

STUDI E RICERCHE DI ECONOMIA AZIENDALE

SEZIONE I
IMPRESA E MANAGEMENT

I I

Direttore

Rosa Alba MIRAGLIA
Università degli Studi di Catania

Codirettori

Elio BORGONOVÌ
Università commerciale Luigi Bocconi

Luciano D'AMICO
Università degli Studi di Teramo

Luciano MARCHI
Università di Pisa

Comitato editoriale

Paolo COLLINI
Università degli Studi di Trento

Riccardo MUSSARI
Università degli Studi di Siena

Massimo SARGIACOMO
Università degli Studi "Gabriele d'Annunzio" di Chieti-Pescara

Comitato scientifico

Carmine BIANCHI
Università degli Studi di Palermo

Lino CINQUINI
Scuola Superiore Sant'Anna di Studi Universitari
e di Perfezionamento

Massimo CONTRAFATTO
Università degli Studi di Bergamo

Angelo DITILLO
Università commerciale Luigi Bocconi

Alessandro LAI
Università degli Studi di Verona

Antonio LEOTTA
Università degli Studi di Catania

Daniela MANCINI
Università degli Studi di Napoli "Parthenope"

Stefano MARASCA
Università Politecnica delle Marche

Luciano MARCHI
Università di Pisa

Antonella PAOLINI
Università degli Studi di Macerata

Giuseppe PAOLONE
Università Telematica Pegaso

Comitato scientifico internazionale

Geert BOUCKAERT
Katholieke Universiteit KU Leuven

Robert FOUCHET
University of Aix Marseille

Hiroko KUDO
University of Chuo di Tokyo

Irvine LAPSLEY
The University of Edinburgh

William RIVENBARK
University of North Carolina at Chapel Hill

Stephen WALKER
The University of Edinburgh UK

STUDI E RICERCHE DI ECONOMIA AZIENDALE

SEZIONE I
IMPRESA E MANAGEMENT



La collana “Studi e Ricerche di Economia Aziendale” intende promuovere lo studio e la ricerca scientifica nell’ambito delle discipline economico-aziendali, comunicandone i risultati alla comunità scientifica e al mondo delle imprese e delle professioni. Essa accoglie al suo interno, dopo attento processo di selezione e referaggio, monografie e volumi collettanei volti allo studio e all’analisi dell’azienda nelle sue complesse e poliedriche sfaccettature e dinamiche socio-economiche, aventi ad oggetto sia ricerche teoriche che indagini empiriche. Le opere pubblicate hanno alto valore scientifico e possono essere redatte anche in lingua inglese al fine di facilitarne la diffusione internazionale.

Si è voluto attribuire alla collana una peculiare connotazione articolandola in Sezioni che pur nella loro specificità vengono ricondotte, secondo un’ottica di integrazione e correlazione, allo studio dell’economia aziendale. Le Sezioni sono:

- a) “Impresa e Management”;
- b) “Aziende pubbliche e Management”;
- c) “Studi storici di Ragioneria e di Economia aziendale”.

La Sezione “Impresa e Management” accoglie studi e ricerche sull’impresa nelle sue complesse dinamiche. Essa comprende in generale studi e ricerche che affrontano l’analisi delle logiche gestionali, gli aspetti della comunicazione economico-finanziaria delle imprese, la governance e il sistema informativo. Ulteriori linee di ricerca della Sezione affrontano temi legati ai controlli della gestione, alla creazione del valore, alla valutazione aziendale, all’etica d’impresa, ai processi di rendicontazione socio-ambientale e all’internazionalizzazione dell’impresa.

Volume pubblicato con il contributo dell'Università degli Studi "G. d'Annunzio" di Chieti-Pescara – Dipartimento di Neuroscienze Imaging e Scienze Cliniche.

