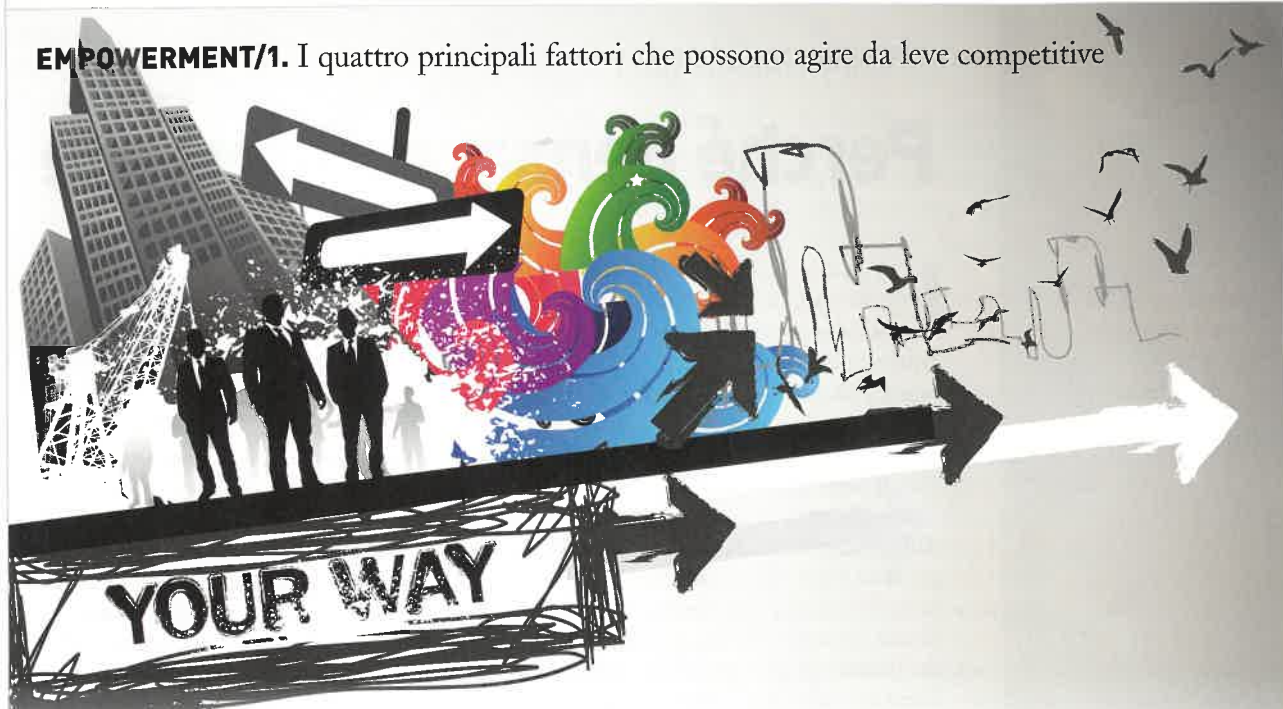


EMPOWERMENT/1. I quattro principali fattori che possono agire da leve competitive



Un progetto di cambiamento culturale

Non si può pensare di acquisire un vantaggio competitivo attraverso l'empowerment senza modificare il contesto operativo. Ecco come procedere e ottenere un ritorno sull'investimento in termini di benessere organizzativo

di **Angelo Battista**

Nell'attuale scenario economico, caratterizzato da incerte prospettive di crescita e turbolenza del mercato, la cultura empowerment può agire come potente fattore di vantaggio competitivo e aiutare l'impresa a difendere la propria posizione e a rispondere con maggiore efficacia alle sfide della concorrenza. Ma ciò non deve trarre in inganno il management, lasciando credere che si tratti di un obiettivo facile da conseguire, senza introdurre cambiamenti di tipo culturale, ma anche gestionali, strutturali e comportamentali, se ne-

cessario. Se si pensasse di poter lasciare inalterato lo *status quo* del contesto ambientale in cui si opera, l'empowerment assomiglierebbe più a una bacchetta magica che a un modello organizzativo efficace per la gestione manageriale di un'impresa. D'altra parte, per sgomberare il campo da qualsiasi equivoco, è bene ricordare che l'empowerment è un processo intenzionale che si rivolge a persone, gruppi e organizzazioni motivati a crescere, ad apprendere e ad acquisire nuove abilità e competenze in una prospettiva di miglioramento continuo. Non solo, ma per produrre effetti concreti