOS**:

1. **PREGUNTAS TIPO TEST.** Preguntas de test con opción múltiple y sólo una respuesta válida. Penaliza la respuesta incorrecta.
2. **PREGUNTAS CONCEPTUALES,** relativas a los temas analizados.



COLECCIÓN PREGUNTAS TIPO TEST

1. **El servicio de “limpieza” que ofrece EULEN se puede caracterizar, desde el punto de vista del planteamiento de la orientación estratégica:**
 - a) Con un nivel de contacto personal con el cliente alto.
 - b) Como un emplazamiento único.
 - c) Como una acción tangible dirigida a un bien físico.
 - d) Con una fluctuación de la demanda amplia.

2. **Una empresa de servicios prevé un aumento en la demanda de un 20%. ¿Qué medidas puede tomar para resolver este problema?:**
 - a) Incrementar la participación de los clientes en las instalaciones de servicio.
 - b) Ofrecer el servicio más barato.
 - c) Contratar a empleados a tiempo parcial.
 - d) La opción a) y c) son correctas).

3. **En el modelo SERVQUAL:**
 - a) No se puede utilizar para medir la calidad del servicio.
 - b) Utiliza la insatisfacción del cliente como indicador de la calidad.
 - c) Da respuesta tanto a las dimensiones que integran la calidad, cuándo un servicio es percibido de calidad y qué preguntas deben integrarse en un cuestionario de calidad.
 - d) Solo tiene en cuenta las percepciones de los clientes.

4. **Respecto a la estrategia de operaciones, señale la opción CORRECTA:**
 - a) Es una estrategia a nivel de negocio.
 - b) Debe ser coherente con la estrategia competitiva pero independiente de las estrategias tomadas en otros departamentos.
 - c) No suele facilitar la obtención de una ventaja competitiva.
 - d) Debe permitir el logro de las prioridades competitivas u objetivos de operaciones.



5. **Los fenómenos de espera:**
- a) Se producen cuando se pierde el cliente
 - b) Como norma general, el método de prioridad es el LIFO
 - c) El fenómeno de colas se produce cuando la capacidad disponible excede la demanda actual
 - d) Pueden influir en la calidad percibida del servicio.
6. **La localización de los servicios públicos:**
- a) Se realiza en base al potencial de mercado que ofrece un determinado lugar.
 - b) Tiene en cuenta el concepto de “utilidad”.
 - c) El factor clave es la competencia.
 - d) Todas las opciones anteriores son incorrectas.
7. **En relación a los procesos de prestación del servicio, indique la opción correcta:**
- a) En los servicios en masa, el valor añadido del servicio lo generan las actividades realizadas en el “Front-Office”.
 - b) El contacto con el cliente es elevado, en los servicios profesionales, ya que el cliente no participa en el proceso de prestación de estos servicios.
 - c) Los servicios ofrecidos por una consultoría ser un ejemplo de *Factoría de Servicios*.
 - d) El servicio público de limpieza de las calles, sería un ejemplo de Servicios en Masa.
8. **Si en un supermercado hay 5 cajas, pero solo una de ellas está abierta para el cobro de los clientes, sería un ejemplo de sistema:**
- a) Multicanal, una fase.
 - b) Un canal, una fase.
 - c) Multicanal, multifase.
 - d) Ninguna de las opciones anteriores es correcta.
9. **Señale la opción incorrecta:**
- a) Los servicios son intensivos en trabajo.
 - b) Los servicios se pueden patentar.
 - c) En los servicios, el cliente forma parte del proceso.
 - d) Los bienes suelen ser estandarizados.



10. En relación al diseño de servicios, señale la opción correcta:

- a) La selección de las coberturas de un seguro de hogar es un ejemplo de diseño modular del servicio.
- b) El proceso de desarrollo de los servicios sigue una serie de etapas muy diferentes al proceso de diseño y desarrollo de los bienes físicos.
- c) La automatización del servicio no permite mejorar la productividad en la etapa del diseño.
- d) El cliente puede participar en el diseño del servicio pero no en la entrega.

11. La distribución en planta en empresas de servicios:

- a) Permite mejorar el servicio que se presta sin influir en la percepción de la calidad por parte del cliente.
- b) El tipo de proceso que se utiliza para prestar al servicio determina la ordenación del resto de factores en la instalación de servicios.
- c) Da menos importancia a la satisfacción y comodidad del cliente, que al desarrollo de las operaciones del proceso.
- d) No guarda relación con la decisión de capacidad y es independiente de ésta.

12. ¿Cómo puedo tangibilizar un servicio? Señale la opción correcta:

- a) Con artículos físicos o bienes facilitadores.
- b) Con beneficios sensoriales o servicios explícitos.
- c) Con beneficios psicológicos o servicios implícitos.
- d) Todas son correctas.

