ACADEMIA DE CIENCIAS SOCIALES Y DEL MEDIO AMBIENTE DE ANDALUCÍA

Ética y estética en la empresa andaluza

Discurso de ingreso del

Ilmo. Sr. D. Javier González de Lara y Sarria

Málaga 7 de marzo de 2024

La escuela de Atenas

Anónimo, siglo XVIII – obra copiada de Rafael Sanzio (1509-1511).

Sanguina sobre papel verjurado, amarillento. No expuesto. Museo del Prado, Madrid.

I. INTRODUCCIÓN

a. Agradecimientos

Excelentísima Consejera de Economía, Hacienda y Fondos Europeos, Excelentísimo Presidente de la Academia, señoras y señores Académicos, Autoridades, Representantes institucionales, amigos todos.

Quiero que mis primeras palabras sean de profundo agradecimiento a los Señores Académicos por el honor que me conceden al ser recibido en esta Institución.

Gratitud que crece más, conforme he ido conociendo la excelencia humanística, científica y académica de todos sus miembros, ya desde los momentos fundacionales, así como sus trayectorias personales y profesionales. Repasando la nómina de la Corporación, se constata la brillante relación de personalidades que la componen, estrechamente vinculadas con el análisis económico, la realidad empresarial, laboral y, sobre todo, involucrados con el conocimiento, la cultura y el desarrollo de Andalucía, haciendo así realidad los objetivos estatutarios.

De entre todos ellos, el máximo exponente es nuestro Presidente Antonio Pascual, que sigue inspirando y conduciendo magistralmente esta Academia, y en el que coinciden muchas de estas cualidades por su categoría humana y docente. Mi agradecimiento también a Santiago Herrero, Secretario Canciller, que se ha ofrecido a contestar esta disertación, una deferencia en clave académica que agradezco muy sinceramente.

Como es bien sabido, la Confederación de Empresarios de Andalucía se ha sentido muy identificada desde siempre con esta Academia. Relevantes miembros de CEA, como los dos Presidentes que me precedieron, participaron en su constitución en 1998 y alentaron sus comienzos con su presencia y apoyo. Por eso aprovecho también este momento para tener un entrañable recuerdo en memoria de Rafael Álvarez Colunga.

Por lo que a mí respecta, creo que la única manera de corresponder al honor que hoy se me concede es hacerme merecedor de ello, asumiendo un compromiso de dedicación, trabajo, entrega y puesta a disposición de la Academia.

b. “La Escuela de Atenas”, símbolo de los valores de la Academia y del propósito de este discurso

Señores Académicos, señoras y señores. Antes de exponer el propósito de mi discurso, que versará sobre “*Ética y estética en la empresa andaluza*”, quiero traer a su memoria el portentoso fresco que pintó Rafael Sanzio para la Estancia

de la Signatura por encargo del Papa Julio II, entre 1510 y 1512, ubicada en los actuales Museos Vaticanos.

Conocida como “La Escuela de Atenas”, en algunos libros de arte aparece denominada también como “La Academia de Atenas”, por cuanto evoca la institución de carácter educativo que fundara Platón en la Atenas de finales del s. IV antes de Cristo.

Para la crítica especializada, esta obra representa el compendio de los valores primigenios de las academias, entendidas como el conjunto de saberes filosóficos y científicos de la época renacentista, conjugado con la transmisión del conocimiento de maestros a alumnos desde la sabiduría y el equilibrio, en una búsqueda racional de la verdad.

En el centro de la pintura que evocamos, Platón señala con la mano al cielo, mientras Aristóteles tiene su mano diestra vuelta hacia la tierra, expresando con estos gestos *“sus obras y su pensamiento*”, según interpretan los especialistas.

Rafael no se contentó en esta obra con cumplir con lo que se acostumbraba en la Italia de su tiempo, sino que la afrontó con un planteamiento totalmente innovador, pues, como argumenta el profesor Nieto Alcaide, “*sin abandonar por completo la equilibrada distribución de las figuras a la manera clásica (…) es el marco arquitectónico el elemento configurador de todo el esquema compositivo y el que nos introduce en el ámbito de una arquitectura en proyecto, pero posible*”[i]. Con este planteamiento, Rafael “*inicia una concepción del espacio como elemento dinámico y envolvente*”, que desarrollará “*en el tratamiento dado a los enmarcamientos que determinan el ámbito espacial*”[ii].