Classificazione Decimale Dewey:

174.4 (23.) ETICA DEL COMMERCIO, DELLA PRODUZIONE, DELLA FINANZA (ETICA DEGLI AFFARI)

GIANNI ONESTI

TONE AT THE TOP

L'ESEMPIO ETICO NELLE AZIENDE





©

ISBN
979-12-218-0698-4

PRIMA EDIZIONE
ROMA 31 MAGGIO 2023

«Si misura l'intelligenza di un individuo
dalla qualità d'incertezze che è capace di sopportare»

IMMANUEL KANT (1724-1804)

INDICE

11 *Introduzione*

15 Capitolo I

Dall'etica in senso stretto all'etica in azienda

1.1. Concetto di etica, 15 – 1.2. Letteratura classica e dinamiche economico-aziendali: un difficile connubio?, 20 – 1.3. I fondamenti dell'etica nell'economia aziendale, 30 – 1.4 La personalità etica dell'azienda, 37

45 Capitolo II

Tone at the Top: l'esempio etico

2.1. Concetto di Tone at the Top, 45 – 2.2. Ricerca bibliografica: aspetti metodologici, 49 – 2.3. Le aree aziendali influenzate dal Tone at the Top: un approccio basato sulla network analysis, 56 – 2.4. Tone at the Top: l'evoluzione della recente letteratura, 65 – 2.5. Predica bene e "razzola bene": il Tone at the Top come fattore chiave nel prevenire ed identificare i comportamenti fraudolenti all'interno dell'organizzazione, 74 – 2.6. Tone at the Top e bilancio: uno strumento per un report finanziario affidabile, 88 – 2.7. Tone at the Top, smartworking e fiducia verso il management: alcune sfide alla luce della recente pandemia Covid-19, 91 – 2.8 Tone at the Top, smartworking e fiducia verso il management: un'indagine empirica, 96 – 2.9. Tone at the Top: strategie per migliorare il "tono al vertice", 111

119 Capitolo III

Il ruolo degli aspetti culturali nell'etica aziendale

3.1. Diversità socio-culturale ed etica aziendale, 119 – 3.2. L'etica aziendale nei processi di globalizzazione della produzione, 124 – 3.3. Le differenze tra

10 *Indice*

i principali Paesi, 129 – 3.4. Il relativismo etico culturale: determinazione di modelli etico-aziendali derivanti dai processi di internazionalizzazione, 138

141 *Considerazioni finali*

147 *Bibliografia*

INTRODUZIONE

Il concetto di “Tone at the Top” (tono al vertice) può tradursi, in italiano, in “l’esempio deve venire dai vertici”. Tale definizione ha il preciso intento di identificare il rispetto di determinati valori “etici” nello svolgimento delle attività aziendali. In pratica, rappresenta il grado di coerenza del comportamento del top management con gli “slogan” e con i codici di condotta. Il volume si concentra sul complesso equilibrio tra etica e business, partendo dai fondamenti dell’etica connessi all’economia aziendale. A tal fine, il lavoro presenta un’analisi sistematica e critica dei principali contributi riguardanti il concetto di “Tone at the Top” nel panorama internazionale. Inoltre, un’analisi quantitativa indaga i legami tra Tone at the Top, fiducia dei lavoratori verso il management e i nuovi driver tecnologici di organizzazione e gestione delle risorse aziendali - come lo smartworking - che hanno avuto un’accelerazione per effetto della recente pandemia da Covid-19. Si fa riferimento a temi ancora poco trattati dalla dottrina economico-aziendale, ma di grande rilevanza e attualità nel dibattito scientifico riguardante le peculiarità della governance aziendale.

I temi legati all’etica sono sempre più presenti nelle discipline economico-aziendali. Dagli anni ottanta, le principali accademie statunitensi hanno inserito la cosiddetta *Business Ethics* come una specifica disciplina nei corsi di studio; le ricerche scientifiche sono andate nella medesima direzione. In Italia, la riforma universitaria del 2000 ha

introdotto in maniera esplicita l'etica aziendale nell'ambito delle materie aziendali. Con lo sviluppo della disciplina, l'etica non appare più come un limite esterno che l'azienda deve rispettare, ma diventa un fattore interno molto importante per il suo successo. L'accantonamento dell'idea di *homo oeconomicus* razionale e spesso miope, permette ai manager di considerare il fattore "etica" nei processi decisionali. Ciò comporta indubbi risvolti positivi sul piano della competitività e delle relazioni con i clienti, con i fornitori e con tutti i portatori di interesse.

