

Etica e produttività migliorano l'azienda

Attenersi a un codice di valori fa sì che le persone lavorino meglio e più volentieri



di **Rino Sardo**

Nell'odierna cultura degli affari, la corsa verso profitti facili a tutti i costi, spesso ha prevalso sulla ricerca e sul man-

tenimento di un comportamento etico professionale. Potremmo pensare che l'etica negli affari sia legata unicamente alle vicende degli scandali economici (ad esempio i casi Cirio e Parmalat) oppure alle multinazionali che non rispettano l'ambiente o sfruttano la forza lavoro in Paesi del terzo mondo. In realtà questo tema riguarda ognuno di noi e la presenza di un forte senso etico può influenzare sensibilmente le nostre performance e quelle dei nostri collaboratori.

Uno studio del dott. Bennet, apparso sul Wall Street Journal, condotto su manager e dirigenti, ha dimostrato come i dirigenti con i punteggi più elevati nei test relativi al comportamento etico fossero anche emotivamente molto più stabili e meno stressati rispetto agli altri. Secondo Carter McNamara, autore di "Una guida completa all'Ethics Management", i programmi di sensibilizzazione sul comportamento etico condotti in azienda coltivano un forte spirito di gruppo e aumentano notevolmente la produttività individuale. Donaldson e Davis, nel loro libro "Etica negli affari? Sì, ma come aiuta la marginalità?", sostengono che la gestione e lo sviluppo di valori etici negli ambienti di lavoro migliorano la fiducia e le relazioni tra i collaboratori e contribuiscono ad una maggiore qualità dei prodotti e del servizio. Non senza importanza inoltre è la percezione che i lavoratori hanno dell'impresa di cui fanno parte: tutte le più recenti teorie sul management insistono

sull'importanza della partecipazione di chi lavora agli obiettivi aziendali. Il fatto di attenersi ad un codice "etico" fa sì che le persone lavorino meglio e più volentieri, avendo coscienza che non c'è contraddizione tra gli obiettivi del loro lavoro e quelli della famiglia. Non più semplici "dipendenti", dunque, ma convinti collaboratori. Una recente indagine di mercato ha stimato, inoltre, che la percentuale di consumatori che ritiene la qualità ambientale e sociale dei prodotti un fattore determinante nelle proprie scelte di acquisto è in continua crescita. Per comprendere meglio cosa intendiamo per etica in azienda ci affidiamo a Paolo Ruggeri, autore di "L'etica dell'eccellenza", secondo cui l'azienda etica, quale che sia il suo mercato, è un'azienda che identifica con chiarezza quali sono i valori che la contraddistinguono e si dà da fare per promuovere gli stessi sia con la propria forza lavoro

che con il mercato. I valori condivisi diventano il vero motore dell'azienda. Sono questi i veri boss dell'azienda, sono superiori alle gerarchie, al potere dei manager e alle temporanee difficoltà di mercato. Oggi viviamo in un'epoca in cui l'etica è spesso trascurata e i valori sono sostituiti da ciò che è materiale. L'imprenditore che ha difficoltà di liquidità e compie irregolarità nel bilancio, il responsabile amministrativo che commette dei falsi contabili, il venditore che

spinto dalla necessità di raggiungere il budget fa una promessa ad un cliente quando sa di non poterla mantenere mettono in atto un comportamento non etico. In tutti questi casi piuttosto che le cause del problema ci si limita a risolvere gli effetti. Il venditore che mente al cliente pur di raggiungere il proprio budget "risolve" una situazione che prima o poi gli causerà non pochi problemi. Piuttosto che analizzare gli errori fatti e correggerli, così da iniziare a fare grandi vendite o ricominciare a farle,

preferisce percorrere scorciatoie che lo convinceranno di non essere in grado di risolvere in modo diverso il problema, determinando un inevitabile calo della propria autostima a scapito dei risultati futuri. Brian Tracy, autore di "Le 100 inviolabili leggi per il successo negli affari", sostiene che esiste una relazione diretta tra il nostro livello d'integrità e verità e la fiducia che abbiamo in noi stessi, la nostra autostima. Il fatto di mantenere un comportamento etico in ogni area della propria vita e la capacità di agire rispettando i propri valori fondamentali e la propria coscienza,

producono una grande autostima e costituiscono la base dell'auto-motivazione di ogni imprenditore, manager o collaboratore. Non a caso, il maestro delle vendite Zig Ziglar sostiene che vendere con integrità è l'unico modo tramite il quale puoi costruire una lunga carriera nelle vendite. Un punto fondamentale da ricordare riguardo all'etica aziendale è che, nonostante vi siano regole di etica, programmi di etica e reparti speciali, le grandi società non prendono decisioni etiche. Sono i singoli individui che fanno scelte etiche. Un'azienda deve fornire l'ambiente o l'atmosfera per agire eticamente, ma sono le persone dell'azienda che mettono in pratica l'etica. E' necessario, all'interno delle aziende, avviare una campagna di sensibilizzazione etica dei manager e dei collaboratori.

Questa campagna funzionerà solo se il cambiamento comincerà dal vertice, perché difficilmente otterremo una condivisione dei valori etici se il primo a non rispettare questi valori è l'imprenditore. Un vero leader deve dimostrare con l'esempio di scegliere un percorso etico che porta ad affrontare e risolvere i problemi.

LA CITAZIONE

"Il fatto di avere una coscienza a posto quando incontri le persone ti permette di concentrarti sul fare al meglio il tuo lavoro".

Ken Blanchard



Le imprese non prendono decisioni morali. Sono gli individui a fare le scelte