Este es uno de los motivos que me han hecho traer a su consideración esta obra de Rafael: el papel que le da a la arquitectura en la pintura, como elemento que establece y ordena el espacio, pues encuentro en ello un claro paralelismo con la ética y la estética, que para mí son “*los enmarcamientos que determinan el ámbito espacia*l”, es decir, los elementos esenciales organizadores de los fundamentos de la empresa, y no meros complementos accesorios y prescindibles.

La otra razón para apoyarme en la portentosa figura del artista de Urbino es, precisamente, su compromiso moral. En palabras del historiador Jacob Burckhardt en su clásico tratado “El Cicerone”: *“La cualidad personal más elevada de Rafael (…) no es de sentido estético, sino ético; a saber, la gran sinceridad y fuerte voluntad con que luchaba por conseguir la belleza que consideraba en aquel momento como suprema”*[iii].

II. PROPÓSITO DE ESTE DISCURSO

Esto es lo que quiero exponer hoy en mi discurso, el valor de la belleza como criterio de actuación y referente a la hora de orientar nuestras actuaciones en la

búsqueda de la verdad y la justicia. Porque creo en la belleza como valor superior, expresión de lo armónico, del equilibrio, de lo perfecto. Quizás ello provenga de mi vocación artística como pintor, donde también busco expresar la belleza, la serenidad y la paz.

Como paisajista de litoral, cronista de escenas portuarias, o si se prefiere, pintor de marinas, he intentado siempre, representar el mar y el cielo, captar también su infinitud, y evocar lo que sentimos cuando estamos ante su inmensidad, reencontrarnos con nosotros mismos, con nuestro yo más profundo que como el agua, solo en ocasiones permanece espiritualmente en calma.

Esta es la belleza que quiero trasladarles hoy, lo que el poeta malagueño de la Generación del 27, Manuel Altolaguirre, expresaba en estos versos:

"Azules derramados. Coincidiendo
los claros horizontes y los confines
oscuros de la noche, en la que, hundida,
media tierra sin quilla se adormece.
Rumor de espuma. Calma. Lentas brisas"[iv]

Hablemos, pues, serenamente, de ética y estética en la empresa andaluza, buscando el bien, la belleza, lo mejor del hombre dentro de sí mismo.

El Catedrático de Fundamentos del Análisis Económico Antonio Argandoña, también Profesor Emérito de Economía y de Ética de la Empresa en el IESE, ha escrito: "*la ética es una pieza central en el proceso decisor en las organizaciones, que una buena empresa debe ser una empresa ética, y que un directivo no puede ser excelente si no es ético*"[v].

Éste debe ser nuestro punto de partida y de llegada, para concluir que un empresario y una empresa o son éticos, o no serán un buen empresario ni una buena empresa. Para ello haré primero un somero repaso a nuestro inmediato pasado y presente, que nos ayude a tomar conciencia del contexto en el que se desarrolla nuestra vida personal, social o profesional, también la de la empresa y, singularmente, la andaluza.

Seguidamente me detendré en la figura del empresario y en la empresa desde una consideración ética y estética como *"los enmarcamientos que determinan el ámbito espacial"*, que decía antes; es decir, como elementos organizadores esenciales de los fundamentos de la empresa.

La ética y la estética son los vectores que ordenan los principios sobre los que se sustentan mi concepción de la empresa y las ideas que, desde mi responsabilidad como presidente de CEA, he ido proponiendo en estos años en relación a ellas. Planteamientos impregnados de mis más profundas convicciones, según los valores en los que creo y con los que siempre he intentado ser coherente, empeñado en aprovechar todas las posibilidades que tiene la empresa para hacer un mundo mejor, más justo e, incluso, más hermoso.

Porque debemos velar por lo bello, porque ahí estará también la armonía, el orden, la satisfacción. Así lo expresó el filósofo alemán Immanuel Kant cuando definió el gusto: *"Gusto es la facultad de juzgar un objeto o una representación mediante una satisfacción o un descontento sin interés alguno. El objeto de semejante satisfacción, llámase bello*"[vi].

III. LA SOCIEDAD QUE HABITAMOS

a. Un mundo cambiante y frenético

Vivimos en una sociedad cambiante, a veces a un ritmo frenético, que contagia nuestro día a día. Tiempos de cambios profundos e insólitos, que necesariamente generan incertidumbre y dudas en todos los ámbitos y rincones de la tierra, porque también estamos ya en un mundo completamente globalizado.