Tuttavia, lo sviluppo dell'etica aziendale ha comportato anche delle criticità, che vale la pena approfondire. In effetti, la grande diffusione della disciplina dell'etica aziendale e la predisposizione di opportuni codici etici aziendali, non hanno permesso di evitare rilevanti frodi. Tali frodi sono scaturite, molto spesso, da gestioni poco responsabili di aziende e di istituzioni finanziarie. Ad esempio, la grande crisi del 2008 è stata determinata, tra le varie cause, anche ad una gestione certamente irresponsabile e non in linea con i principi etici da parte delle aziende appartenenti al sistema finanziario. Ciò ha messo in discussione tutte le attività che, a livello teorico e a livello pratico, hanno sostenuto l'etica degli affari con la pubblicazione di libri, l'implementazione di codici di condotta, la costituzione di comitati etici e così via. Inoltre, la diffusione massiccia dei temi etici in ambito aziendale ha portato alcune aziende ad impiegare la leva dell'etica in modo opportunistico. L'etica è stata spesso utilizzata come mero mezzo per rafforzare l'immagine aziendale ed ottenere vantaggi competitivi (seguendo la logica del "predica bene e razzola male").

Un'altra considerazione degna di nota deriva dalla constatazione che l'etica aziendale non ha una concezione assoluta. L'etica aziendale, infatti, può plasmarsi in relazione al diverso contesto culturale ed economico-sociale nel quale l'azienda opera. Il processo di globalizzazione, con l'apertura di filiali all'estero da parte di molte aziende, ha reso più complessa l'assunzione di decisioni da parte dei manager. Questi ultimi devono tener conto, sempre con maggior attenzione, delle diverse visioni etiche dei collaboratori. La sfera culturale di ciascun paese, infatti, influisce molto sui comportamenti ritenuti etici. Questo è un aspetto cruciale da considerare per porre in essere ottimali azioni di gestione.

L'obiettivo del presente contributo è quello di offrire una rivisitazione delle tematiche tipiche dell'etica aziendale, attraverso il cosiddetto Tone at the Top. In effetti, questo approccio, rappresentando il grado di coerenza del comportamento pratico del top management con gli "slogan" e con i codici di condotta, riesce a far luce su alcune criticità tipiche degli studi riguardanti l'etica aziendale. In tale direzione, le aree di indagine – assunte quali *research questions* di riferimento del presente studio – si focalizzano su diversi temi che possono essere sintetizzati come di seguito:

- a) L'analisi del Tone at the Top può rappresentare un percorso appropriato per indagare i profili etici della governance aziendale, superando il *bias* del cosiddetto "predica bene e razzola male"? Quali sono le principali aree della gestione aziendale che il Tone at the Top può influenzare e che sono state maggiormente indagate dalla letteratura scientifica?
- b) il Tone at the Top ha un ruolo nella probabilità che siano commesse frodi aziendali (in particolare frodi di bilancio)? In caso affermativo, quali strategie è opportuno porre in essere per migliorare il Tone at the Top aziendale?
- c) il Tone at the Top può rappresentare un driver rilevante per cogliere i vantaggi delle nuove opportunità della digitalizzazione per il governo delle aziende? Quali sono le principali variabili che identificano il ruolo del Tone at the Top e della fiducia verso il management in seno alla riorganizzazione aziendale post Covid-19 verso le nuove tecnologie (esempio: smartworking)?
- d) che ruolo hanno gli aspetti culturali di ciascun paese nella definizione del Tone at the Top e nella valutazione in senso etico delle decisioni gestionali dell'azienda?

Al fine di fornire adeguate risposte alle domande di ricerca sopra riportate, il presente contributo - supportato da un rigoroso approccio metodologico di ricerca - si basa su un'iniziale rivisitazione del significato di etica. L'analisi cerca di scorgere punti in comune tra il pensiero filosofico-letterario e le dinamiche delle moderne organizzazioni aziendali. In tale direzione, il primo capitolo del lavoro affronta i temi riguardanti il concetto di etica in senso stretto e i fondamenti dell'etica nell'economia aziendale. La ricerca considera tali fattori sia da una prospettiva storica, sia delinea le principali caratteristiche che rendono importante il Tone at the Top nella valutazione dell'azione etica della governance aziendale.

