



## POLÍTICA DE CALIDAD

La calidad es un factor clave de la filosofía de empresa y se considera que ha sido y es una ventaja estratégica para la conquista y consolidación de nuevos clientes y ámbitos geográficos de actuación.

La Política de Calidad de la empresa se fundamenta en los Principios de Gestión de la Calidad definidos en la norma internacional UNE-EN ISO-9000:2015 y, a su vez, orienta al Sistema de Calidad hacia el cumplimiento de los requisitos de la norma UNE-EN ISO-9001:2015 que son de aplicación a la actividad de la empresa.

La empresa compagina el enfoque hacia el cliente con sus compromisos de rentabilidad para sus accionistas, alianzas con empresas colaboradoras y competidoras, satisfacción de su personal, imagen pública, respeto al medio ambiente y buenas relaciones con el entorno social allí donde desarrolla su actividad.

La empresa se compromete al cumplimiento de los requisitos del cliente, explícitos e implícitos, así como de los requisitos legales y reglamentarios.

Un fundamento básico de la relación de la empresa con sus clientes es la consolidación e incremento de su satisfacción global, actuando sobre los factores que condicionan la percepción que dichos clientes tienen sobre el rendimiento de la empresa. Por ello, la empresa se compromete a mejorar continuamente la eficacia de su Sistema de la Calidad.

## OBJETIVOS

Los **objetivos de calidad generales** de la empresa, que el Comité de Calidad despliega anualmente en objetivos concretos y cuantificables, son los siguientes:

1. Aumentar la competencia y la concienciación del personal propio y subcontratado.
2. Optimizar los procesos, de prestación de los servicios y organizativos, incorporando mejores tecnologías y recursos, ajustando plazos, reduciendo costes, mejorando la coordinación de los intervinientes y eliminando operaciones que no aportan valor, tales como trámites burocráticos innecesarios.
3. Consolidar y mejorar las relaciones con nuestros clientes, reales y potenciales, y avanzar en la comunicación con ellos y en el conocimiento de sus necesidades, particularidades y modos de operación.

4. Adecuar nuestra capacidad de respuesta a las necesidades de cada cliente.
5. Incorporar tecnologías que faciliten el análisis de datos y el tratamiento de la información.
6. Trabajar sobre las relaciones con empresas de la competencia y colaborar, tanto en el ámbito comercial como técnico.
7. Conseguir que la gestión de proveedores y subcontratistas permita aumentar, tanto por su lado como por el nuestro, nuestras capacidades técnicas y de rentabilidad.

20.01.2017