

MECA-RURAL Y C.E. Aya 2013 se fundaron en 1990. Acumulamos casi 30 años de magníficas experiencias dentro del campo de la formación.

Nuestro objetivo siempre ha sido claro: Rentabilizar al máximo el esfuerzo del alumno. Para conseguirlo, ponemos a su disposición una metodología especialmente práctica, atención personalizada, los medios técnicos más avanzados y un equipo de profesionales especializados en cada materia.

Como consecuencia de una buena formación la empresa consigue optimizar sus recursos humanos y técnicos.

Colaboramos habitualmente con la Generalitat Valenciana, a través de distintas Consellerías así como con varias organizaciones empresariales.

El alcance de la certificación es el siguiente:

Gestión e Impartición de cursos de formación subvencionada de idiomas, administración e informática, para el empleo y para trabajadores en activo.

La *Dirección* asume en primera persona la responsabilidad de la Gestión de la Calidad en el Centro y, al objeto de suministrar servicios que satisfagan plenamente las necesidades de clientes y usuarios externos e internos con la máxima eficiencia, expone la siguiente **Política de Calidad**, sobre la que se basa el Sistema de Gestión de la Calidad, y que será revisada periódicamente a través de la Revisión del Sistema por la *Dirección*.

POLÍTICA DE CALIDAD:

En líneas generales la política de calidad está enfocada a satisfacer las necesidades de nuestros alumnos, cumpliendo sus expectativas, así como los requisitos legales y reglamentarios, con una clara orientación hacia la mejora continua.

Y para que el enfoque sea el correcto en primer lugar hay que conocer el **CONTEXTO** en el que nos movemos. El primer paso sería valorar la situación actual de la empresa, identificar las estrategias, los cambios que se producen en el mercado y nuestras capacidades y limitaciones. Esto nos servirá de base para hacer un análisis histórico, casual y proyectivo.

Análisis interno:

- *Producción*
- *Marketing*
- *Organización*
- *Personal*
- *Finanzas*

Análisis externo:

- *Mercado*
- *Sector*
- *Competencia*
- *Entorno*

Una vez analizados los aspectos internos y externos debemos definir la estrategia para aprovechar las oportunidades detectadas y eliminar las amenazas y debilidades. En este caso la apuesta es por una estrategia ofensiva. La empresa debe enfocar su estrategia hacia el crecimiento por la fortaleza y el reconocimiento que tienen los productos por los clientes y por la debilidad de la competencia.

Factores a contemplar:

FORTALEZAS INTERNAS

- *Productos diferenciados, bien valorados en el mercado y sin competencia en nuestra zona de influencia*
- *Habilidades y recursos técnicos superiores*

- *Buena imagen en los consumidores*
- *Capacidad directiva*
- *Flexibilidad organizativa*
- *Asentamiento en la comarca y conocimiento por parte de todo el entorno*
- *Diversidad de productos*
- *Personal muy cualificado*

DEBILIDADES INTERNAS

- *Instalaciones obsoletas*
- *Atraso en investigación y desarrollo*
- *Incapacidad de financiación de cambios estratégicos grandes*

OPORTUNIDADES EXTERNAS

- *Entrar en nuevos mercados*
- *Atender a nuevos grupos de clientes*
- *Ampliación de radio de acción*

AMENAZAS EXTERNAS

- *Crecimiento lento del mercado*
- *Muchos competidores tanto legales como ilegales*
- *Internet siempre es una amenaza latente y creciente*

Otro de los objetivos prioritarios en la política de calidad es cubrir las necesidades y expectativas de **LOS CLIENTES**, que son los siguientes:

- **Servef**
- **Alumnos**
- **Proveedores**
- **Administración**
- **Empleados**
- **Dirección**

Y siempre hay que hacerlo evaluando **LOS RIESGOS** y buscando soluciones. En este caso, los riesgos son muy bajos, ya que el procedimiento en los cursos de formación para desempleados está claramente definido por la administración, quedando fijados los criterios, los clientes que intervienen y la interacción entre ellos.