

POLITICA PER LA QUALITA'

T.C.A. sas, tramite la direzione aziendale, ha definito la politica per la qualità per il conseguimento degli obiettivi di:

- I. qualità di prodotto/servizio
- II. analisi e monitoraggio del contesto.
- III. efficienza dei flussi di lavoro
- IV. condivisione con i clienti di tutti i processi
- V. Formazione continua sull'uso di prodotti, attrezzature e macchine
- VI. soddisfazione del Cliente e delle parti interessate.
- VII. incremento della quota di mercato.
- VIII. Estrema differenziazione come strategia di marketing.
- IX. Competenza e soddisfazione dei collaboratori e partner.

Il mercato in cui operiamo ha subito profonde trasformazioni negli ultimi 3 anni. Per di più nell'ultimo anno le valutazioni e le scelte effettuate nel recente passato, ci hanno dimostrato, di essere corrette e ci hanno permesso di migliorare il nostro posizionamento sul mercato. Siamo passati da una politica di prodotto ad una politica di servizio. Contemporaneamente la sempre maggior presenza di grandi players sul mercato e di colossi che fanno della logistica il loro core-business, ci impongono da una parte una chiara strategia rivolta all'industrializzazione dell'attività, dall'altra una strategia rivolta a servizi che ci differenziano dalle grandi logistiche. Controllo di gestione ed ottimizzazione dei processi sono state le aree che abbiamo affrontato.

La comunicazione e la condivisione sono i temi su cui TCA si sta impegnando aumentare il valore del BRAND TCA.

Premesso che la T.C.A. sas è fondata sul lavoro di gruppo e sulla qualità etica delle persone ed ha come obiettivo:

Comportamento etico con ogni componente del ciclo produttivo
Attenzione verso le necessità del cliente
Conoscenza, Competenza e Consapevolezza
Rispetto delle persone

ha definito come obiettivo primario la maggior soddisfazione possibile del cliente in termini di:

- I. comunicazioni chiare
- II. servizio offerto
- III. innovazione e ricerca del prodotto con attenzione alle normative cogenti
- IV. efficienza del processo
- V. rapporto qualità prezzo in relazione al valore aggiunto

La comunicazione verso il cliente e verso i collaboratori è stata implementata ed inserita in un C.R.M. che permette di avere traccia e condivisione del ciclo produttivo, delle proprietà del cliente e delle azioni da effettuarsi.

San Giovanni Lupatoto, li 19/11/2021

La Direzione Aziendale
Claudio Sciacca