

## Conceptos Básicos (1,2,3,4)

1.- Aspecto sociopolítico que afecta a la calidad en los productos y servicios

A)Recursos naturales    B)Mano de obraC)Inestabilidad Global    D)Costos

2.- Es el conjunto de técnicas y actividades de carácter operativo, utilizadas para verificar los requisitos relativos a la calidad del producto o servicio.

A)Control de Calidad    B)Calidad Total C)Producto    D)Mejora Continua

3.- Es la integración de Todas las Funciones y procesos con el fin de lograr un mejoramiento continuo, para lograr la satisfaccion del cliente.

A)Control de Calidad    B)Mejora Continua    C)Calidad Total D)Calidad

4.- Si un producto específico se ajusta a las normas y especificaciones, se dice que su calidad esta basada en:

A)Producto    B)Cliente    C)Fabricación    D)Valor

5.- Desarrollo el Concepto de Zero Quality Control

A)Deming    B)Juran    C)Ishikawa    D)Shingo

6.- La calidad Fantasma era uno de sus puntos a evitar.

A)Deming    B)Ishikawa    C)Feigenbaum    D)Shingo

7.- Una de sus aportaciones fue la del trabajo en circulos de calidad.

A)Deming    B)Juran    C)Ishikawa    D)Feigenbaum

8.- Sus Aportaciones fueron la base de la filosofía Kaisen

A)Ishikawa y Deming    B)Juran Y Deming    C)Shingo y Juran D)Deming y Shingo

9.- Significa poner ordenadamente los elementos a utilizar en el entorno de trabajo, “Cada cosa en su lugar”.

A)Seiri    B)Seiton    C)Seiso    D)Shitsuke

10.- Significa limpiar el entorno de trabajo, para evitar accidentes y detectar posibles fallas en maquinaria y espacio.

A)Seiri    B)Seiton    C)Seiso    D)Shitsuke

## Servicio y Tipos de Clientes (5)

1.- Es un conjunto de actividades que buscan responder a una o más necesidades de un cliente

A)Producto                      B)Ciclo de Calidad                      C)Ciclo de vida del servicio                      D)Servicio

2.- Es una de las características del servicio

A)Rediatuable    B)Retribuible                      C)Intangible                      D)Almacenable

3.-Incluye todas las actividades que representan tanto la respuesta a la necesidad principal del cliente, como a sus deseos.

A)Servicio                      B)Paquete de servicio                      C)Conjunto de servicios                      D)Calidad

4.- Se entienden como cosas adicionales que agregan mas valor a un conjunto de actividades básicas que son prestadas por una persona u organización.

A)Servicio al cliente                      B)Servicio Principal                      C)Servicio Periferico                      D)Servicio Básico

5.-Es la parte básica de un servicio, es la esencia de lo que consiste la actividad.

A)Servicio al cliente                      B)Servicio Principal                      C)Servicio Periferico                      D)Servicio Básico

6.-Son los servicios aducionales que le agregan un plus a lo que se ofrece

A)Servicio al cliente                      B)Servicio Principal                      C)Servicio Periferico                      D)Servicio Básico

7.- Se entiende como los beneficios que obtienen al poseer o usar un producto o servicio ademas del precio o todos los costos que implica su adquisición, consumo o utilización.

A)Costo                      B)Utilidad                      C)Precio                      D)Valor

8.- Es uno de los beneficios funcionales de un producto o servicio.

A)Color                      B)Facilidad de uso                      C)Propaganda                      D)Mantenimiento

9.- Este tipo de cliente es aquel, cuyas expectativas se ven rebasados por lo que ofrece el producto.

A)Complacido    B)Satisfecho                      C)Insatisfecho                      D)Emocional

10.- Este tipo de cliente es aquel, cuyas expectativas no se cumplen con el producto o servicio.

A)Complacido    B)Satisfecho                      C)Insatisfecho                      D)Emocional

**Norma ISO 9001:2000 (5,6,8)**

1.- Es una de las características del servicio

- A)Rediatuable      B)Retribuible      C)Intangible      D)Almacenable      E)Contable

2.- Su principal beneficio es la de proporcionar status y posicionamiento en el mercado.

