

REQUADRE III-2.

ETICENTRE: RESPONSABILITAT, ÈTICA I EL DRET A SOMIAR

MIGUEL ÀNGEL BENITO
President d'Eticentre

Els inicis sempre són difícils. Sobretot per als que obren nous camins i maneres de pensar. Eticentre va néixer com a associació l'any 2003. Ha plogut molt des d'aleshores i avui és habitual que a l'ecosistema de l'empresa privada es parli amb naturalitat de conceptes com ètica, sostenibilitat o resiliència, però quan nosaltres ens vam constituir com a associació, posar l'ètica al centre de les decisions empresarials era per a molts una pèrdua de temps i un corrent al qual auguraven un futur amb poc èxit.

El temps, però, ens ha donat la raó. Podem afirmar, amb orgull, que vam ser una espècie de visionaris que es van anticipar a una manera de pensar que, lluny de ser passatgera, ha arrelat amb força en la missió, la visió i els valors de moltes empreses de les Illes Balears i de moltes altres que encara han de venir. No en va, Eticentre sorgeix com a nom de la contracció de dues paraules: ètica i centre; l'ètica en el centre de la presa de decisions.

EL CORATGE DELS INICIS: CONTRA LA INÈRCIA DEL MERCAT

Però continuam indagant en els inicis. Al començament dels anys 2000, parlar d'ètica dins l'empresa no era habitual,

molt menys encara situar-la en el centre de la presa de decisions. Tot i que començaven a sorgir iniciatives vinculades a la responsabilitat social corporativa, en molts casos es percebien com a accions perifèriques, més pròximes a la filantropia o a la reputació que a una veritable transformació del model de gestió. En definitiva, l'ètica no formava part del nucli estratègic de les organitzacions ni s'entenia com un element clau per a la seva sostenibilitat a llarg termini.

L'article «La ética en la empresa en España», d'Antonio Argandoña,¹ publicat el gener de 1999 com a document de recerca núm. 378 de l'IESE (Universitat de Navarra) (1), descriu com en els anys noranta el marc ètic empresarial a Espanya es trobava encara en una fase incipient i poc consolidada.

Segons l'autor, l'ètica no estava plenament integrada en la pràctica empresarial ni en la vida social, i sovint quedava subordinada a lògiques més instrumentals. Predominava una visió individualista, en la qual l'interès propi pesava més que el bé comú, la qual cosa facilitava una certa tolerància cap a comportaments oportunistes quan eren beneficiosos. En aquest context, com explica l'autor, la referència principal no eren tant les conviccions ètiques internes com el compliment de normes externes: la legalitat actuava, en molts casos, com a substitut d'una ètica assumida. El resultat era una consciència ètica ambigua, poc exigent amb les im-

1. Argandoña, A. (1999). «La ética en la empresa en España». Documento de investigación núm. 378, IESE, Universitat de Navarra.

plicacions morals de l'activitat econòmica i relativament indulgent amb aquelles conductes en les quals l'interès individual entrava en conflicte amb el bé comú.

Deixant de banda el treball citat, hem d'afegir que el context econòmic de l'època també era fonamental per entendre per què l'ètica no era una prioritat empresarial. Fa més de dues dècades es vivia una situació econòmica marcada pel creixement, l'expansió i una forta orientació a resultats. En aquest entorn, plantejar que l'ètica havia d'ocupar un lloc central dins l'empresa generava dubtes, incomprensió i, fins i tot, cert escepticisme. En la mateixa línia que cita l'article, no eren pocs els que consideraven que bastava amb complir la legalitat vigent, entenent que qualsevol pas més enllà pertanyia a un àmbit tal vegada desitjable, però no necessari. Altres veien aquestes propostes com una cosa purament cosmètica, com una font de costos addicionals, com una distracció respecte als veritables objectius empresarials i, en definitiva, com un corrent emmarcat en l'àmbit gairebé exclusiu de les ONG i no de les empreses privades.

