

Certificazione di qualità

(8')

Ente certificatore

Numero certificato

Ente certificato

Norma certificata

Attività certificate

Settori IAF

Periodo di certificazione

Ente accreditante

Questo è il **certificato n. 0/11/S**, rilasciato dall'**ente certificatore Service**, accreditato da **ACCREDIA** (che dal 2009 è l'unico ente accreditatore italiano).

L'ente certificato si chiama **ITIS**, nella sua unità operativa situata in una data via di Parma.

Il certificato certifica che **il sistema di gestione della qualità** di questa impresa è **conforme alla norma UNI EN ISO 9001:2008**

(che è l'ultima normazione fatta dalla ISO, International Organization for Standardization, sui due concetti cardine: il **Sistema di Gestione della Qualità SGQ** e la **Qualità Totale Management QTM**)

La gestione della qualità è conforme per **i campi di attività** specificati qui sotto, che vanno dalla progettazione e realizzazione di infrastrutture fino all'erogazione di corsi ICT e all'amministrazione universitaria.

Attività che la **IAF (International Accreditation Forum)** classifica col numero **33** (tecnologie dell'informazione) e col numero **37** (istruzione)

Una certificazione di qualità ha un **periodo di validità** limitato nel tempo, che solitamente va dai 3 ai 5 anni e che in questo esempio è di 3 anni

Ma **cosa si intende con qualità** nella normativa che stabilisce come deve essere un **sistema di gestione della qualità** per rispettare le **ISO 9001:2008**

Un prodotto è di qualità se soddisfa il cliente. Se il cliente voleva un **prodotto di qualità** (come chi compra un'auto) **qualità significa qualità.**

Ma se il cliente è **uno studente** che chiede alla scuola un **diploma** anche senza aver imparato nulla, allora **alta qualità significa scuola di bassa qualità** che fornisce il diploma anche a chi non lo merita affatto.

Ok, è il cliente che decide cosa vuole. Che un'impresa cerchi di accontentarlo non è soltanto normale, ma è necessario per la sua sopravvivenza (solo ad un'istituzione si assicura sopravvivenza anche se non guadagna). Attenzione, però, perché se **acccontenta una pretesa scorretta e/o illegittima allora è collusione**, un accordo sottobanco a danno di terzi, che oggi è sempre meno tollerato.

I requisiti del cliente

Gestione qualità

La soddisfazione del cliente

- 1) Scelto il tipo di cliente
- 2) Individuati i suoi bisogni
- 3) Definite le caratteristiche del prodotto
- 4) Si progetta il prodotto
- 5) Si definisce il processo produttivo
- 6) Si misura la soddisfazione del cliente

Nelle aziende c'è un **responsabile della qualità** che oltre a controllare l'indice di qualità della produzione si occupa di incentivare la formazione e l'addestramento del personale per quanto attiene alla qualità

Qualità: L'insieme degli aspetti e delle caratteristiche di un prodotto o servizio che gli conferiscono la capacità di soddisfare esigenze esplicite o implicite del cliente (liberamente tratto da ISO 8402 Quality Vocabulary)

L'indice di qualità della produzione tiene conto del numero medio dei prodotti difettosi, della gravità dei difetti e del peso che ad ognuno di essi attribuisce il cliente

Aumentare la qualità ha un costo per:

I costi di prevenzione sono quelli per realizzare un manuale della qualità definendo procedure, controlli e standardizzazione, per formare e addestrare il personale, per progettare processi e prodotti completi di controllo, collaudo e manutenzioni e quelli per controllare che i fornitori rispettino gli standard richiesti.

I costi di valutazione sono quelli per verificare la conformità dei prodotti agli standard di qualità fissati dei prodotti, dai materiali di partenza ai prodotti consegnati.

In compenso un'alta qualità riduce i **costi degli insuccessi**, che sono quelli per rifare i prodotti difettosi ma anche il danno all'immagine sia nel breve sia nel medio periodo se il difetto è scoperto dal cliente, che può essere molto rilevante

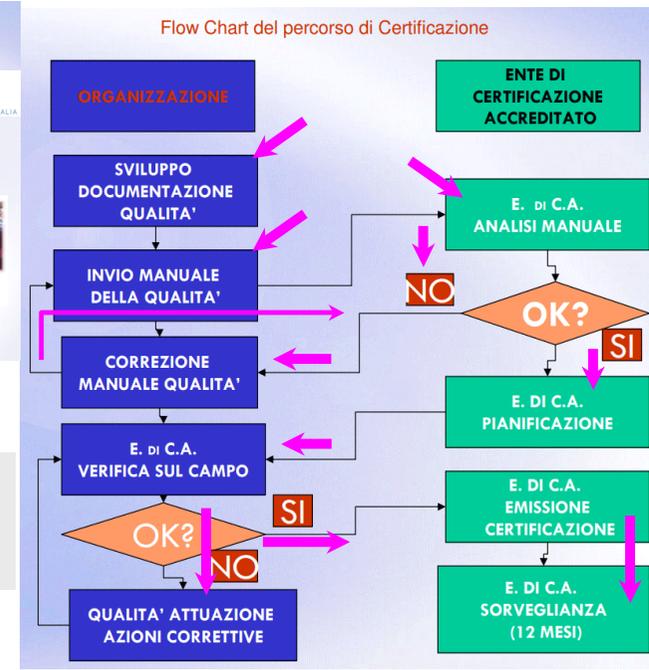


Immagine ripresa dal libro **Gestione, progetto e organizzazione d'impresa**, Ollari-Meini-Formichi, Zanichelli



L'Ente Italiano di Accreditazione

Per chi sceglie la qualità

(Pag. 1 del Cap. 31) <<Se in passato alle aziende veniva sostanzialmente chiesto di generare profitto, oggi si è aggiunto un altro obiettivo: quello della **qualità sociale**. [Come detto in **ORG. AZIENDA, IMPRESA**, attribuire all'impresa una **funzione sociale** significa pensare che **essa deve soddisfare l'interesse di tutti i partecipanti all'impresa** e attribuirgli una **funzione economica** significa pensare che **essa deve soddisfare l'interesse di tutti i membri di una data società**]

L'impresa deve operare anche in modo socialmente responsabile: i prodotti devono essere **sicuri, poco inquinanti e fabbricati in modo efficiente** senza spreco di risorse; gli ambienti di lavoro devono essere **salubri e sicuri**. L'**immagine di un'azienda**, attualmente, è fortemente influenzata da come agisce in questo contesto di politica sociale. >>

Tenere presente che la **legittimazione sociale** è necessaria ad un'impresa tanto quanto lo sono i soldi da investire o i lavoratori da usare per produrre il prodotto venduto.

(Pag. 2) <<Per poter sviluppare un efficace piano della qualità (**quality planning road**) è necessario stabilire una sequenza di azioni: 1. **identificazione del tipo di clientela**; 2. **individuazione dei bisogni della clientela**; 3. definizione delle caratteristiche del prodotto; 4. progettazione del prodotto; 5. definizione del processo produttivo. >> Ma serve anche un'azione 6. **Misurare la soddisfazione del cliente.** Per una **qualità totale (Total Quality Management)** servono:

- 1) un **continuo miglioramento della qualità** tramite **cicli PDCA**
 - 2) il **coinvolgimento di tutti** in questo miglioramento continuo della qualità ottimizzando tempi e costi
 - 3) Una **forte e continua interazione coi clienti**, dei quali sapere prima i bisogni e poi la soddisfazione
- E' importante capire che l'org dipende dalla soddisfazione dei clienti e che il personale per dare il meglio di se deve sentirsi coinvolto negli obiettivi**