- A)Marca      B)Facilidad de uso      C)      D)Servicio Básico      E)Correcto

3.- Uno de los principales beneficios es el porporcionar un status funcionales de un producto o servicio.

- A)Color      B)Facilidad de uso      C)Propaganda      D)Mantenimiento      E)Rapidez

4.- Punto de la norma iso 9001:2000 donde se especifica que se ha de contar con un manual de la calidad que contenga el alcance, procedimientos e interaccion del sgc.

- A) Punto 4      B)Punto 5      C)Punto 6      D)Punto 7      E)Punto 8

5.- Punto de la norma iso 9001:2000 donde se especifica que se ha de nombrar un responsable de la alta direccion que verifique los asuntos relativos al sistema de gestion de calidad.

- A) Punto 4      B)Punto 5      C)Punto 6      D)Punto 7      E)Punto 8

6.- Punto de la norma iso 9001:2000 donde se especifican las disposiciones en cuanto a infraestructura (maquinaria, edificios y equipo) que la empresa ha de tener para cumplir los objetivos de calidad.

- A) Punto 4      B)Punto 5      C)Punto 6      D)Punto 7      E)Punto 8

7.- Punto de la norma iso 9001:2000 donde se especifica que se ha de realizar la identificacion y trazabilidad del objeto a producir o del servicio a prestar.

- A) Punto 4      B)Punto 5      C)Punto 6      D)Punto 7      E)Punto 8

8.- Punto de la norma iso 9001:2000 donde se especifica que se ha de hacer con el producto no conforme, es decir el producto con errores o el servicio mal prestado.

- A) Punto 4      B)Punto 5      C)Punto 6      D)Punto 7      E)Punto 8

9.- Punto de la norma iso 9001:2000 donde se especifica que se ha de llevar un control de registros y documentos relativos al sistema de gestion de calidad.

- A) Punto 4      B)Punto 5      C)Punto 6      D)Punto 7      E)Punto 8

10.- Punto de la norma iso 9001:2000 donde se especifica que la alta dirección debe establecer los procesos adecuados de comunicación dentro de la organización.

- A) Punto 4      B)Punto 5      C)Punto 6      D)Punto 7      E)Punto 8

## Siete Herramientas (7.pdf)

Instrucciones: Identifica cual o cuales son las herramientas a utilizar en cada uno de los posibles casos y justifica tu respuesta en base a la situación presentada.

- Diagrama de Flujo
- Histograma
- Diagrama de Pareto
- Hoja de Control
- Grafico de Control
- Diagrama de Dispersion
- Diagrama de Ishikawa
- Estratificación (Técnica previa a algunas herramientas)

1.- Una empresa de transporte de pasajeros esta experimentando retardos sustanciales que van de los 10 a los 30 minutos en sus servicios de transportación, desean poner remedio a esta situación realizando una serie de acciones.

2.-Se cuenta con una base de datos proporcionada por el IFE, donde aparece información relativa a las percepciones y ocupaciones de una población de 2500 habitantes, esta informacion se desea dar a conocer en forma rápida en una reunión, para la creación de fuentes de empleo.

3.-En un centro de atención a clientes se estimo de forma empírica, un tiempo promedio de 15 minutos para resolver la problemática de cada persona, sin embargo se requiere medir los tiempo de atención para determinar los nuevos estandares que operarán en un nuevo centro, para determinar las cargas máximas de del centro.

4.-Una tienda departamental maneja 45 presentaciones de jabones de baño, los cuales son surtidos por 7 diferentes proveedores, dado que el numero de proveedores es muy alto, se desea optar por los menos posibles sin disminuir considerablemente las ventas.

5.-En una investigacion de campo en la cual se mediarán las preferencias sobre ciertos refrescos de sabor, se utilizarán 10 encuestadores, los cuales preguntarán y cada uno de ellos emitira al finalizar su encuesta un juicio rápido acerca de las preferencias, con la finalidad de realizar una campaña de venta ese mismo día y obtener la mayor utilidad posible.

