

LAN PRESTAKUNTZA ETA ORIENTABIDEA **FORMACIÓN Y ORIENTACIÓN LABORAL**

TIPO DE EXAMEN

Consta de dos pruebas eliminatorias:

50 PREGUNTAS TIPO TEST

5 EJERCICIOS PRÁCTICOS (uno de ellos será una nómina)

BIBLIOGRAFÍA

Editorial MACMILLAN

ENPRESA ETA EKIMEN SORTZAILEA **EMPRESA E INICIATIVA EMPRENDEDORA**

TIPO DE EXAMEN

Consta de dos pruebas eliminatorias:

40 PREGUNTAS TIPO TEST

2 EJERCICIOS PRÁCTICOS

BIBLIOGRAFÍA

Editorial McGrawHill

LAN-TALDEKO HARREMANAK **R.E.T.**

Libro de texto: Relaciones en el entorno de trabajo.

Editorial: EDEBE

El examen consiste en una serie de preguntas de test y/o preguntas de desarrollo referentes a los contenidos del libro.

KALITATEA ETA ETENGABEKO HOBEKUNTZA **CALIDAD Y MEJORA CONTINUA**

Batería de preguntas: documento adjunto.

MATERIAL PARA PREPARAR LA PRUEBA DE TEST DEL MÓDULO DE CMC DE LA CONVOCATORIA DE LIBRES

DPTO. DE FOL
CIFP BARAKALDO LHII

UD.1 LA CALIDAD EN LA EMPRESA

1 .Entre los principales factores de mejora de la competitividad de la empresa están:

- a) La contabilidad
- b) La calidad
- c) Los costes

2. Las circunstancias que hacen más importante la calidad para la empresa son:

- a) La presión del personal de la empresa y los sindicatos
- b) El equilibrio entre la oferta y la demanda
- c) La influencia de la Asociación Española para la Calidad

3. Las características de un producto corresponden a:

- a) Su forma y peso
- b) La percepción que tiene el consumidor de ese producto
- c) Las especificaciones del producto.

4 .Los atributos de un bien son:

- a) Sus funcionalidades
- b) Sus características
- c) Su imagen de marca

5. El diámetro y dureza de una bola de rodamiento son:

- a) Dos funcionalidades del producto
- b) Dos especificaciones del producto
- c) Dos atributos del producto

6. Todos los coches de lujo tienen más calidad que los utilitarios:

- a) Es siempre verdadero
- b) Es siempre falsa
- c) No es siempre cierto

7. Los costes de obtención de los productos y servicios en la empresa no tienen relación con la calidad, ya que ésta se refiere únicamente a satisfacer a los clientes:

- a) La afirmación es siempre verdadera
- b) La afirmación es siempre falsa
- c) Algunas veces la afirmación es verdadera

8.ASQC son las siglas de:

- a) a)La Asociación Americana para el control de calidad
- b) b)La Asociación Española para el Control de Calidad
- c) La Asociación Europea para el Control de Calidad

9. La satisfacción regular de las necesidades de los clientes debe tener en cuenta la calidad de:

- a) Los sistemas de trabajo
- b) La marca de los productos
- c) Las personas de la organización

10 .La calidad percibida por el cliente es:

- a) Subjetiva
- b) Objetiva
- c) Coincide con la calidad real

UD.2 LAS NECESIDADES DEL CLIENTE

1. La calidad percibida por el cliente se corresponde con la calidad real medida objetivamente.

- a) Siempre
- b) Nunca
- c) A veces

2. La calidad esperada es un tipo de necesidad del cliente que se caracteriza pro:

- a) Ser casi siempre subjetiva
- b) Estar expresada claramente por el cliente
- c) No ser conocida por el cliente

3. Las razones que tiene la empresa para conocer al cliente son:

- a) Poder adaptar la oferta a sus necesidades
- b) Sabes los puntos de mejora de la calidad
- c) Poder sacar el máximo provecho a los clientes

4. Los métodos más utilizados para conocer al cliente son:

- a) Los sorteos y promociones
- b) El análisis de las reclamaciones de clientes
- c) Las encuestas

5. La utilización de las técnicas de calidad para los clientes de la empresa en la relaciones clientes proveedor interno de la empresa son muy útiles para mejorar el funcionamiento de la propia empresa.