En aquest escenari, apostar per posar l'ètica al centre no sols implicava introduir un nou enfocament, sinó també qüestionar inèrcies profundament arrelades en la manera d'entendre l'empresa i el seu paper en la societat.

«EL TEMPS DESCOBREIX LA VERITAT»

En aquest escenari, no exempt de dubtes i resistències, va néixer Eticentre. El nostre propòsit era qüestionar aquest

paradigma i demostrar que una altra manera de fer empresa era possible i necessària. I «el temps», com deia Sèneca, «descobreix la veritat». El temps, doncs, ens ha donat la raó. Citant de nou el filòsof romà, les seves reflexions s'adeqüen molt bé a les idees que volem transmetre a través d'aquest escrit i que ens ajuden a entendre'l: «No és perquè les coses siguin difícils que no ens atrevim; és perquè no ens atrevim que són difícils», deia el filòsof nascut a la península Ibèrica, qui ens va deixar una vasta obra sobre la virtut de l'ètica. Afirmava Sèneca que «el nostre objectiu sempre ha de ser el bé comú i el benefici de la majoria». Per a ell, «cada ànima humana és un àtom de l'ànima universal, la qual cosa ens converteix a tots els éssers humans en germans».

Tot està en els clàssics. Defens de manera fervent que hem de tornar a ells per comprovar que l'humanisme i els seus valors ens converteixen en millors persones i, per tant, també en millors empresaris. Per què ho afirm? Perquè encara avui conceptes com la governança, l'ètica o la sostenibilitat formen part de l'argot empresarial, no com a eslògan, sinó com a part del propòsit de les organitzacions, és fàcil que puguem caure en l'autocomplaença o ens desorientem del camí. Si, com he afirmat anteriorment, necessitam una relectura dels clàssics és perquè la falta de valors continua aguantant, a vegades de manera evident i altres de manera més subtil, disfressada de decisions aparentment legítimes que, en el fons, prioritzen el curt termini davant l'impacte social positiu per a líders i equips.

Basta observar el nostre voltant. A l'ecosistema empresarial es continuen produint pràctiques empresarials que anteposen el benefici immediat a les condicions laborals dignes, decisions que ignoren l'impacte mediambiental o estratègies que, sota una aparença responsable, amaguen incoherències profundes. Per això, l'ètica empresarial que defensa Eticentre és una ètica amb majúscules, una ètica que fuig de tot allò que només serveix per a una rentada de cara (el *greenwashing* i qualsevol de les seves variants en són un bon exemple). I també per això és necessari reivindicar una ètica autèntica, que no es limiti al discurs ni a l'aparença, sinó que es tradueixi en decisions coherents i sostingudes en el temps. Perquè quan els valors no estan fermament arrelats, resulta fàcil desviar-se del propòsit inicial.

El propòsit d'aquest escrit és definir la foto fixa que ens ha deixat l'any 2025, però era oportú descriure primer d'on venim (i en quin context vam néixer com a associació) per situar la feina d'una sèrie d'empresaris mallorquins visionaris que tenien (teníem) clar que l'ètica havia d'impregnar tota l'empresa, que no havia de ser un departament que depengués de Màrqueting, Comunicació o RH, sinó que emanés de la cúpula per penetrar en totes i cadascuna de les capes de l'organització.

De fet, abans d'entrar a reflectir l'activitat de 2025, resumirem en tres paràgrafs més de vint anys d'història. Si hem de posar en relleu alguns dels moments clau de la nostra associació, més enllà de la seva creació quan parlar d'ètica i

empresa era residual, llavors hem d'ementar, sens dubte, l'impuls del codi ètic com a eina de gestió. A Eticentre vam fer un treball essencial per desenvolupar i difondre un codi ètic que portés incorporats indicadors d'avaluació; d'aquesta manera, el codi citat disposava d'una sèrie de marcadors mesurables, tangibles, per a les empreses. L'ètica no es quedava només a un pla teòric, sinó que baixava a l'operativa de les organitzacions amb indicadors que n'assenyalessin el compliment. Això és important perquè va suposar el pas de l'ètica «discursiva» a l'ètica «operativa».

