



MANAGEMENT

Il valore etico della qualità: una variabile chiave per far fronte alla complessità

La sopravvivenza delle aziende, oggi, è correlata alla loro capacità di ricercare il bene comune riportando al centro l'etica come chiave per il successo. Senza qualità non vi è crescita culturale e non vi è sviluppo economico e sociale. Ecco i temi sviluppati nella 27a edizione della Campagna Nazionale Qualità e Innovazione di Gruppo Galgano.

di Mariacristina Galgano



Mariacristina Galgano,
Amministratore Delegato di
Gruppo Galgano

Sempre più ambiziosi i Business Plan che le aziende oggi devono realizzare. Molteplici sono quindi gli obiettivi da perseguire e su diversi fronti: conquistare nuove quote di mercato, fidelizzare i clienti esistenti, migliorare la redditività, essere più rapidi nell'innovazione, trattenere i talenti. Esiste una variabile chiave che consente di sintetizzare in modo estremamente efficace questi diversi obiettivi: questa variabile è la qualità. Essa sintetizza in modo estremamente efficace l'esigenza di superare le aspettative del cliente, creando un potente passaparola positivo, da traino per l'acquisizione di nuovi segmenti di clientela. Ma puntare sulla qualità significa anche "fare le cose giuste la prima volta" evitando difetti e sprechi, riducendo, quindi, in modo molto significativo i costi di produzione/erogazione e dunque aumentando la redditività.

In ultimo, qualità implica capacità costante di migliorare continuamente processi e prodotti, una "palestra" formidabile che conduce e prepara tutta l'azienda all'innovazione. Ma vi è un'altra dimensione spesso trascurata in letteratura, che è oggi di grande attualità: si tratta del valore etico della qualità. Una dimensione chiave, oggi, in un contesto che pone enfasi sull'importanza di "fare sistema". La Qualità rappresenta l'elemento di collegamento fondamentale di un sistema virtuoso composto da: management, fornitori, dipendenti, clienti, azionisti e società civile. La sopravvivenza delle aziende, oggi, è correlata alla loro capacità di ricercare il bene comune riportando al centro l'etica come chiave per il successo. Senza Qualità non vi è crescita culturale e non vi è sviluppo economico e sociale. I recenti avvenimenti economici, politici e sociali a livello globale rafforzano sempre più la convinzione di come la nuova forza propulsiva sia l'etica, unita al senso di responsabilità e alla ricerca della qualità della vita e del lavoro.

Nell'attuale scenario di mercato diventa, quindi, necessario per le aziende dare un senso alle proprie attività in modo che si generi un legame profondo tra persone e mission aziendale. E' necessario per chi lavora all'interno dell'organizzazione trovare riferimenti stabili che diano un significato alle proprie attività. Solo la consapevolezza del contributo che esse possano dare alla crescita culturale, sociale ed economica, può generare tale senso forte di appartenenza. E' determinante e urgente, quindi, riflettere – a tutti i livelli aziendali – sulla dimensione etica della Qualità, come forza pervasiva che riguarda tutti noi e necessita di un radicale cambiamento culturale dentro e fuori alle imprese. Ma siamo tutti concordi nel riconoscerne l'importanza, tuttavia, quando si viene al punto della questione, sembra sempre che l'introduzione di questo concetto nel mondo del lavoro sia responsabilità di qualcun altro. E questo perché spesso non comprendiamo a pieno cosa significhi l'etica applicata al lavoro.

Vediamo qualche esempio concreto di aziende che, con la loro testimonianza, dimostrano come sia davvero possibile mantenere saldi i propri valori al di là delle difficoltà del contesto attuale. Al tema

#ilvaloreeticodellaqualità abbiamo dedicato, infatti, alcuni recenti convegni in occasione della storica Campagna Nazionale Qualità e Innovazione di Gruppo Galgano di novembre (quest'anno alla sua **27° edizione**) un'iniziativa di comunicazione condivisa e di responsabilità sociale d'impresa che ha visto protagoniste centinaia di organizzazioni (private, pubbliche, no profit).

La sfida della Qualità

Una nuova percezione della Qualità caratterizza in questi anni il percorso di Abb – Unità Operativa Comem: Qualità non solo di prodotto ma anche Qualità come servizio al cliente. La sfida dell'implementazione della Qualità è stata affrontata seguendo tre direttive che si sono rivelate strategiche: la cultura aziendale, il metodo, le tecniche di miglioramento e di coinvolgimento. La Qualità, che sia qualità di prodotto o servizio al cliente, si raggiunge e la si mantiene nel tempo solo se diventa fondamento della cultura aziendale. Qualità, infatti, è informazione e conoscenza diffusa all'interno di tutta l'organizzazione, è formazione e motivazione delle persone, affinché ogni lavoratore possa comprendere l'importanza del risultato, non solo economico, e sia motivato a contribuire al suo raggiungimento.