13. Respecto a las acepciones del sector servicios, señale la opción correcta:

- a) Las funciones de servicio son aquellas que se encuentran fuera del ámbito de la economía monetaria.
- b) Los productos en forma de servicios son aquellos que se encuentran en actividades no industriales.
- c) En las industrias de servicios, el producto final es únicamente un bien tangible.
- d) Ninguna es correcta.



14. El sector servicios se puede definir como:

- a) El sector que no produce bienes materiales, sino que provee a la población de servicios necesarios para satisfacer sus necesidades.
- b) El sector que produce productos para satisfacer las necesidades de los consumidores.
- c) El sector que está compuesto por empresas pequeñas.
- d) Ninguna respuesta es correcta.

15. Las empresas de servicios compiten en un entorno competitivo complicado debido a:

- a) Baja fluctuación de ventas.
- b) Posibilidad de sustitución de servicios por nuevos productos.
- c) Amplias economías de escala.
- d) Amplias barreras de escala.

16. Señale la respuesta correcta:

- a) La productividad es una condición necesaria y suficiente para el éxito económico.
- b) Aumentar la productividad significa producir más para una cierta cantidad de factores, lo que implica mayores costes por unidad de producto.
- c) La productividad es el indicador por excelencia de la eficiencia.
- d) En general, la productividad es más alta en las empresas de servicios que en las empresas industriales.

17. Según la clasificación de empresas de servicios de Browning y Singelmann:

- a) Los servicios domésticos se incluirían en los servicios de producción.
- b) La sanidad y la enseñanza se consideran servicios sociales.
- c) Los hoteles y restaurantes se consideran servicios de distribución.
- d) Los servicios personales incluyen las comunicaciones y el comercio.

18. Sobre el triángulo de los servicios, señale la respuesta correcta:

- a) La filosofía del triángulo es que el cliente es el centro de la actividad.
- b) La estrategia, las personas y los métodos sirven al cliente.
- c) La organización existe para servir al cliente y, las personas y los métodos para facilitar el proceso de servicio.
- d) Todas las opciones son correctas.



19. En “el esquema de flujo de renta”, señale la respuesta correcta:

- a) Las empresas producen y venden bienes y servicios.
- b) Las empresas compran y utilizan factores de producción.
- c) Las economías domésticas compran bienes y servicios.
- d) Todas son correctas.

20. Si consideramos a la empresa desde un enfoque sistémico, señale la respuesta incorrecta:

- a) La empresa se concibe como un sistema complejo y cerrado.
- b) La empresa desarrolla su actividad en permanente intercambio con el entorno.
- c) Los distintos subsistemas y elementos están interrelacionados y organizados.
- d) Los distintos subsistemas desarrollan una serie de funciones que pretenden la consecución de los objetivos globales de la firma.

21. Señale la respuesta correcta sobre la “Evolución de la Dirección de Producción/ Dirección de Operaciones”:

- a) Durante los años 50s, la Dirección de Producción y Operaciones se denominó dirección industrial o dirección de fábrica.
- b) Durante los años 60s y 70s, se incluyen los servicios como extensión natural de la Dirección de Producción y Operaciones.
- c) Durante los años 80s, la Dirección de Producción y Operaciones empieza a ser considerada un ámbito funcional de estudio dentro de la administración de empresas.
- d) Todas las opciones son correctas.

22. Señale la opción correcta:

- a) El término “producción” responde a la creación de bienes y servicios.
- b) La Dirección de Producción y la Dirección de Operaciones son actividades que transforman recursos en bienes y servicios, encargándose del diseño, operativa y mejora de los sistemas productivos de las empresas que crean bienes y servicios.
- c) Para referirnos a la producción de servicios el término "Dirección de Operaciones" es más adecuado que el de "Dirección de Producción".
- d) Todas son correctas.



23. Considerando a la empresa industrial como una fábrica de servicios, señale la opción correcta:

- a) Los servicios esenciales o centrales son: calidad, coste e información.
- b) Los servicios de valor añadido son: información, resolución de problemas, soporte de campo y soporte de ventas.
- c) Los servicios de valor añadido son: información, flexibilidad y resolución de problemas.
- d) Todas son correctas.

24. Para la garantía de servicio, señale la respuesta correcta:

- a) Tiene que ser incondicional, fácil de entender y fácil de hacer valer.
- b) Debe cubrir todos los componentes que estén bajo el control de la empresa.
- c) Fomenta la lealtad del cliente y las ventas.
- d) Todas son correctas.

25. La empresa, a la hora de fijar sus garantías, debe diseñar la estrategia a seguir en cuanto al servicio al cliente. Para ello, puede guiarse por la combinación de los costes fijos y variables que originan el fallo de su producto. Señale la respuesta correcta:

- a) Los productos reparables, son aquellos cuya avería origina costes fijos relativamente elevados.
- b) Los productos de respuesta rápida tienen unos costes variables bajos.
- c) Los productos que nunca fallan tienen unos costes variables y unos costes fijos bajos.
- d) Los productos descartables son aquellos cuyas averías originan altos costes a sus usuarios.