Com a resultat d'aquest codi ètic, Eticentre passava de ser un lloc de trobada i discussió d'idees a ser un *think tank* que oferia i ofereix eines de gestió, avaluació i difusió, especialment adreçades a les petites i mitjanes empreses, per fer possible processos de millora contínua. És lògic que això sigui així. La xarxa empresarial de les Balears està teixida de petites i mitjanes empreses, moltes de les quals manquen, per volum i operativa, de departaments que puguin o sàpiguen gestionar qüestions d'indole ètica. Menys marge hi ha, fins i tot, en el cas dels autònoms, la naturalesa dels quals els impedeix elaborar un codi ètic. Aquest servei continua vigent en Eticentre. Disposam d'un codi ètic de conducta empresarial que situa l'horitzó cap al qual volen avançar les empreses adherides, que disposa d'aquest sistema d'indicadors de gestió i avaluació de les polítiques de responsabilitat social corporativa. Així mateix, les empreses o organitzacions associades es comprometen a avaluar els compromisos del codi

ètic, promovent el diàleg i la transparència amb tots els sectors que tenen relació amb l'activitat empresarial.

Però no som només una entitat que facilita la incorporació de l'ètica com una manera d'actuar en el món empresarial, sinó que durant els nostres 22 anys de vida també ens hem consolidat com una xarxa d'empreses (gairebé trenta ara com ara) i un fòrum de reflexió que promou formació i posicionament públic sobre temes clau com el turisme, l'habitatge, la situació geopolítica internacional, la sostenibilitat mediam-biental, etc.

REIVINDICAR LA UTOPIA EN TEMPS DE DISTOPIA

Avui, mentre elaboram aquesta reflexió, la realitat global ens copeja amb la cru-sa de la guerra, la incertesa geopolítica i les crisis climàtiques que ja no són una amenaça futura, sinó una evidència quotidiana. Incendis, sequeres, migracions forçades o tensions socials ens mostren un món que està lluny de l'ideal que tenim al cap. I, no obstant això, malgrat que abunden les raons per al pessimisme, som entusiastes.

Si el Maig del 68 ser realista era demanar l'impossible, avui, convençuts que «només l'impensable és impossible», reivindicam el nostre dret a imaginar alternatives, a obrir horitzons i a actuar amb valentia enfront la paràlisi de la por i la resignació. Hem de ser optimistes: moltes persones fent moltes coses petites poden aconseguir grans canvis.

I les empreses, lluny de ser actors secundaris, són pilars fonamentals en la construcció d'una societat més justa, resilient i cohesionada. Per la seva capacitat de generar riquesa, ocupació i innovació, però també per la seva influència cultural i social. Per això tenen (tenim) un paper decisiu en la transformació del model actual.

I aquí m'agradaria afegir una reflexió, al fil del que s'ha descrit abans. Estic convençut que necessitam transitar de l'*Homo Economicus* a l'*Homo Felicis*: un nou paradigma en què l'economia deixi de girar exclusivament al voltant del creixement i la rendibilitat i també s'orienti cap al benestar integral de les persones i l'equilibri amb l'entorn. Un model en el qual els diners siguin mitjans i no fi, en què l'èxit també es mesuri en termes d'impacte social, qualitat de vida i sostenibilitat.

Aquesta reflexió es pot fer en clau balear: el nostre repte ara mateix passa per trobar un punt d'equilibri real entre el desenvolupament turístic i el benestar de les persones que hi viuen. Més enllà de les xifres, cal aprofitar el turisme com un veritable motor de transformació, capaç de convertir el creixement en qualitat de vida i en progrés compartit.

En aquest sentit, i partint de la realitat que ja tenim, hem d'extreure els aspectes positius. Així, esdevé clau connectar i posar en relleu el talent de totes les persones que han arribat i han decidit quedar-se, integrant-los dins el teixit social i econòmic de la nostra comunitat. Només així serà possible construir un model més sostenible, inclusiu i orientat al futur.



