



## EVALUACIÓN DE CULTURA DE SERVICIO

**Nombres y apellidos:** \_\_\_\_\_

CAC-2013-108.- Compromiso ético de los estudiantes al momento de realizar un examen escrito de la ESPOL.

### COMPROMISO DE HONOR

Reconozco que el presente examen está diseñado para ser resuelto de manera individual, y no se permite la ayuda de fuentes no autorizadas ni copiar.

Firmo al pie del presente compromiso, como constancia de haber leído y aceptar la declaración anterior.

\_\_\_\_\_  
Firma de Compromiso del Estudiante

USTED TIENE 120 MINUTOS PARA RESPONDER EL SIGUIENTE EXAMEN. LEA DETENIDAMENTE LAS INSTRUCCIONES ANTES DE CONTESTAR. NO SE ACEPTARÁN RESPUESTAS CON LÁPIZ NI DOS RESPUESTAS MARCADAS EN UNA MISMA PREGUNTA.

### SELECCIONE LA RESPUESTA CORRECTA:

(1 PUNTO CADA PREGUNTA)

#### 1. Cultura de servicio es:

- El servicio que se presta a un cliente para la consecución de sus expectativas de desarrollo propio.
- La misión, visión y valores que enuncia la empresa de servicios desde sus más altos ejecutivos de acuerdo a las estrategias organizacionales.
- El conjunto de creencias y valores de las personas y empresas que tienen al cliente y sus necesidades en el centro de su actuación.
- Las necesidades y expectativas de los clientes que deben ser satisfechas como única forma de lograr resultados exitosos en el ámbito organizacional.

#### 2. Un servicio que cubre las expectativas del cliente tiene como ventajas:

- Genera ventaja competitiva respecto a la competencia.
- Actúa como medio de promoción de la empresa.
- Evita costos para remediar errores.
- Todas las anteriores son correctas.

#### 3. Seleccione la afirmación falsa:

- La información es el vehículo de las relaciones en una organización.
- La base de las decisiones organizacionales es la información.
- La información y la comunicación son dos fenómenos imprescindibles para la subsistencia de la empresa.
- La principal característica de la comunicación es su bidireccionalidad.

**4. Un ejemplo de barreras fisiológicas de la comunicación podría ser:**

- a) El ruido extremo en una sala.
- b) Problemas de audición del emisor.
- c) Utilizar palabras de doble sentido.
- d) Establecer contacto visual persistente con el interlocutor.

**5. Acerca de los momentos de verdad se puede afirmar que:**

- a) La suma de todos los momentos de verdad se convierte en la imagen del servicio que brinda la empresa.
- b) El primer minuto de interacción con el cliente es vital para el servicio.
- c) Constituyen las expectativas de un cliente sobre la empresa antes de establecer un contacto directo con ella.
- d) La primera imagen que se forma el cliente siempre es posible recuperarla en caso de ser insatisfactoria.

**6. Los servicios se diferencian de los productos debido a que los primeros:**

- a) Pueden mantenerse en stock indefinidamente ya que no pierden vigencia.
- b) Son demostrables con anterioridad a la prestación final.
- c) A través los procedimientos se logra que sean exactamente replicables en cada interacción.
- d) La producción del servicio se realiza en el momento del consumo del mismo.

**7. Una de las recomendaciones al atender un cliente tímido es:**

- a) Mantener cierta distancia.
- b) Emplear frases cortas.
- c) Resolver su queja pronto.
- d) Buscar retroalimentación.

**8. Una conducta asertiva ante un mal desempeño de un colaborador es:**

- a) Corregirlo inmediatamente, incluso frente al cliente que está siendo atendido.
- b) No corregirlo frente a un cliente pero sí frente al equipo de trabajo para que todos aprendan del error.
- c) No corregirlo frente a un cliente sino en privado.
- d) Esperar a la evaluación de desempeño formal.

**9. Los problemas entre lo que el cliente oye y lo que comprende se deben principalmente a:**

- a) Problemas de expresión del emisor.
- b) Barreras en la comunicación.
- c) Prejuicios, expectativas o percepciones.
- d) Falta de retroalimentación.

**10. Sobre los reclamos y quejas por un servicio deficiente se puede afirmar que:**

- a) Las ventas son 8 % mayores en clientes que fueron atendidos luego de un reclamo.
- b) Conseguir un cliente nuevo cuesta 10 veces menos que uno antiguo.
- c) El 50 % de ellos llegan a la Dirección.
- d) Son costos altos para la empresa debido a las indemnizaciones a los clientes.

**11. Elemento de la cultura organizacional donde se establecen claramente las metas a cumplir es:**

- a) La historia de la empresa.
- b) La estructura organizacional.
- c) Las creencias y valores de la empresa.
- d) El sistema de evaluación y reconocimiento.

12. De acuerdo a Germán Retana, la posición de los miembros de una organización al enfrentar el cambio debería ser:

- a) Ser autosuficientes.
- b) Mantenerse en el mismo camino que los ha llevado al éxito actual.
- c) Ser conscientes de sus limitaciones y dejarse guiar.
- d) No reconocer su vulnerabilidad ante la competencia.