26. Señale la respuesta correcta. Los elementos que ayudan a conseguir una estrategia competitiva de liderazgo en costes deben:

- a) Buscar clientes de bajo coste.
- b) Reducir personal en la entrega del servicio.
- c) Estandarizar el servicio.
- d) Todas son correctas.



27. Señale la respuesta correcta. Los elementos que ayudan a conseguir una estrategia competitiva de diferenciación deben:

- a) Fidelizar un servicio estándar.
- b) Reducir el riesgo percibido.
- c) Controlar la calidad.
- d) Todas son correctas.

28. Señale la respuesta correcta:

- a) La función de operaciones es clave para lograr una ventaja competitiva.
- b) La estrategia de operaciones se debe formular en consonancia y de forma integrada con la estrategia corporativa.
- c) Las decisiones que se toman en el área funcional de operaciones, incluidas dentro de la estrategia de operaciones, deben estar relacionadas con las decisiones de otros departamentos de la empresa.
- d) Todas son correctas.

29. Señale la respuesta correcta. De manera tradicional en producción/operaciones, se consideran objetivos comunes a la mayor parte de las organizaciones:

- a) Coste, servicio, diseño, capacidad, información y medio ambiente.
- b) Calidad, entregas, productividad, competitividad, información y medio ambiente.
- c) Calidad, entregas, medio ambiente, flexibilidad, coste y servicio.
- d) Ninguna es correcta.

30. Señale la respuesta correcta. Para conseguir alcanzar un servicio estratégico, se deben tener en cuenta:

- a) Elementos estructurales.
- b) Elementos directivos.
- c) Elementos estructurales y directivos.
- d) Ninguna es correcta.



COLECCIÓN PREGUNTAS CONCEPTUALES

1. Relacione los conceptos de la primera columna con los de la segunda, eligiendo para cada una de las situaciones que se proponen, la prioridad competitiva que corresponda. Un concepto de la primera columna queda sin pareja.

(1) El cliente es atendido en el momento acordado y sin esperas	(.....) ENTREGAS
(2) La empresa de servicios introduce nuevos servicios cada año	(.....) COSTE
(3) Lo importante para el empresa es conseguir la eficiencia en sus procesos de servicios	(.....) FLEXIBILIDAD
(4) Los servicios se ajustan a las especificaciones de su diseño	(.....) CALIDAD
(5) La empresa de servicios es sostenible	

¿A qué prioridad competitiva corresponde la situación que se ha quedado sin relacionar? Justifique su respuesta.

2. La empresa Self-Food es un restaurante de autoservicio donde el cliente se sirve su propia comida. El restaurante está especializado en comida tradicional. El responsable de operaciones desea mejorar la productividad del servicio que se ofrece, ¿Qué técnicas de diseño de servicio podrían ser utilizadas? Justifique su respuesta.

3. Indique si son verdaderas (V) o falsas (F) las siguientes afirmaciones, justificando su respuesta.

a) La demanda potencial de un servicio en una zona determinada, es el único factor determinante de la decisión de localización.

b) En un taller mecánico se sigue una distribución en planta orientada al proceso.

4. Ponga un ejemplo de una empresa, cuyos procesos de prestación de servicios puedan ubicarse en diferentes posiciones de la matriz sistema-servicio. Justifique su respuesta.



5. ¿Cuáles son las dimensiones de la calidad del servicio ofrecido por una agencia de viajes al contratar un viaje al Caribe?
6. ¿Cómo haría tangible un servicio intangible como un depósito bancario? Justifique su respuesta.
7. Explique con un ejemplo las cuatro características clave o básicas de un servicio.
8. Defina el subsistema de producción/operaciones del servicio ofrecido en una “peluquería”.
9. Explique con un ejemplo el modelo de “Fábrica de Servicios”.
10. Si la estrategia competitiva de una empresa de servicios es de diferenciación, ¿Cómo debe ser formulada la estrategia de operaciones?
11. Caracterice la estrategia de operaciones de un servicio de consultoría tecnológica desde el planteamiento de orientación estratégica.
12. ¿Cuándo se puede considerar que el servicio ofrecido por una empresa es estratégico? Justifique su respuesta.
13. Tipos de procesos en servicios. Explíquelos a través de un ejemplo.
14. Comente razonadamente la siguiente afirmación: “En servicios de profesionales, el cliente tiene una mayor probabilidad de participar en el diseño del servicio que demanda”.
15. Explique las diferencias que existen entre la decisión de localización de una fábrica y de una empresa de servicios.
16. Explique en qué consiste el *layout* orientado al proceso. Ponga un ejemplo en servicios.



17. ¿Qué medidas utilizaría para gestionar la capacidad de un parque de atracciones?

18. Caracterice la línea de espera que se produce en el servicio de atención médica de un centro de salud.

19. ¿Cuáles son las dimensiones de la calidad del servicio ofrecido por una agencia de viajes? ¿y si opera sólo on -line?

20. Represente gráficamente el marco conceptual del modelo SERVQUAL para una cadena hotelera.