Miquel Àngel Benito i Joan Estrany

Somiam amb unes Illes Balears on l'abundància no suposi balafament, sinó riquesa de temps, on recuperem l'essència de l'«illa de la calma» no com a nostàlgia, sinó com a projecte de futur: un destí equitatiu i inclusiu capaç d'atreure no sols visitants, sinó també talent, compromís i noves maneres d'habitar i conviure.

2025, UN ANY DE GRAN ACTIVITAT EN ETICENTRE

Les reflexions citades anteriorment solen ser el comú denominador durant les activitats que duim a terme a Eticentre. Creim fermament en el valor de la conversa per crear i compartir idees i projectes que ens ajudin a fer que l'ètica continuï sent el centre de gravetat sobre el qual orbiten les decisions empresarials. En aquest sentit, durant l'any 2025 hem organitzat entorn d'una desena de trobades empresarials de diferent naturalesa, però un mateix *leitmotiv* general: ètica i empresa.

L'any va començar amb la visita de Joan Estrany. Va ser en el context del primer "Dinar de socis d'Eticentre". Estrany és el director de l'Observatori de Riscs Naturals i Emergències de les Illes Balears, RiscBal, un organisme dedicat a l'anàlisi i observació dels fenòmens meteorològics adversos. El seu objectiu és monitorar-los i mitigar-ne els efectes devastadors sobre el territori i la població, en una regió com la nostra, exposada a perills naturals. Aquest fet ens converteix en un territori d'alta vulnerabilitat.

El dinar i la xerrada van ser una ocasió excepcional perquè els socis d'Eticentre poguessin compartir amb ell totes les seves preguntes i reflexions sobre com ens afecten els fenòmens meteorològics cada vegada més freqüents, com les DANA, especialment després de la catàstrofe de València.

Estrany va explicar, entre altres coses, que a Europa no hi ha una cultura del risc com als Estats Units i que el Japó va

alertar sobre la DANA de València perquè al país nipó sí que tenen una consciència real sobre els desastres naturals i les seves conseqüències. Per això, insisteix que «hem de prendre una consciència real que el perill existeix» i que «institucions, ciutadans i empreses han d'aprendre que estam exposats a possibles fenòmens adversos».

Les reunions d'Eticentre sempre tenen un valor afegit. Si la primera trobada anual va ser per conversar sobre la responsabilitat dels empresaris per contribuir a un món més sostenible que mitigui els efectes dels fenòmens meteorològics adversos, la segona cita va ser per parlar sobre la problemàtica de l'habitatge a les Balears, un gran repte social que impacta directament en el món empresarial. El convidat va ser el professor de sociologia de la UIB David Abril, un dels coordinadors de l'informe *Habitatge i exclusió residencial a les Illes Balears. Polítiques mercantilitzadores, vulnerabilitat, respostes i resistències*, i la trobada va tenir una alta participació. El dinar, protagonitzat per un animat de-

bat entre els assistents, va permetre reflexionar sobre un dels grans temes que preocupen actualment la societat balear: l'accés a l'habitatge.

Abril va agrair la invitació i el debat generat entre els assistents, ja que «estam davant un problema molt important per als habitants de les Illes Balears, en el qual és necessari l'esforç de tots: les empreses, la ciutadania i la política». El dinar també va servir per donar la benvinguda a quatre noves incorporacions a l'associació: ARA Balears, Rosselló e Hijos, Lluch & Juelich Brokers i Bueno Inmobiliària, representades, respectivament, per Biel Ferragut, Jaume Xavier Rosselló, Carlos Lluch i Natalia Bueno. Aquestes noves incorporacions són una mostra del bon moment que viu Eticentre. Per la seva banda, el president d'Eticentre, Miquel Àngel Benito, es va mostrar molt satisfet amb aquesta convocatòria i va animar tots els membres de l'associació a no perdre's les pròximes cites: «És una oportunitat per aprendre sobre temes importants per a tots nosaltres en un ambient distès».