- a) Siempre
- b) Algunas veces
- c) Nunca

6. Cumplir regularmente los requisitos de calidad potencial es la principal forma de satisfacer al cliente:

- a) Siempre
- b) A veces
- c) Nunca

7. Las encuestas dan mayor información sobre el cliente que las entrevistas individuales para mejorar la calidad.

- a) Verdadero
- b) Falso
- c) A veces es así

8. Métodos para conocer las necesidades de los clientes y su grado de satisfacción con la calidad son:

- a) la recogida de información por los vendedores de la empresa
- b) Las entrevistas de trabajo
- c) Los artículos de la prensa especializada

9. La calidad requerida es:

- a) Lo que el cliente desea pero no expresa
- b) Lo que el cliente querría si se le ofrece
- c) Lo que el cliente quiere y expresa.

10. Los clientes tienen las siguientes características:

- a) Son fieles y no cambian de proveedor
- b) No saben lo que quieren en muchas ocasiones.
- c) Son exigentes y cambian al mínimo fallo.

UD 3. LA CALIDAD EN EL DISEÑO

1. La identificación de las necesidades del cliente hay que realizarlas:

- a) Antes de comenzar a diseñar e producto
- b) Durante el diseño del producto
- c) Después del diseño del producto

2. En el proceso de diseño deben participar:

- a) Todos los departamentos de la empresa afectados
- b) El departamento comercial y el departamento de diseño
- c) Solo el departamento de diseño, para que el proceso sea más rápido

3. La validación del diseño consiste en:

- a) Definir las necesidades de los clientes
- b) Aprobar los planos del producto
- c) Comprobar que el producto diseñado cumple los requisitos de partida

4. El análisis modal de fallos y sus efectos (A.M.F.E) es útil para:

- a) Definir con claridad las responsabilidades de los participantes en el proceso de diseño
- b) Identificar las posibles causas de los defectos
- c) Realizar la validación final del diseño

5. Uno de los objetivos del análisis funcional de un producto es:

- a) Identificar las funciones de restricción del producto
- b) Analizar las fases del proceso de producción del producto
- c) Identificar los efectos producidos por los defectos detectados.

6. El análisis de las operaciones de un proceso consiste en:

- a) Identificar los componentes del producto y sus funciones
- b) Descomponer los procesos en fases y operaciones elementales
- c) Identificar las causas de los defectos encontrados

7. Un defecto es más grave cuando:

- a) Se detecta antes del proceso de producción
- b) Se detecta en el proceso de producción
- c) Se detecta por parte del cliente

8. La ocurrencia dentro del método A.M.F.E es un factor que evalúa:

- a) La probabilidad de que un defecto no sea detectada
- b) El momento en que se detecta el defecto
- c) la frecuencia de aparición de la causa de un defecto

9. La criticidad se utiliza para determinar:

- a) Los defectos más numerosos
- b) La importancia de las causas que originan los defectos
- c) Los productos que deben ser diseñados y los que no deben serlo

10. La criticidad límite es una frontera por encima de la cual

- a) Deben definirse acciones correctoras y preventivas para evitar la aparición de defectos
- b) El proceso de diseño debe ser inmediatamente revisado
- c) Debe informarse al cliente de la gravedad de los defectos encontrados.

UD.4 LA CALIDAD EN LAS COMPRAS

1. No tiene relación con la calidad en las compras:

- a) La selección de proveedores
- b) La definición de especificaciones de producto
- c) El mantenimiento de los equipos.

2. Las materias auxiliares se utilizan para:

- a) Sustituir piezas estropeadas
- b) Confeccionar correctamente los pedidos de compra
- c) Añadirse al proceso productivo

3. En las especificaciones de un producto no puede faltar.

- a) Las características del producto
- b) El precio
- c) La forma de pago

4. De los siguientes tipos de homologación de proveedores, no puede aplicarse a un proveedor nuevo:

- a) La homologación por histórico
- b) La auditoria
- c) El test del producto.

