

1. POLITICA DE LA CALIDAD

Edición 2

Fecha última act.: 09/07/2021

POLÍTICA DE LA CALIDAD

Nuestra política de calidad se basa en la mejora continua. Para ello, contamos con el compromiso de todos los grupos de interés que integran nuestra compañía, entre los que destacamos la Alta Dirección y fabricantes. Así pues, basándonos en una comunicación proactiva, Promo Tobacco, S.L. se compromete a mantener sus estándares y valores e inculcarlos como cultura de nuestra Empresa.

DECLARACIÓN DE APLICABILIDAD

Actividad desarrollada: promoción de marcas de tabaco por cuenta de los fabricantes y ejecución de campañas de marketing y promoción específicas de marcas de tabaco.

Esta actividad no requiere de los siguientes requisitos normativos:

- 8.3. Diseño: la empresa no diseña; su actividad es la comercialización y la ejecución de campañas de marketing marcadas por los clientes.
- 7.1.5. Recursos de seguimiento y medición: es una empresa de servicios y no realiza ningún control de sus actividades que requiera de equipos de medida.

NUESTROS OBJETIVOS DE CALIDAD

- **Prestar servicios de excelencia**

Contamos con un equipo de profesionales inmersos en una política de mejora continua, porque somos conscientes que dicho esfuerzo es de vital importancia para nuestro crecimiento. Todo ello, sumado con un trato único y preferencial nos permitirá lograr la plena satisfacción de nuestros clientes/fabricantes.

- **Continuar posicionándonos en el mercado**

Mantener y mejorar nuestra posición en el mercado siendo la primera empresa tabaquera 100% con capital español por volumen de ventas, y quinta en el ranking, solo por detrás de las grandes compañías multinacionales.

Esto nos hace estar atentos a posibles inversiones, ya que evaluamos y nos adaptamos ante cambios del entorno y sugerencias que nuestros clientes o fuerza de ventas nos transmiten.

- **Garantizar la máxima calidad en la elaboración de los productos que comercializamos.**

Los productos que comercializamos son sometidos a un exigente control de selección de las materias primas a utilizar, que deben ser provistas por empresas que estén a la altura de nuestras necesidades. Empresas que, además de cumplir con todos los requisitos legales establecidos, demuestran diariamente su preocupación y concienciación por el medio ambiente.

DIFERENCIACIÓN RESPECTO A NUESTRA COMPETENCIA

Hemos sido capaces de desarrollar productos con características diferenciales para posicionarnos en aquellos segmentos de mercado donde no existían alternativas similares, consiguiendo de esta manera la aceptación por parte de los consumidores, siendo hoy productos con una demanda elevada en el mercado.

1. POLITICA DE LA CALIDAD

Nuestro Know how nos ha permitido comercializar un amplio y variado portfolio de productos, abarcando cigarrillos rubios y negros de diferentes segmentos de mercado, tabaco libre de aditivos y orgánico en diversas presentaciones, cigarrillos y picadura aromatizada, picadura de liar y pipa, cigarrillos con y sin filtro, cigarros, tabaco de mascar y aspirar, así como tabaco para pipa de agua.

LA MEJORA CONTINUA COMO VISIÓN DE FUTURO

La cultura de potenciar la mejora continua DEBE estar presente en todas las actividades diarias de Promo Tobacco, esto nos impulsará a seguir creciendo en un futuro y que todo el equipo esté alineado para alcanzar con éxito los objetivos estratégicos.

Promotores, supervisores, J.N.V, personal de oficina, fabricantes y proveedores. En definitiva, todos los grupos de interés realizan un trabajo en equipo con un objetivo común "LA MEJORA CONTÍNUA".

MISIÓN, VISIÓN Y VALORES DE NUESTRA POLÍTICA

Misión: La misión principal de la Compañía estriba en "Ser una empresa de confianza"

Visión: La visión es seguir consolidándose en el largo plazo como la empresa mejor considerada y más grande exceptuando a las 4 Big Tobacco Companies en España.

Valores: Nuestro principal valor se fundamenta en crear riqueza en el mercado español, incrementando y tratando de mantener el empleo en épocas de recesión económica.

Otro valor que la empresa transmite es el acercamiento de culturas internacionales con la española.

APORTACIÓN DE LAS PARTES INTERESADAS AL CUMPLIMIENTO DE LA POLÍTICA DE CALIDAD

Promo Tobacco se compromete a revisar y mantener sus procesos de forma permanente, al estar sometidos en una rueda constante de mejora continua del sistema.

La alta dirección es la encargada de dirigir y apoyar comprometiéndose a lograr los objetivos estratégicos de la organización.

El J.N.V. planifica la estrategia comercial analizando el comportamiento del mercado en función de los medios y recursos que la empresa le proporciona.

El supervisor tiene que conocer las virtudes y debilidades de su equipo. Debe cuidar las primeras, y con su experiencia, hacer desaparecer las segundas hasta convertirlas en fortalezas. Es el enlace para canalizar la información del equipo comercial con la dirección en ambos sentidos.

El promotor no sólo vende. Es nuestra imagen en el estanco, debe conocer sus gustos para adelantarse a sus necesidades. Manteniendo a éste y a la empresa al día de las tendencias.

El personal de oficina está formado por profesionales competentes con dilatada experiencia en el sector encargados de dirigir, coordinar y gestionar tareas de marketing, administración, calidad y finanzas con el fin de interactuar conjuntamente para lograr un objetivo común.

Los proveedores tratan de establecer relaciones mutuamente beneficiosas y de confianza.

Los fabricantes ofrecen productos de Calidad, cumpliendo con los requisitos de los clientes y los que la legislación exige, garantizando en todo momento el respeto por el medio ambiente.

1. POLITICA DE LA CALIDAD

OBJETIVOS ADICIONALES

Además de los objetivos de Calidad que aparecen en el apartado anterior, también debemos buscar

La máxima satisfacción de los clientes y de otros grupos de interés

Eficacia y eficiencia; mejora continua

Toma de decisiones basadas en datos e información

Proveedores fiables

Trabajadores cualificados

Dotación de recursos necesarios

Cumplimiento de la legalidad vigente en el desarrollo de las actividades.

Análisis del entorno para detectar debilidades y oportunidades

- a) Enfoque al cliente
- b) Liderazgo
- c) Participación del personal
- d) Enfoque basado en procesos
- e) Enfoque de sistema para la gestión
- f) Mejora continua
- g) Enfoque basado en hechos para la toma de decisión
- h) Relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor

Indicadores

Se establecen los siguientes indicadores generales:

- Ventas
- Rechazos CMT
- Sanciones CMT
- Inconformidades
- Nuevos fabricantes
- Incremento volumen campañas
- Personal
- Satisfacción de proveedores
- Oportunidades de mejora

Se establecen los siguientes indicadores de satisfacción de clientes:

- Incremento del número de referencias
- Incremento del % del presupuesto de Marketing
- Felicitaciones de Navidad.
- Convención anual de fabricantes y FV.

1. POLITICA DE LA CALIDAD

MAPA DE PROCESOS