Silvia Delgado i socis d'Eticentre

Els temes importants de l'agenda de l'actualitat es combinen amb altres trobades que permeten conèixer de primera mà quina és la tasca que duu a terme l'Administració per potenciar el teixit empresarial i reforçar els llaços empresarials. Per això, una altra de les convidades del passat exercici va ser la directora gerent d'ADR-Balears, Silvia Delgado. ADR (anteriorment conegut com IDI) és l'Agència de Desenvolupament Regional que depèn de la Conselleria d'Empresa del Govern de les Illes Balears i el seu principal objectiu és proporcionar suport integral —acompanyament, assessorament i finançament— a emprenedors, autònoms i petites i mitjanes empreses (pimes) per millorar-ne la competitivitat, sostenibilitat i reequilibri sectorial. Silvia Delgado va aprofitar la trobada organitzada per Eticentre per conèixer de primera mà les inquietuds dels nostres socis i per fer un repàs dels principals projectes que desenvolupa la seva oficina.

El món de l'empresa l'any 2025, i especialment les qüestions vinculades a l'ètica empresarial, han tingut i continuen tenint un repte clau: la intel·ligència artificial. Per això, Eticentre, en col·laboració amb Esment, va reunir el mes de maig professionals i persones interessades a aprofundir en el paper de l'ètica dins l'àmbit empresarial. D'acord amb el marc de la iniciativa «Converses ètiques: formant empreses amb valors», aquesta primera sessió va posar el focus en la necessitat de situar l'ètica al centre de la presa de decisions, especialment en un context marcat per la transformació digital i l'avanç de la intel·ligència artificial.

A la jornada hi van participar Isaac Marcet, editor, escriptor i empresari, i Miquel Àngel Canyelles, director de Respon.cat. Els dos convidats van dialogar sobre els reptes actuals de les organitzacions i la necessitat d'integrar valors sòlids en la seva estratègia i cultura corporativa.

Durant la trobada, Miquel Àngel Canyelles va abordar l'impacte de la intel·ligència artificial des d'una perspectiva realista, allunyada de visions excessivament alarmistes. Va assenyalar que, tot i que a vegades es presenta com un tema «una mica apocalíptic», en realitat es tracta d'una eina que les empreses han d'aprendre a aprofitar i de la qual han de saber extreure'n el màxim profit. En aquest sentit, va destacar la importància d'implementar-la de manera segura, contribuint a generar models de governança capaços d'integrar criteris ètics. Segons va explicar, el repte implica desenvolupar algoritmes que incorporin «una mínima moral integrada en la IA».

Per la seva banda, Isaac Marcet va posar el focus en l'actitud amb la qual cal afrontar aquests canvis, subratllant la necessitat de mantenir en tot moment una mirada conscient i crítica. Durant la seva intervenció també va destacar el valor de l'intercanvi amb les persones assistents, que va qualificar com una aportació «inspiradora i necessària», que enriqueix el debat i afavoreix una reflexió més profunda i compartida.

Aquest espai de reflexió va permetre als assistents escoltar experiències i perspectives de primer nivell, fomentant l'intercanvi d'idees i l'aprenentatge col·

lectiu entorn de la responsabilitat social i l'ètica empresarial. La sessió es va consolidar com un punt de partida per a futures converses que continuaran impulsant empreses més conscients, responsables i alineades amb els valors que demanda la societat actual.

L'any ha transcorregut amb altres iniciatives ja tradicionals per a Eticentre com el sopar d'estiu, on vam tenir com a convidat el president del CES, Francesc Fiol, o la invitació a Iñaki Fernández, CEO de Citilalert, per parlar sobre com augmentar la prevenció i la capacitat de resposta humana davant els fenòmens meteorològics adversos, i que va tenir lloc en l'espai cultural de Can Gelabert, gestionat per una de les nostres sòcies, Mari Pau Ruiz.