5. La homologación por históricos tiene en cuenta:

- a) La antigüedad de la empresa proveedora
- b) Los resultados de la relación con un proveedor
- c) El historial del personal del proveedor

6. El test de producto se utiliza en la homologación de:

- a) Productos antiguos, todos los años
- b) Productos nuevos
- c) Productos antiguos, cada tres años

7. La evaluación de proveedores se realiza con el fin de:

- a) Abaratar los precios de compra
- b) Disminuir los plazos de suministro
- c) Seleccionar a los mejores proveedores

8. Los principales criterios en la evaluación de un proveedor son:

- a) La calidad de producto y servicio
- b) El peso y volumen del producto
- c) El precio

9. La ficha de evaluación de proveedores tiene como objetivo:

- a) Reflejar las variaciones de precio en los productos comprados al proveedor
- b) Reflejar los resultados de controles de recepción realizadas al proveedor
- c) Reflejar la evolución de la calidad del proveedor.

10. Los acuerdos de calidad concertada se realizan entre empresa y:

- a) Los proveedores con peor puntuación en la evaluación, con el fin de mejorar su calidad
- b) Los proveedores con mejor puntuación en la evaluación
- c) Todos los proveedores.

UD.5. LA CALIDAD EN LOS PRODUCTOS

1. La fiabilidad de un producto se refiere:

- a) Los métodos de ensayo del producto
- b) La ausencia de fallos del producto en determinadas condiciones
- c) Los resultados de la inspección del producto

2. El número de aceptación de un plan de muestreo es:

- a) El número de piezas a elegir aleatoriamente de un lote
- b) La probabilidad de aceptar un lote
- c) El número permisible máximo de piezas defectuosas de un lote

3. Las especificaciones de un producto incluyen:

- a) Los métodos de ensayo del producto
- b) Los puntos de venta idóneos del producto
- c) Las características físicas del producto

4. La curva característica de un plan de muestreo relaciona:

- a) El porcentaje defectuoso de un lote y la probabilidad de aceptación.
- b) La probabilidad de aceptación de un lote bueno y el tamaño del lote
- c) El tamaño del lote y el tamaño de la muestra

5. Si el tamaño de la muestra es un porcentaje del tamaño del lote y el número de aceptación es el mismo, las curvas características de diferentes planes de muestreo son:

- b) Muy semejantes
- c) Muy diferentes
- d) Pueden ser semejantes o diferentes

6. Las curvas características de un plan de muestreo son similares si tienen iguales el tamaño de la muestra y el número de aceptación, aunque tengan tamaños de lotes muy diferentes.

- a) Es siempre cierto
- b) Es totalmente falso
- c) Es cierto algunas veces

7. El autocontrol se puede implantar en una empresa si:

- a) El operario de fabricación está capacitado suficientemente
- b) Los equipos de medida son operativos en el puesto de trabajo del operario de fabricación.
- c) Existe una prima de producción por volumen para los operarios de fabricación.

8. En una inspección por muestreo se cumple que si el número de defectos es:

- a) Mayor o igual que c, no se acepta el lote
- b) Menor o igual que c, se acepta el lote
- c) Igual a c, se rechaza el lote

9 .La trazabilidad de un instrumento de calibración es:

- a) El grado de incertidumbre de sus medidas
- b) El patrón de calibración del instrumento
- c) La referencia del instrumento a patrones internacionales

10. La mantenibilidad de un proceso es:

- a) La forma y método de mantener correctamente el producto en el almacén durante un periodo de tiempo.
- b) La forma y método de mantenimiento del producto para garantizar su fiabilidad
- c) La forma de embalar el producto para mantenerlo y conservarlo correctamente hasta el cliente final

UD.6 LA CALIDAD EN EL PROCESO

1. El control estadístico del proceso es un método que busca sobre todo:

- a) Identificar a los responsables de los defectos
- b) Prevenir la aparición de defectos
- c) Analizar las consecuencias de los defectos en los clientes

2. En el histograma se representa:

- a) La distribución de frecuencias
- b) La evolución de un defecto en el tiempo
- c) La evolución de un parámetro del proceso en el tiempo

3. El recorrido de una distribución es:

- a) La diferencia entre la media y el menor valor obtenido
- b) La diferencia entre el mayor valor obtenido y la media
- c) La diferencia entre el mayor y el menor valor obtenido