Dopo aver rivisitato il concetto di etica aziendale, il capitolo seguente è dedicato all'approfondimento del concetto di *Tone at the Top*, tramite un'accurata analisi critica della letteratura. In particolare, il capitolo cerca di cogliere gli elementi salienti del *Tone at the Top* e di delinearne le principali applicazioni nelle aziende. A tal proposito, nel volume viene condotta una ricerca sistematica della letteratura facendo riferimento al database Scopus, che rappresenta uno dei principali strumenti per la ricerca bibliografica a livello internazionale. Si descrivono diversi casi studio inerenti il *Tone at the Top* legati al miglioramento dei processi organizzativi, contabili e gestionali delle aziende. Attraverso l'implementazione di una *network analysis*, il capitolo individua le aree aziendali maggiormente influenzate dal cosiddetto tono al vertice. In particolare, molta attenzione è dedicata alla relazione tra *Tone at the Top* e frodi aziendali, con un focus specifico sulle frodi in tema di bilancio. Inoltre, viene proposta un'indagine quantitativa per approfondire il ruolo del *Tone at the top* e della fiducia verso il management alla luce dei nuovi modelli organizzativi aziendali. In particolare, lo studio si focalizza sullo *smartworking*, esaminando il ruolo di diverse variabili utili per definire alcune delle nuove traiettorie di digitalizzazione per il governo delle aziende.

Nel terzo capitolo, l'indagine considera l'influenza delle specificità culturali nazionali sulle diverse accezioni di etica aziendale. Gli aspetti culturali nazionali sono una componente molto importante per le aziende e, per alcuni versi, permettono di osservare ed indirizzare i modelli di comportamento al loro interno. In effetti, la validità dei giudizi etici dipende da criteri che possono essere molto diversi per individui appartenenti a culture diverse. Il capitolo ha l'obiettivo di analizzare in che modo la diversità socio-culturale nazionale influenzi i modelli di etica aziendale. Questo è un tema molto attuale dato che, con la crescente internazionalizzazione, le aziende affrontano la sfida di trasferire molte funzioni aziendali oltre i confini nazionali. Le aziende multinazionali hanno la necessità di adattare la gestione rispetto alle condizioni economiche, sociali, etiche dei Paesi in cui hanno sede le filiali, cercando di superare le differenze geografiche e culturali al fine di gestire al meglio le attività. Nel quarto capitolo, si riportano alcune considerazioni finali.

CAPITOLO I

DALL'ETICA IN SENSO STRETTO ALL'ETICA IN AZIENDA

I.I. Concetto di etica

Il termine “etica” è oggi molto utilizzato in numerosi ambiti, anche molto diversi tra loro. È utilizzato sia come sostantivo, sia come aggettivo e molteplici definizioni legate all'azienda lo richiamano. Si pensi, ad esempio, alle definizioni che caratterizzano - sempre con maggior frequenza - la letteratura scientifica e l'operatività aziendale come impresa etica, finanza etica, codice etico aziendale, responsabilità etica-sociale d'impresa, business ethics e così via. Tuttavia, al fine di comprendere pienamente il senso del termine “etica” (dal greco *èthos* “comportamento o costume”) insita nell'attività aziendale, è necessario approfondire il significato di “etica” in quanto tale.

L'etica fa parte intrinsecamente dell'uomo. La sua accezione cambia con lentezza perché interessa l'io più profondo e si manifesta nelle relazioni umane, che rimangono molto simili nel tempo nonostante il progresso sociale e tecnologico. È possibile definire l'etica come un insieme di norme di condotta seguite da un individuo, o da un gruppo di individui, attraverso la continua ricerca di ciò che è bene per l'essere umano, di ciò che bisogna fare o di ciò che bisogna non fare.

Il termine etica è utilizzato in moltissimi contesti e indica, quindi, una riflessione su regole e norme di comportamento da seguire nella vita pratica. L'etica è diversa dalla morale e dal diritto. La morale fa riferimento

ad un valore collettivo che dipende da credenze, usanze, tradizioni e converge nella enunciazione di principi e doveri. L'etica è il filtro personale della morale e traduce la moralità in "comportamenti concreti", delineando il comportamento umano ideale e l'ideale modo di essere e di agire.

L'etica è definibile come l'applicazione pratica di quei principi e doveri definiti dalla morale negli ambiti dell'azione umana, nelle relazioni sociali e nelle relazioni lavorative. Il diritto, in senso oggettivo, è il complesso di norme giuridiche che comandano o vietano determinati comportamenti ai soggetti che ne sono destinatari. Il diritto fa riferimento ad una coesistenza umana regolata da specifiche norme giuridiche che, in senso lato, dovrebbero basarsi su principi etici. L'etica può essere definita come la capacità di individuare quali siano le azioni giuste da porre in essere. Tuttavia, come è plausibile prevedere, etica e diritto non mirano allo stesso obiettivo e non sempre coincidono. Le determinazioni dell'etica sono applicate attraverso l'uso di teorie formali, approcci eterogenei e codici etici di condotta. Ma quando un comportamento può definirsi etico? Questo è fondamentale per indirizzarlo entro i confini aziendali.