Por eso, a veces necesitamos parar y observar a nuestro alrededor para situarnos y tomar conciencia clara de nuestra realidad. Y mirar también un poco atrás, para ver de dónde venimos. Hagamos este ejercicio y comprobaremos que el ser humano es capaz de grandes descubrimientos para beneficio de la humanidad, pero también de provocar guerra y destrucción; y que lo mismo sufrimos grandes catástrofes, que celebramos grandes logros.

Pondremos un límite temporal simbólico, el comienzo del nuevo milenio. Nos asomábamos al siglo XXI con la esperanza de estrenar un nuevo tiempo, con acontecimientos tan transcendentales como los grandes avances tecnológicos, la expansión de la digitalización, el desarrollo de las telecomunicaciones, las redes sociales o el control de la información a nivel global.

b. Desde la presidencia de CEA

En este contexto mundial llegué a la presidencia de CEA en enero de 2014, justo en el umbral de la poscrisis financiera y económica que aún no se ha solucionado, y comenzando en Davos (Suiza) el Foro Económico Mundial.

Ese año, el mundo se estremecía con el anuncio de una epidemia de ébola y, a mitad del mandato, en 2016, los ciudadanos del Reino Unido decidieron abandonar la Unión Europea -el famoso "Brexit"-, con las consiguientes consecuencias de alcance nacional e internacional; y, mientras tanto en Paris, fruto de la XXI Conferencia sobre Cambio Climático, 175 naciones firmaban el Acuerdo de París, comprometiéndose a hacer esfuerzos para revertir la tendencia del aumento de temperatura en el mundo causado por las emisiones de carbono.

Renové el cargo en 2018, en medio del proceso independentista en Cataluña, sobre lo cual sólo recordaré el excepcional discurso de Su Majestad el Rey Felipe VI, pronunciado el 5 de octubre de ese año, y reitero aquí, punto por punto, lo manifestado públicamente entonces desde CEA y que, desgraciadamente, hoy

sigue estando plenamente vigente: nuestro compromiso firme con la Constitución, con la unidad de España y el íntegro respeto al orden democrático; la necesidad de mantener y hacer respetar el Estado de Derecho, así como que la sociedad civil responda de manera contundente ante cuantas actuaciones pretenden quebrar el ordenamiento democrático y que tienen incidencia política, económica y social.

En 2020, a mitad de mandato, se producía de nuevo otro hecho insólito, éste de escala mundial: se declara la pandemia por COVID-19. Y dos años después, renové el cargo de presidente de CEA a menos de un mes de la invasión de Ucrania por parte del ejército ruso.

A lo largo de todos estos años, y analizando los distintos contextos en los que nos desenvolvíamos, se comprobaba cómo cada vez hay menos diferencia entre los ámbitos internacional, nacional o regional, porque la interconexión es absoluta, merced a la globalización tecnológica; y los hechos que se producen aparentemente más lejos, inciden directamente en lo más próximo.

Por eso, estoy convencido de que, con la perspectiva de los años, se calificará este período como un cambio de época, por sus grandes transformaciones históricas. Y ahí seguiremos manteniendo vivo y fuerte nuestro compromiso con las empresas y con Andalucía.

Como saben, ostento una representación empresarial que ejerce su principal marco de actuación en el ámbito socioeconómico; pero esa participación obedece al ejercicio de los derechos y obligaciones que la Constitución Española y el Estatuto de Autonomía, encomiendan a las organizaciones empresariales. Y mi labor y la de nuestros numerosos representantes es la defensa y promoción de las empresas, que incorpora un elemento determinante: el interés general.

c. La persona en el centro

Y en cualquier caso, con la persona en el centro de todo. Siempre he defendido que lo más importante de una empresa, su principal activo para el crecimiento y la productividad, son sus trabajadores, su equipo humano. Las empresas somos, a fin de cuentas, una comunidad, un conjunto de personas que tenemos como función básica la elaboración y prestación de bienes y servicios que satisfacen necesidades sociales.

Para ello, antes que nada, es necesario establecer un a priori ético: qué concepto tenemos de la persona. En mi caso, parto de una concepción de la persona y de su dignidad como ser trascendente, basada en el pensamiento social del humanismo cristiano.

IV. LA EMPRESA

a. El empresario

En medio de este complejo mundo, lleno de incertidumbres económicas, políticas o sociales, sigue habiendo héroes anónimos que optan libremente por invertir su tiempo, su esfuerzo, sacrificio, conocimiento y patrimonio, en crear algo que se convierte en su proyecto de vida.