4. Una distribución normal es aquella en la que:

- a) Solo intervienen causas aleatorias
- b) Solo intervienen causas asignables
- c) Su representación tiene forma de rectángulo

5. Las causas aleatorias:

- a) Se pueden eliminar completamente
- b) No se pueden llegar a eliminar completamente
- c) Son las que hacen que una distribución se salga de los límites de control

6. En el gráfico de control se representa:

- a) El número de causas asignables que tiene un proceso
- b) El número de controles que se hacen del producto
- c) La evolución de un parámetro del proceso o del producto

7. Cuando un punto se sale de los límites de control:

- a) El proceso es inestable
- b) No indica nada tiene que salirse al menos 8 puntos seguidos
- c) Quiere decir que ha aparecido una causa aleatoria

8. Cuando todos los puntos se encuentran dentro de los límites de control:

- a) El proceso es estable
- b) Sólo influyen causas asignables
- c) Puede ser o no estable

9. En un gráfico de control, la tendencia se produce cuando:

- a) Varios puntos se salen de los límites de control
- b) Hay un ascenso o descenso sostenido en la posición de los puntos
- c) La posición de los puntos asciende o desciende de forma periódica

10. La desviación típica mide:

- a) La distancia entre el punto de mayor valor de la distribución y la media
- b) La frecuencia del valor medio de la distribución
- c) La distancia media de los puntos de la distribución respecto a la media

UD.7 LA CALIDAD EN EL SERVICIO

1. No pertenecen al sector servicios:

- a) Un banco
- b) Una tienda de juguetes
- c) Un fabricante de juguetes.

2. Las expectativas de los clientes en un servicio son:

- a) Lo que tiene que esperar el cliente para obtener el servicio
- b) Lo que el cliente espera del servicio
- c) Lo que la empresa de servicios espera del cliente

3. Corresponde a un servicio añadido ofrecido por la empresa para diferenciarse de la competencia:

- a) Un restaurante de lujo
- b) El servicio de recepción en un hotel
- c) La entrega a domicilio de los billetes de avión por parte de las agencias

4. Los servicios:

- a) No deben tener especificaciones
- b) Deben tener especificaciones
- c) Solo deben tener especificaciones cuando acompañan a un producto

5. Cuando las expectativas de un cliente no se llegan a cubrir:

- a) Se produce la satisfacción del cliente
- b) El cliente queda insatisfecho
- c) La empresa debe definir esas expectativas

6. La calidad de un servicio depende fundamentalmente:

- a) Del plazo que se acuerde con el cliente
- b) Del conocimiento que tenga el cliente de las especificaciones del servicio
- c) Del cumplimiento de las expectativas de los clientes

7. No es un componente de la calidad de servicio:

- a) El número de personas de la empresa
- b) La cortesía
- c) La fiabilidad

8. El primer paso que debe dar una empresa para diseñar un servicio es:

- a) Calcular su coste
- b) Conocer las necesidades y expectativas de los clientes
- c) Definir quién va a ser el responsable de su prestación

9. Las expectativas de los clientes pueden conocerse a través de:

- a) Las facturas enviadas
- b) Sus reclamaciones
- c) Las especificaciones de nuestros proveedores

10. Un ejemplo de capacidad de respuesta del servicio es:

- a) La amabilidad del empleado del hotel
- b) El poco tiempo de espera en la cola de un banco
- c) El cumplimiento de los plazos previstos en el contrato

UD. 8 LA CALIDAD Y LOS RECURSOS HUMANOS

1. El término inglés brainstorming se refiere a:

- a) Diagrama causa efecto
- b) Tormenta de ideas
- c) Diagrama de afinidades

2. En el brainstorming o tormenta de ideas:

- a) Se puede criticar si no estás de acuerdo
- b) Lo más importante es decir cosas interesantes
- c) No se admiten críticas a lo que se dice

3. En el diagrama de Pareto se recogen:

- a) Las causas que originan un determinado hecho
- b) Las frecuencias de determinados hechos ordenadas de mayor a menor.
- c) Acumuladas las frecuencias de determinados hechos en términos relativos

4. El diagrama causa efecto:

- a) Estudia en exclusiva las causas y los efectos de una mala calidad
- b) Comprueba el efecto que producen las técnicas de calidad
- c) Busca la raíz de un problema estableciendo la relación que existe entre una característica de calidad de un determinado producto o servicio y las causas que las pueden alterar.