6.-En una fábrica de televisores, se realiza un estudio acerca de la relación que guarda el grosor del filamento usado en el cinescopio del CRT y la duración del mismo, se desea mostrar dicha relacion a las areas de producción y comercialización, con la finalidad de modificar los estandares de fabricación.

7.-En una compañía, se desea conocer la proporción entre los generos (masculino, femenino), que existe en los empleados, para realizar planes de incentivos y prestaciones.

8.-En el departamento de quejas de una tienda departamental, se obtienen un promedio de 150 quejas por mes, y para tomar acciones, se debe conocer cuales son los departamentos que generan el mayor número de quejas o con mas deficiencias de todos los existentes, a fin de proporcionar una capacitación en relaciones humanas y atencion al cliente.

9.-Se desea hacer un comparativo de las ventas en los dieferentes areas de una tienda departamenteal para conocer su comportamiento por bimestre.

- 10.- Se va a introducir un nuevo reloj en el mercado y para hacer la campaña publicitaria se tiene que definir a que tipo de clientes ira dirigida.
- 11.- Una Fabrica de Software realiza programas a la medida para diferentes empresas de telefonía móvil, las ultimas 3 entregas de producto terminado han sido extemporaneas, lo que ha llevado a penalizaciones y disminucion de utilidades, se desea recuperar el nivel de producción, tomando las acciones necesarias.
- 12.- En una comunidad de la sierra, se observa que la gente es propensa a una gran diversidad de enfermedades, para combatir esos males se desea realizar una campaña de vacunación, desgraciadamente se tiene presupuesto limitado, lo que hace que no se pueda realizar una campaña completa que cubra todas las enfermedades. Se desea realizar dicha campaña, y alcanzar al mismo tiempo el mas alto indice de salud en la comunidad.
- 13.-Una empresa que realiza viajes turísticos, ha experimentado una baja en la venta de sus nuevos paquetes de viajes, por lo que decide investigar en sus archivos históricos, cuales de los realizados anteriormente fueron mas provechosos y solicitados por sus clientes, con la finalidad de modificar los servicios que ofrece y aumentar su rentabilidad.
- 14.-Una procesadora de lacteos, ha recibido multiples quejas acerca de la acidez de la crema que produce, por lo que realizan un pequeño muestreo por lotes en la linea de producción, para verificar si es un fenomeno aislado o recurrente.
- 15.- Una televisora desea modificar su programación captando el mayor numero de audiencia en los diferentes horarios, marcados como familiares y de audiencia menor de edad, pues el indice de personas que observan sus programas ha descendido considerablemente.
- 16.- En una procesadora de cárnicos, por decisión de la gerencia y del area de producción, y despues de un curso de capacitación, se adoptó una nueva metodología para la fabricación del jamón de pavo, en la cual estan involucradas 3 areas, que son compras, producción y almacén, se necesita dar a conocer y clarificar la nueva metodologia de trabajo a todas las areas.
- 17.- En un fábrica de llantas, ultimamente se tiene la sospecha, de que la disminución de caucho natural en sus procesos de fabricación, disminuye la elasticidad de sus productos, haciendolos mas rígidos y menos confortables para sus clientes, por lo que es necesario justificar, la reincorporación de dicho insumo a la fórmula del material.
- 18.- Un taller artesanal que se dedica a la fabricación de dulces de leche, experimenta un crecimiento debido a la alta demanda de sus productos, por lo que es necesario que los procesos de producción se encuentren a la mano de sus nuevos empleados y conozcan cuales son los procesos que sigue la materia prima en cada una de las areas de producción.
- 19.- Se pretende abrir una plaza comercial en una zona muy concurrida de una ciudad, pero no se sabe exactamente que tipo de comercios son los adecuados para que tengan éxito en el mercado.
- 20.- Una tienda de equipo de computo pretende hacer alianzas con los mas grandes distribuidores de equipo del país, con la finalidad de obtener los mejores precios y las mas altas ventas, en base a lo que tengas mas aceptación en el mercado.