Testimonianza ABB al Convegno Galgano - Il valore etico della Qualità - Vicenza 04/12/14

Crescita qualitativa

Per Aboca il valore etico della qualità è l'unica condizione per una crescita sostenibile. La crescita deve, però, essere qualitativa, anziché quantitativa. La questione selettiva (in logica "solo qualcuno ce la farà") è sempre più preponderante in un contesto in cui è il consumatore stesso a essere selettivo. Per fare che ciò si realizzi è necessario, però, che le aziende percorrano la strada dell'investimento in innovazione cercando più valore aggiunto e offrendo qualità e soddisfazione al consumatore. La fiducia diventa, quindi, una leva strategica della competitività e la qualità si pone al centro di un nuovo modo di vedere lo sviluppo della nostra società e di tutti noi. Per Aboca, quindi, l'unica strada perseguibile è quella di una crescita qualitativa, economicamente valida, ecologicamente sostenibile e socialmente equa.

Testimonianza ABOCA al Convegno Galgano - Il valore etico della Qualità - Milano 26/11/14

Etica pubblica della Qualità

Anche nella Pubblica Amministrazione la Qualità non deve essere solo un obiettivo o uno strumento ma un autentico valore, declinandola in termini di etica (pubblica) della Qualità. Spendere meglio, non solo meno (spending review) e fare di più con meno (lean government) sono due sfide che AVEPA Agenzia veneta per i pagamenti in agricoltura ha già vinto: grazie ad un approccio orientato alla Qualità, si è iniziato a innovare i processi (digitalizzazione), a ridurre il consumo di risorse, aumentando l'efficienza complessiva del sistema di erogazione degli aiuti al settore agricolo. Qualità è sinonimo di semplificazione e, quindi, ridurre gli oneri burocratici dell'attività amministrativa fa guadagnare tempo da investire nell'innovazione. L'Agenzia si è posta l'obiettivo di adeguarsi alle necessità dei propri clienti senza arrendersi alla logica del «si è sempre fatto così», perché la resistenza al cambiamento porta inevitabilmente alla stasi, se non addirittura alla decrescita.

Testimonianza AVEPA al Convegno Galgano - Il valore etico della Qualità - Vicenza 04/12/14

Il valore etico come responsabilità

Il significato che Gruppo Sanpellegrino dà alla Qualità e al suo valore etico è quello della responsabilità. L'etica, infatti, è la consapevolezza che ogni persona sia responsabile della Qualità. Ci sono persone in azienda che possono "fabbricare la qualità" oppure la possono distruggere. Lo spreco più grave, infatti, è proprio quello dell'intelletto, che non è solo quello delle persone talentuose ma è anche, e soprattutto, quello di ogni persona che non è messa nelle condizioni per esprimersi al meglio. Il progetto, voluto da Nestlé e condiviso subito da Gruppo Sanpellegrino, come azienda pilota, si chiama "Nestlé Continuous Excellence" con tre numeri "0, 1, 100" dal significato strategico: 0 sprechi, 1 squadra e 100% di coinvolgimento. Cambiando modo di pensare e di agire con le giuste dosi di volontà, metodo, disciplina e rigore, anche i risultati hanno iniziato a cambiare.

Testimonianza SANPELLEGRINO al Convegno Galgano - Il valore etico della Qualità - Milano 26/11/14

Da queste testimonianze emerge come la Qualità abbia un valore che va oltre il solo risvolto economico: è visione di lungo termine che produce crescita sociale e culturale. Come una stella polare, indica la direzione, crea un legame profondo fra tutte le persone in azienda, è attenzione al cliente, è umiltà di sapersi mettere in gioco sempre. E' un fattore unificante e di crescita, generatore di un vero e proprio circolo virtuoso di idee e di azioni.

L'azienda deve, quindi, avere l'umiltà di rimettersi sempre in discussione e "salire sulle spalle dei giganti" per cogliere spunti, idee, stimoli da altri settori anche molto lontani da quello del proprio business. Occorre, infatti, avere sempre "sete" di riconoscere con intelligenza quei collegamenti che possono essere utili per il proprio contesto aziendale. Ma per fare qualità si deve anche investire nella crescita professionale delle persone avendone pieno rispetto e coinvolgendo la loro mente e il loro cuore. La leadership gioca un ruolo altrettanto fondamentale: chi guida questo percorso di miglioramento deve sapere che la qualità sta nei dettagli con la consapevolezza che le persone possono dare il meglio se trattate con rispetto. Prima di tutto, però, la qualità è un atto di rispetto verso se stessi, è un senso forte di responsabilità che deve animare tutti noi come lavoratori e come cittadini.

30-3-2015

LINK ALL'ARTICOLO:

www.eccellere.com/public/rubriche/management/valore-etico-qualita-325.asp

I testi rimangono proprietà intellettuale e artistica dei rispettivi autori. 2010 -



I contenuti di **Eccellere** sono concessi sotto la **Licenza Creative Commons Attribuzione - Non commerciale 3.0 Unported**. Ulteriori informazioni sono disponibili alla pagina **Note legali** (www.eccellere.com/notelegali.htm).