5. ¿Qué nombre posee la filosofía japonesa sobre el orden y la limpieza?

- a) Las 5 S
- b) Despliegue de calidad
- c) Calidad total

6. Seiri significa:

- a) Autocontrol en combinación con el control de los procesos para conseguir cero defectos
- b) Separar los materiales necesarios de los que no lo son
- c) Reciclar los productos con defectos.

7. Seiso significa:

- a) Mantener ordenado el puesto de trabajo
- b) Separar los materiales necesarios de los que no lo son
- c) Mantener limpios y a punto todos los elementos del área de trabajo.

8. El objeto de la comunicación en la empresa es:

- a) Transmitir directrices desde la dirección a los empleados
- b) Intercambiar mensajes e información entre la dirección y los empleados.
- c) Mantener informado a todo el mundo de lo que pasa en la empresa

9. La importancia de los recursos humanos para la calidad es más importante en un hotel que en una fábrica automatizada. Esta afirmación es:

- a) Verdadera
- b) Falsa
- c) Depende del caso

10. La formación en la empresa tiene los siguientes efectos:

- a) Aumentar sus conocimientos y habilidades
- b) Aumentar su salario
- c) Aumenta su motivación e implicación.

11. Los fines de los métodos participativos son:

- a) Conseguir una mayor implicación y motivación de las personas
- b) Obtener una mayor participación de los empleados en los beneficios de la empresa.
- c) Mejorar la profesionalidad de las personas de la empresa

12. Etapas del proceso de trabajo de los grupos participativos de mejora de la calidad son:

- a) Informar a toda la empresa de lo que están haciendo
- b) Análisis y estudio del tema sobre el que trata el grupo
- c) Comunicar a los clientes lo que están haciendo

13. El diagrama causa-efecto también se denomina:

- a) Diagrama en espina de pescado
- b) Diagrama de Okinawa
- c) Diagrama de relaciones

14. La calidad de la empresa es consecuencia de:

- a) La tecnología empleado
- b) Sus recursos humanos
- c) El país en el que está ubicada

15. La tormenta de ideas tiene por objeto:

- a) Fomentar la creatividad del grupo
- b) Priorizar las soluciones del tema estudiado en el grupo
- c) Analizar las causas de un hecho

UD.9 LA ORGANIZACIÓN DE LA CALIDAD

1. Cada puesto de trabajo de la empresa está definido por:

- a) Sus funciones
- b) El horario
- c) Sus responsabilidades

2. La función de operaciones en una empresa de servicios se refiere a.

- a) Las operaciones contables de la empresa.
- b) Las actividades para la prestación de los servicios
- c) Las actividades para la fabricación de los productos

3. Una de las funciones del responsable de calidad es:

- a) El control e inspección del proceso de fabricación
- b) El mantenimiento de las máquinas de producción para que funcionen con calidad
- c) El análisis de las reclamaciones de clientes

4. Es recomendable que la función control de calidad se encuentre.

- a) Separada de la función fabricación
- b) Asumida por la misma persona que la función fabricación.
- c) Es indiferente

5. La función control de calidad en una empresa industrial tiene normalmente los siguientes cometidos:

- a) La inspección de calidad de las materias primas
- b) El control de la hora de entrada de los operarios a la fábrica
- c) La realización de encuestas de satisfacción de los clientes

6. La función calidad es una función que afecta a:

- a) Todas las demás funciones de la empresa
- b) Sólo a la función de producción
- c) Todas las funciones salvo las de dirección.