En l'àmbit de la comunicació responsable, una de les fites de l'any va ser la jornada «Empresa, ètica i comunicació: Comunicació efectiva en l'era digital», que va tenir lloc el 21 de novembre a la Sala Tramuntana del Real Club Nàutic de Palma, organitzada per Eticentre i ADR Balears. La trobada va reunir professionals de l'àmbit empresarial i de la comunicació per reflexionar sobre l'impacte de la desinformació i la necessitat de reforçar una comunicació ètica en l'entorn digital. Al llarg de la sessió es va posar de manifest que la desinformació s'ha consolidat com un dels grans desafiaments contemporanis, amb efectes directes sobre la confiança, la reputació i la presa de decisions en empreses i institucions. En aquest context, es va destacar la importància d'incorporar estratègies de verificació i

fomentar una comunicació transparent com a elements clau per a la sostenibilitat organitzativa.

La ponència principal, a càrrec de la degana de la Facultat de Comunicació de la Universitat de Navarra, Charo Sáada, va aportar una mirada rigorosa sobre aquesta problemàtica. L'experta va subratllar que la desinformació «no sols afecta la reputació, sinó que pot impactar directament en els resultats d'empreses i institucions», la qual cosa n'evidencia la dimensió estratègica. Així mateix, va incidir en la necessitat de promoure una ciutadania crítica i ben informada, i va recordar que «la qualitat de la informació condiona la confiança i, amb aquesta, la presa de decisions».

La jornada va continuar amb una taula rodona en la qual van participar Albert Puig, director de Comunicació i Relacions Institucionals de RIU Hotels; Tolo Oliver, COO de Deacorde; Marta Serrano, CEO de CoMsentido, i els periodistes Edu Colom, delegat d'*El Mundo* a Balears, i Albert Orfila, director d'*Última Hora*. El debat va permetre aterrar els reptes en la pràctica diària de les organitzacions, posant en comú experiències i reflexions. Entre les idees compartides, va destacar que «la desinformació pot erosionar en minuts la confiança construïda durant anys», així com la necessitat que les empreses assumeixin un paper actiu en la generació de continguts veraces i responsables.

En conjunt, els participants van coincidir que comunicar amb ètica s'ha convertit en un element essencial de la gestió empresarial, no sols des d'una perspectiva

reputacional, sinó també estratègica. Tal com es va assenyalar durant la trobada, es tracta d'una responsabilitat compartida que exigeix compromís, criteri i coherència en un entorn marcat per la sobreabundància informativa i la immediatesa. Aquesta jornada es va consolidar així com un espai de reflexió i aprenentatge col·lectiu, alineat amb el compromís d'impulsar una cultura empresarial més ètica, conscient i preparada per afrontar els reptes de la comunicació en l'era digital.

CAP AL QUART SECTOR: UN COMPROMÍS DE SUPERVIVÈNCIA

Per finalitzar, no podem obviar que estam en un moment crucial. Les emergències energètica, social i climàtica ens obliguen a accelerar el procés de canvi. Per a això, és necessari impulsar el «quart sector», un espai en què l'Administració, les ONG i l'empresa privada col·laborin estretament, alineades per un propòsit que transcendeixi el benefici econòmic.



Maitane Moreno, Charo Sádaba, Alejandro Sáenz de San Pedro, Miquel Àngel Benito i Silvia Igado



Charo Sádaba, Tolo Oliver, Berto Orfila, Marta Serrano, Edu Colom i Albert Puig

L'ètica i la responsabilitat, igual que l'amor, no es poden imposar per decret ni mesurar en una auditoria freda; se senten i es porten dins. És una força que neix de la consciència i que busca el punt de trobada fins i tot quan les parts estan allunyades en posicions oposades. El planeta ens ha quedat petit i no podem continuar maltractant-lo. Jean-Paul Sartre va escriure que l'ésser humà està «condemnat a ser lliure» de les limitacions que el mitjà li imposa.

Els límits són físics, però les limitacions són mentals. Des de Eticentre, després de més de vint anys d'història, continuem convidant empresaris i líders a somiar sense limitacions, amb valentia i coratge. És hora de transformar el sistema per un de millor, en què l'ètica no sigui un departament, sinó el cor palpitant de la nostra societat. Perquè en el món n'hi ha prou per a les necessitats de tots, però no per a la cobdícia d'uns pocs.