

Responsabilità delle persone che ricoprono un ruolo di leadership rispetto alla qualità all'interno della società

Il sistema di controllo qualità deve includere direttive e procedure volte a disciplinare i seguenti elementi:

- a) la responsabilità delle persone che ricoprono un ruolo di *leadership* nella qualità all'interno della società di revisione;
- b) i requisiti etici;
- c) il processo di accettazione e mantenimento dei clienti e degli incarichi;
- d) le risorse umane;
- e) l'esecuzione dell'incarico;
- f) il monitoraggio.

Le direttive e le procedure di controllo qualità devono essere documentate e comunicate a tutto il personale aziendale operativo. Tale comunicazione dovrà descrivere le direttive e le procedure di controllo qualità e gli obiettivi da raggiungere e dovrà trasmettere il messaggio ***che ogni individuo è personalmente responsabile della qualità*** ed è tenuto a rispettarne le direttive e le procedure.

Inoltre è opportuno che sia previsto che la società di revisione riceva un *feedback* dal proprio personale sulla efficacia del proprio sistema di controllo qualità e pertanto lo incoraggerà a comunicare il proprio punto di vista e le proprie preoccupazioni sul sistema in essere.

a) Responsabilità delle persone che ricoprono un ruolo di leadership rispetto alla qualità all'interno della società

Bisogna distinguere nell'ambito del controllo qualità tra coloro che all'interno della società di revisione hanno un ruolo di leadership da coloro che eseguono istruzioni ricevute.

Iniziando dai primi è necessario che la società di revisione introduca direttive e procedure per promuovere una cultura aziendale basata sulla consapevolezza che la qualità è una caratteristica essenziale nello svolgimento di ogni incarico. Tali direttive e procedure devono attribuire all'amministratore delegato (o a figura equivalente) o, ove applicabile, al Comitato esecutivo (o ad organo equivalente) la responsabilità del sistema di controllo qualità.

All'interno della stessa società, coloro che ricoprono un ruolo di *leadership* influenzano con il loro comportamento il modo di operare della società stessa (in **pratica creano la cultura aziendale interna**), per cui la promozione di una cultura aziendale orientata alla qualità è essenzialmente legata ai loro comportamenti e ai loro frequenti messaggi. Questi devono essere chiari e coerenti da parte di tutti i suoi membri apicali con l'obiettivo di:

- a) svolgere un lavoro in conformità agli standard ed ai requisiti normativi;
- b) emettere relazioni appropriate nella fattispecie.

Di particolare rilievo, da parte delle persone che ricoprono un ruolo di *leadership* nella società di revisione, è la necessità di riconoscere che la strategia di *business* è soggetta alla necessità prioritaria di ottenere qualità in tutti gli incarichi svolti¹.

Conseguentemente:

- a) la società di revisione deve assegnare le responsabilità di gestione in modo tale che considerazioni di carattere commerciale non prevalgano sulla qualità del lavoro svolto;
- b) le direttive e procedure che regolano la valutazione, la remunerazione e l'avanzamento professionale (ivi incluso il sistema di incentivi) del personale professionale siano finalizzate a dimostrare l'impegno sulla qualità come priorità;
- c) la società di revisione dedichi risorse sufficienti allo sviluppo, alla documentazione ed al supporto delle direttive e procedure di controllo qualità.

Le persone, o la persona, a cui l'amministratore delegato o il comitato esecutivo decide di assegnare la responsabilità operativa del sistema di controllo qualità deve avere **esperienza e capacità sufficienti ed adeguate**, e l'autorità necessaria per assumere tale responsabilità.

Esperienza e capacità sufficienti ed adeguate permettono alla persona/persone responsabili di identificare e comprendere le questioni relative al controllo qualità e a sviluppare delle direttive e procedure adeguate. L'autorità necessaria gli permette di far adottare tali direttive e procedure.

¹ Una società di revisione senza qualità difficilmente potrà avere una valida clientela.