7. Funciones genéricas de la función calidad de la empresa son:

- a) Participar en el diseño de los productos
- b) Investigar la satisfacción de los clientes
- c) Fijar el precio de los productos

8. En una empresa orientada a la calidad total es habitual situar la función de calidad.

- a) Dependiendo del director de producción
- b) En posición staff del director general
- c) Dependiendo del director económico-financiero

9. Los indicadores de calidad sirven para:

- a) Comparar las prestaciones de calidad a lo largo del tiempo
- b) Saber si la empresa tendrá beneficios al final del año por la calidad
- c) Comparar la calidad de una empresa con otra

10 .Los cuadros de mando de la calidad suelen recoger:

- a) Los estándares u objetivos de calidad
- b) El valor de los indicadores de calidad
- c) Los resultados económicos de la empresa

UD. 10 LOS COSTES DE CALIDAD

1. Los costes de no conformidad son los producidos:

- a) Por fallos o defectos
- b) Al elaborar un manual de calidad
- c) Al inspeccionar el producto

2. Las averías de la máquina son costes de:

- a) Anomalías externas
- b) Prevención
- c) Anomalías internas

3. La diferencia entre los costes de anomalías internas y externas consiste en que los primeros:

- a) Son los producidos por el departamento de calidad y el resto son costes de anomalías externas
- b) Se producen cuando el producto está dentro de la empresa y los de anomalías externas se producen cuando el producto esta fuera.
- c) Los mide la propia empresa y los segundos los miden los clientes

4) De los siguientes tipos de costes, ¿cuál es un coste de anomalía externa?

- a) Una devolución de un cliente
- b) Una parada de maquina
- c) Las mermas de producto.

5. El tiempo dedicado a reparar un producto defectuoso durante el proceso de producción:

- a) Es un coste de anomalía interna
- b) No es un coste de la calidad porque el producto aún no se ha enviado al cliente.
- c) Es un coste de detección

6. Indica cuál de estos tres tipos de coste no es un coste de detección.

- a) Amortización de un equipo de inspección.
- b) El salario del personal de laboratorio de control.
- c) El tiempo dedicado a analizar la reclamación de un cliente.

7. El coste de las garantías es un coste de:

- a) Prevención
- b) Anomalía externa
- c) Detección

8. El nivel óptimo de los costes de la calidad se produce cuando:

- a) Hay cero defectos
- b) Los costes de detección y de prevención son cero
- c) La suma de los costes de conformidad y de no conformidad es mínima.

9. En el momento de implantar un sistema de evaluación de costes de la calidad es fundamental calcular:

- a) Todos los costes de la calidad de la empresa, sin olvidar ninguno
- b) Los costes más importantes y que sean más fáciles de evaluar.
- c) Solo los costes de detección y prevención

10. Indica cuál de los siguientes costes es un coste de prevención:

- a) La formación del personal en temas de calidad
- b) El tiempo del personal de mantenimiento reparando una vía
- c) El coste del material comprado y no utilizado

UD. 11 NORMALIZACIÓN Y CERTIFICACIÓN

1 Los organismos que constituyen la infraestructura de calidad en España son:

- a) Los laboratorios de calibración industrial acreditados
- b) Las empresas con certificado de registro de empresas
- c) AENOR

2. Las normas elaboradas por ISO son:

- a) De observancia obligatoria para los países miembros
- b) De conocimiento publico
- c) Elaboradas con el consenso de las partes interesadas

3. UNE-EN ISO 9001-2008 incluye requisitos relativos a:

- a) Las compras
- b) La contabilidad
- c) El diseño y desarrollo

4. AENOR es un organismo de certificación en España;

- a) Si, y el único
- b) Si, pero no es el único
- c) No, no es un organismo de certificación

5. La ENAC es:

- a) Un organismo de certificación de productos.
- b) El organismo acreditador español.
- c) El organismo que edita las normas UNE-EN-ISO 9001/2/3

6. Se puede obtener el certificado de registro de empresa:

- a) Solicitándolo a ENAC
- b) Pasando una auditoria de calidad por AENOR
- c) Pasando una auditoria de calidad por el CEN (Centro Europeo de Normalización)

7. Las normas UNE_EN_ISO 9001:2008 trata de:

- a) Requisitos de los sistemas de gestión de calidad
- b) Fundamentos y vocabulario
- c) Directrices para la mejora del desempeño

8. Los laboratorios de calibración industrial acreditados pueden asegurar;

- a) La conformidad respecto a las normas correspondientes de las empresas.
- b) La trazabilidad y uniformidad de los resultados de las medidas
- c) La aptitud de los resultados de calidad de las empresas.