13. En un ambiente donde existe liderazgo se puede observar lo siguiente:

- a) Comunicación abierta y bidireccional.
- b) Desconfianza entre líder y seguidores.
- c) Objetivos conocidos por el líder mas no por sus seguidores.
- d) Trabajo individualizado.

14. Se genera compromiso cuando el líder ejerce un poder de tipo:

- a) Experto, por trayectoria.
- b) De retribución, donde se espera recompensa.
- c) Coercitivo, donde se genera temor.
- d) Legítimo, por jerarquía.

15. Un equipo de trabajo no es igual a un grupo de trabajo debido a que:

- a) Subsisten intereses personales.
- b) El liderazgo es compartido y rotatorio.
- c) El desempeño es el mínimo requerido.
- d) Se recompensa el desempeño individual.

**COMPLETE LAS SIGUIENTE AFIRMACIONES:**

(1 PUNTO CADA PREGUNTA)

16. Un cliente satisfecho lo comentará a un número importante de personas, mientras que uno insatisfecho lo hará a un número: a) mayor.

17. Los dos principales elementos de la comunicación son: a) emisor y b) receptor.

18. La comunicación se diferencia de la información porque: a) su bidireccionalidad o retroalimentación.

19. La ausencia de a) precisión/claridad/interés o de b) oportunidad/objetividad puede hacer la comunicación efectiva pero no eficaz.

20. El objetivo final del servicio al cliente es: a) satisfacer sus necesidades, e incluso b) superar sus expectativas.

21. El cliente a) impaciente se caracteriza por estar apresurado y tenso si hay demoras.

22. La empatía, para evitar o prevenir situaciones difíciles, implica que se debe entender qué a) ven, b) oyen, c) piensan y d) dicen los clientes.

23. Todo ciclo de gestión de quejas y reclamos debe finalizar con la aplicación de a) acciones preventivas, para que no se vuelvan a presentar o mitigar sus efectos.

24. Servicio al cliente es la relación o servicio prestado de forma satisfactoria al a) cliente, del que puede depender el b) éxito o el fracaso de la empresa turística.

25. Entre las características que distinguen a un líder se pueden mencionar:

- a) \_\_\_\_\_, b) \_\_\_\_\_, c) \_\_\_\_\_ y
- d) \_\_\_\_\_.

**ASOCIE CON LÍNEAS LOS ESTILOS DE LIDERAZGO SITUACIONAL CON SUS DEFINICIONES:**

(1 PUNTO CADA PREGUNTA)

- |  |   |
|--|---|
| <p>26. Compartir</p> <p>27. Convencer</p> <p>28. Delegar</p> <p>29. Empezar</p> <p>30. Ordenar</p> | <p>a) El líder no aporta a la tarea y muestra poca relación con sus colaboradores.</p> <p>b) El líder da menos énfasis a la tarea mostrando una relación de alta consideración con sus colaboradores.</p> <p>c) El líder aporta directrices sobre cómo realizar las tareas, y se concentra en satisfacer a sus colaboradores.</p> <p>d) El líder muestra mucho más énfasis en la tarea y muestra poca relación con sus colaboradores.</p> |
|--|---|

**ASOCIE LA EMPRESA CON LA CARACTERÍSTICA MÁS DESTACADA DE SU CULTURA ORGANIZACIONAL, COLOCANDO EL NÚMERO CORRESPONDIENTE EN EL PARÉNTESIS:**

(1 PUNTO CADA PREGUNTA)

31. Para cuidar a su gente, tiene gimnasios y zonas de descanso en sus instalaciones.
32. Considera y empodera a sus primeras líneas.
33. Trato extremadamente detallista a sus clientes, personal cálido y atento.
34. La empresa se involucra en programas de responsabilidad social.
35. Guiado por un líder carismático.
36. Sus productos se adaptan a la diversidad del mercado.
37. Líder exigente y que inspira pasión por lo que se hace.
38. Los primeros 15 minutos de contacto con el cliente son los más importantes.
39. Todo su elenco debe estar capacitado para responder a cualquier duda del cliente.
40. Colaboradores comprometidos por mantener los costos bajos.



**Analice los siguientes casos y luego realice las tareas asociadas:**

Usted es el jefe de personal de un hotel familiar y se encuentra en su empresa con los siguientes problemas relacionados a sus trabajadores (Martín, I, 2014):

- Existe una parte de la plantilla fija muy antigua, que cobra un buen sueldo gracias a su salario base y los complementos por antigüedad, pero que no rinde lo suficiente.
- El personal en general se siente descontento en la empresa porque cree que son considerados como una máquina más de la compañía, sin atender a una serie de necesidades personales que tienen.
- La plantilla no tiene la suficiente formación como para adaptarse a las nuevas demandas laborales.

Usted deberá señalar dos problemas encontrados, cuáles podrían ser sus potenciales consecuencias y proponer soluciones a estos, de acuerdo a estas variables: (4 PUNTOS)

	PROBLEMAS IDENTIFICADOS	CONSECUENCIAS POTENCIALES	SOLUCIONES PROPUESTAS
COMUNICACIÓN EFECTIVA	1)  2)		
COMPETENCIAS LABORALES	1)  2)		
CULTURA ORGANIZACIONAL	1)  2)		
LIDERAZGO Y TRABAJO EN EQUIPO	1)  2)		