Le riflessioni sul concetto di etica hanno origini molto antiche. I primi ad approfondire tale concetto furono Socrate, Platone e Aristotele. Più recentemente, Immanuel Kant ha ridefinito i presupposti dell'agire dell'uomo basati sul senso del dovere e sul rispetto della libertà altrui. L'etica identifica le riflessioni sul comportamento pratico di un individuo, o di un gruppo di individui, in relazione a specifiche situazioni cercando di distinguere i comportamenti giusti da quelli sbagliati. Ad esempio, Aristotele credeva che il comportamento ideale dell'individuo fosse quello di raggiungere l'obiettivo di un alto livello di felicità e di benessere (eudemonismo). L'eudemonismo è la dottrina che, riponendo la virtù nella felicità, persegue quest'ultima come un fine naturale della vita umana. Nel diciottesimo secolo, invece, il filosofo tedesco Kant confidava che il comportamento ideale fosse quello in linea con il proprio dovere ed il benessere fosse riconducibile alla libertà di esercitare la propria autonomia, essere trattati con dignità e avere la capacità di pensare in maniera razionale.

Dalle prime riflessioni sul concetto di etica, si è cercato di capire quale fosse la fonte dell'etica, da dove essa derivasse. Si possono rintracciare due principali orientamenti. Il primo orientamento considera l'etica indipendente dall'uomo e non modificabile. Essa rappresenterebbe una guida al comportamento derivante da una fonte superiore trascendente senza alcuna opinabilità o possibilità di cambiamento. Le riflessioni degli studiosi sulla base di questo primo orientamento, si sono concentrate sulle origini dell'etica e su come questa possa rappresentare una guida al comportamento umano.

Un secondo orientamento considera l'etica come un fattore terreno, creato e modificabile dall'uomo. A questo proposito, i Sofisti – movimento filosofico ampiamente basato sull'etica e sulla cultura affermatosi in Grecia tra il 5° e il 4° a.C. - non riconoscevano l'esistenza di principi immutabili, ma consideravano l'etica come un complesso di regole capace di far funzionare meglio la società. Seguendo questo orientamento, i problemi legati all'etica si interfacciano con quelli del diritto, a cui spetta tradurre in norme pratiche i comportamenti considerati etici, giusti, idonei. Tuttavia, la relatività del comportamento giusto o sbagliato coinvolge anche il diritto, che per sua natura riflette il diverso punto di vista socio-culturale della società che lo disciplina. L'etica può essere definita come un processo attivo determinato dall'uomo, in quanto gli individui, nel loro agire, cercano di trovare la ragionevolezza etica delle loro azioni (in tale direzione, per esempio, si parla di razionalizzazione delle frodi, tema che verrà affrontato nel secondo capitolo). In effetti, anche se si è portati a pensare che l'etica sia un concetto estremamente soggettivo, gli individui hanno la necessità di trovare una giustificazione plausibile alle loro azioni.

Questo secondo orientamento, ossia l'etica vista come un fattore terreno modificabile, caratterizza le principali dinamiche sociali odierne. L'etica che oggi guida il comportamento delle società, delle aziende, degli individui non è sicuramente un'etica assoluta con principi trascendenti provenienti dall'alto e immutabili. I principi etici della società contemporanea vengono scelti e variano a seconda dei costumi, della storia e della cultura di ogni civiltà o gruppo di persone. Non per questo i principi di questo tipo di etica sono meno stringenti dell'etica considerata come un principio assoluto trascendente. Anzi, l'etica creata dall'uomo

pone gli individui di fronte alle proprie responsabilità, alla propria coerenza esistenziale, al dare l'esempio con azioni pratiche rispetto a ciò che si è teorizzato, a trovare un delicato equilibrio tra le emozioni e la ragione anche in base al contesto culturale di riferimento.