9. El organismo de normalización internacional es

- a) ISO
- b) ENAC
- c) CEN

10. Para un laboratorio de ensayo que obtenga la acreditación la tiene que solicitar a:

- a) AENOR
- b) CEN
- c) ENAC

UD. 12 EL SISTEMA DE CALIDAD

1. El principal objetivo de la calidad es:

- a) Aumentar las ventas
- b) Cumplir los requisitos acordados con el cliente
- c) Reducir los plazos de entrega

2. Las normas UNE-EN-ISO 9001 y UNE-EN-ISO 9002 se diferenciaban en:

- a) Las compras
- b) El diseño
- c) servicio postventa

3. El documento que recoge la política de calidad de la empresa es:

- a) El manual de calidad
- b) Los procedimientos
- c) Los registros

4. De los siguientes documentos, el que generalmente tiene el ámbito de aplicación más amplio es:

- a) Un procedimiento
- b) Una instrucción de trabajo
- c) Un registro

5. En un sistema de calidad, la responsabilidad de definir la política de calidad de la empresa es de:

- a) El responsable de calidad
- b) El comité de empresa
- c) La dirección de la empresa

6. Los procedimientos tienen por objeto describir:

- a) Una máquina o un útil de producción
- b) La forma de llevar a cabo una actividad
- c) Los balances y cuentas de resultados de la empresa

7. ¿Cuándo deja de tener validez la norma UNE-EN-ISO 9001:2000?

- a) A partir de diciembre de 2008
- b) A partir de noviembre de 2010
- c) Nunca. Se mantendrá siempre en vigor

8. Un diagrama de flujo es:

- a) Un registro
- b) Una representación esquemática de una actividad
- c) Un resumen del manual de calidad

9. Un albarán de transporte es:

- a) Un registro
- b) Un apartado de la norma UNE-EN-ISO 9001
- c) Un procedimiento

10. En el manual de calidad, se define a qué partes de la empresa afecta en el apartado de:

- a) Objetivos y política de la calidad
- b) Presentación de la empresa
- c) Objeto y ámbito de aplicación

UD. 13 LA CALIDAD TOTAL

1. Un proceso de calidad total afecta a:

- a) Las funciones de dirección y de calidad
- b) Las funciones de la empresa ligadas a la calidad del producto o servicio
- c) Todas las funciones de la empresa

2. El proceso de calidad total termina:

- a) Cuando se obtiene el certificado ISO 9001
- b) Nunca no tiene fin
- c) Cuando se consigue la satisfacción del cliente

3 Un proceso de calidad total, los resultados económicos:

- a) No son importantes; lo importante es la calidad del producto
- b) Tienen que ser negativos, porque la calidad cuesta dinero
- c) Son fundamentales; es uno de sus objetivos

4. Para tener éxito en el proceso de calidad total, uno de los factores clave es:

- a) Haber implantado antes un sistema de aseguramiento de la calidad
- b) La implicación de la dirección
- c) La remuneración del personal

5. El grado de percepción que el cliente tiene del cumplimiento de los requisitos es:

- a) La calidad aportada
- b) La calidad especificada
- c) La calidad percibida

6. Una de las formas de demostrar el compromiso de la dirección es:

- a) Participar activamente en las actividades del proceso de calidad total.
- b) Dejar la iniciativa al responsable de calidad y no participar en el proceso
- c) Presidir el comité de dirección

7 Dentro de un proceso de calidad total, el sistema de comunicación:

- a) Debe dirigirse el equipo directivo
- b) Debe adaptarse a la cultura de la empresa
- c) Debe ser escaso, para evitar actitudes reivindicativas

8. La relación cliente proveedor dentro de la empresa es:

- a) La relación existente entre los clientes externos y los proveedores externos.
- b) La relación existente entre los departamentos que se intercambian productos, servicios o información.
- c) La relación entre el departamento comercial y el departamento de compras

9. Las relaciones entre departamentos, clientes y proveedores:

- a) Deben estar especificadas, de forma similar a los clientes y proveedores externos.
- b) No deben especificarse, porque generaría discrepancias entre departamentos
- c) Deben ser definidas por el responsable de calidad

10. Una de las claves de un proceso de mejora continua es:

- a) Que debe realizarlo el equipo directivo
- b) La participación del responsable de calidad
- c) La medición de resultados

UD.14 EL MODELO EUROPEO DE EXCELENCIA

1. El Modelo Europeo de Excelencia está dividido en :

- a) Dos criterios
- b) Nueve criterios
- c) Treinta y tres criterios

2. Los criterios del Modelo se agrupan en:

- a) Subcriterios y factores
- b) Agentes y resultados
- c) Causas y resultados

3. No pertenece a los Resultados el criterio siguiente:

- a) Liderazgo
- b) Resultados en la sociedad
- c) Resultados en el personal

4. En el Modelo Europeo de Excelencia se evalúan:

- a) Más los resultados que los agentes
- b) Más los agentes que los resultados
- c) Por igual los agentes y los resultados

5. La utilización adecuada de los recursos financieros es un subcriterio perteneciente

- a) La política y estrategia
- b) Los procesos
- c) Alianzas y recursos

6. Medir los plazos de entrega, las tasas de defectos o las reclamaciones es una actividad perteneciente a.

- a) Los agentes
- b) Los resultados
- c) No pertenece al Modelo Europeo

7. La autoevaluación compara las actividades de la empresa con:

- a) La norma ISO 9001
- b) La norma ISO 9002
- c) El Modelo Europeo de Excelencia

8. En la autoevaluación, los agentes se miden por lo siguiente:

- a) El grado de excelencia y alcance de los resultados
- b) El enfoque, el despliegue, la evaluación y revisión.
- c) El liderazgo de los directivos y el plazo de implantación.

9. En la autoevaluación, los resultados se miden por lo siguiente:

- a) La tendencia, el alcance, la comparación y la causalidad.
- b) El grado de excelencia e implantación del enfoque.
- c) La cuantía de los resultados y el plazo en conseguirlos

10. El proceso de autoevaluación finaliza cuando se obtiene.

- a) La puntuación total de la empresa
- b) Un plan de acción y se siguen los progresos
- c) El certificado ISO 9000

UD. 15 LA CALIDAD EN LOS SECTORES ECONÓMICOS

1. Coca-Cola, Henkel e Iberia son empresas:

- a) Business to business
- b) Business to consumers
- c) Business to consumers de producto

2. Los proveedores de los fabricantes de automóviles gestionan la calidad a partir de:

- a) La certificación de empresa
- b) Sistemas de aseguramiento de la calidad con requisitos propios de cada cliente.
- c) La certificación de productos

3. En las empresas de productos que venden a otras empresas la diferenciación por la calidad se basa fundamentalmente en:

- a) La calidad del producto
- b) El servicio asociado al producto
- c) El cumplimiento de las especificaciones del producto

4. La marca N de AENOR la utiliza fundamentalmente:

- a) Empresa de transporte público de viajeros
- b) Empresas fabricantes de electrodomésticos
- c) Empresas fabricantes de aparatos de iluminación

5. La industria manufacturera gestiona la calidad fundamentalmente a partir de:

- a) Control e inspección de calidad
- b) Sistemas de aseguramiento de la calidad
- c) Sistemas de calidad total

6. Los aspectos más importantes de la calidad en las empresas de servicios de gran consumo son:

- a) Los costes de obtención de la calidad
- b) Las personas de la organización
- c) La calibración de los equipos de inspección

7. La fuerte presión de la competencia hace que las empresas monopolísticas:

- a) Se esfuercen mucho en la mejora de la calidad
- b) Descuiden la calidad y bajen los precios
- c) La competencia no afecte a las industrias monopolísticas

8. Es habitual que los clientes realicen auditorías de calidad a sus proveedores en a industria.

- a) Alimentaria
- b) De confección
- c) De automoción

9. Algunas empresas desarrollan sistemas de aseguramiento de la calidad la certificación de empresa por:

- a) Exigencia de sus clientes para ser proveedores homologados
- b) Voluntad de satisfacer a sus clientes
- c) La presión de la competencia

10. Para las empresas industriales de gran consumo ha aparecido un nuevo elemento a tener en cuenta de cara a la calidad, que es:

- a) El canal de distribución
- b) Los segmentos de clientes
- c) Las empresas de transporte de la mercancía