L'etica può essere suddivisa in tre principali categorie: la metaetica, l'etica normativa e l'etica applicata. La metaetica si focalizza sulla natura dei concetti etici e si sofferma sulla spiegazione del significato dei termini del discorso etico. In particolare, l'attenzione è rivolta al linguaggio in cui sono espressi gli enunciati etici. L'etica normativa riguarda la determinazione di principi etici che dovrebbero guidare il comportamento dell'individuo al fine di perseguire il bene comune e si interroga sulle modalità attraverso le quali si assumono le decisioni morali. L'etica applicata, strettamente connessa all'etica normativa, studia le questioni etiche relative a situazioni specifiche esaminando come l'applicazione dei principi etici possa avere un impatto sul mondo reale. L'etica applicata, in una prima fase affermata soprattutto in campo biomedico, sta diventando sempre più importante nel campo delle scienze sociali e nelle aree della tutela dei diritti civili, della responsabilità ambientale, della cosiddetta etica dell'economia (business ethics).

In effetti, la consapevolezza da parte di ciascuna azienda del fondamentale ruolo dell'etica nel business, può avere un significato essenziale per la sua sopravvivenza nel lungo termine. Vale la medesima considerazione per perseguire il successo del modello di business, per la crescita del fatturato e per lo sviluppo della società civile nella quale l'azienda opera. L'etica aziendale si inserisce all'interno di diverse teorie etiche che, con numerosi punti di vista, hanno l'obiettivo di cercare risposte a domande su temi etici. Si può far riferimento, ad esempio, alla teoria etica filosofica dell'utilitarismo che, nella concezione del filosofo, giurista ed economista Jeremy Bentham (1748 – 1832), supera il limite egoistico della concezione dell'utile. Il bene, la preoccupazione dell'azione in senso etico, invece, sta nella ricerca del maggior benessere del maggior numero di persone; l'obiettivo è quello di massimizzare l'utilità complessiva. Tale concezione si lega all'obiettivo aziendale di soddisfazione dei bisogni umani, non più legato indissolubilmente ed esclusivamente al raggiungimento del profitto.

I bisogni dell'uomo sono illimitati, mentre i beni atti a soddisfarli sono limitati: da qui nasce il problema economico, ovvero la necessità di scegliere quali bisogni soddisfare dati i mezzi scarsi a disposizione. Ma anche i bisogni avvertiti dall'uomo sono cambiati nel tempo sia da un punto di vista quantitativo, perché sono cresciuti in maniera considerevole, che da un punto di vista qualitativo, dato che ai primi bisogni legati alla sopravvivenza se ne sono aggiunti molti altri legati alla vita intellettuale. Queste dinamiche hanno portato ad un considerevole aumento della complessità delle dinamiche aziendali, che sono necessariamente pervase sempre con maggior intensità da problemi etici.

Da qui, l'esigenza di dotarsi di un insieme di regole sulla base delle quali valutare l'etica delle azioni. Siamo nell'ottica della cosiddetta teoria dell'etica deontologica, spesso associata al filosofo Immanuel Kant (1724-1804). Il termine deontologia, in effetti, deriva dalla parola greca *deon*, che significa dovere. Le azioni che si allineano con queste regole sono giudicate etiche, mentre le azioni che non lo sono, vengono ritenute contrarie all'etica. Secondo la deontologia, non solo i singoli individui e i collaboratori aziendali dovrebbero avere un quadro etico definito, ma ciò è anche più importante per gli imprenditori, gli amministratori delegati dell'azienda e i membri del consiglio di amministrazione, perché un buon quadro etico definito da tali figure può dare una certa forma a un'intera organizzazione. Tuttavia, seppur entrambe molto importanti nelle relazioni umane ed aziendali, l'applicazione delle visioni dell'utilitarismo e della deontologia non sono da sole sufficienti nella gestione delle complesse dinamiche odierne. Occorre anche un approccio di valutazione specifico del comportamento posto in essere. Ad esempio, l'etica della virtù aristotelica ragiona su come l'etica di un'azione sia determinata dal fatto che rifletta i tratti essenziali di una persona virtuosa. Secondo Aristotele, affinando le abitudini virtuose, le persone faranno probabilmente la scelta giusta di fronte a sfide etiche. L'etica della virtù aiuta a capire cosa significa essere un essere umano virtuoso e tale visione, applicata al mondo aziendale, può incoraggiare i collaboratori e i leader a dimostrare virtù come onestà, diligenza, responsabilità e compassione nello svolgimento del proprio lavoro.