Personas legitimadas para obtener un beneficio a cambio del riesgo asumido, y también muy comprometidas con el desarrollo real y solidario de la sociedad a la que pertenecen. Hablo del empresario, a quien definiría como aquella persona tenaz, gran trabajadora, incansable, con ese ápice de osadía que se necesita para tener la valentía, en este difícil ecosistema socioeconómico, de arriesgar su patrimonio y ser protagonista imprescindible en la creación de prosperidad.

Por eso, considero que es de justicia reivindicar su figura: por sí mismo, porque lo merece, y también para responder a tanto estereotipo injusto y falso que aún se sigue propagando, a veces como arma ideológica arrojadiza, sin importar la demagogia o la falsedad con la que se envuelva.

La poca comprensión sobre la función social del empresario, comienza en el Diccionario de la Real Academia, que lo define como «persona que por concesión o por contrata ejecuta una obra o explota un servicio público». La segunda acepción es igualmente pobre: «persona que abre al público y explota un espectáculo o diversión». Las dos restantes acepciones son, como mínimo, parciales: «patrono» (persona que emplea trabajadores) y «titular propietario o directivo de una industria, negocio o empresa».

La RAE dibuja al empresario como un simple ejecutor, empleador o propietario. Con dos agravantes: el desafortunado uso de la palabra «explota» en dos acepciones, que por sí sola se presta a graves equívocos, y la extraña preeminencia otorgada al sector del espectáculo.

Un ejecutor es alguien que se limita a cumplir órdenes. Un propietario solo es, como tal, dueño de recursos económicos. Como sabemos, el empresario es mucho más. Su tarea clave es descubrir necesidades no cubiertas, sean de consumidores, otras empresas u organizaciones. Luego, imaginar el producto o el servicio capaz de satisfacerlas, a un precio que aquellos puedan pagar. En ese proceso, el empresario organiza los factores de producción (materias primas, personal, recursos financieros, etc.), crea o desarrolla procesos (de fabricación, distribución, promoción, etc.) y asume riesgos.

La función empresarial es, entonces, esencialmente intelectual (descubrir oportunidades) para mejorar, directa o indirectamente, el bienestar del consumidor. Por supuesto que, detrás de ese proceso creador, existe el legítimo incentivo del beneficio económico. Pero también hay un impulso transformador, ganas de hacer, voluntad de mejorar continuamente y coraje para desafiar el futuro.

El empresario desarrolla toda su actividad con la incertidumbre de no saber hasta el último momento si su producto será apreciado o no, y si el precio que tiene en mente será aceptado. Por tanto, si no hubiera nadie dispuesto a correr ese riesgo (si no hubiera empresarios), simplemente no habría progreso. Las ganancias solo aparecen si se ha satisfecho bien una necesidad previamente no cubierta, pero no están nunca garantizadas. Ni siquiera cuando el proceso ha resultado un éxito: siempre puede aparecer un competidor que haga las cosas aún mejor.

Una persona con vocación empresarial se enfrenta a un gran reto a la hora de "crear" su proyecto, por lo que deberá establecer unas bases concretas para llevarlo a cabo.

En primer lugar, el propio planteamiento de su propósito; luego, las relaciones que se establecen en la empresa: las internas, con su equipo de colaboradores, sus trabajadores, clientes, proveedores y el resto de agentes. Y en tercer lugar, las relaciones externas, en los entornos del mercado con los que se relacione (otras empresas, instituciones y en definitiva, la sociedad en general…).

Todo ello, conforma un universo ante el que la persona deberá plantearse con qué actitud se presenta, es decir: qué valores morales orientan y cimentan esas bases.

Porque no es indiferente cómo se hagan las cosas; porque no da igual hacerlo bien, lo mejor posible, que de cualquier manera o sin interés ni cuidado. Y no da igual, porque el resultado nunca es el mismo. Si se hace de una manera, puede trasladarse rigor, equilibrio, excelencia. Pero si es "de otra manera", entonces podrá transmitir desafección, desorden, desajustes, incluso ausencia de belleza.

Como ha escrito el profesor Argandoña, "*un directivo excelente debe ser un directivo ético, y, si no es ético, no será un buen directivo, porque le faltará alguna competencia importante*"[vii]

b. La empresa

¿Y qué es eso que llamamos empresa?

Hemos hablado del proyecto de vida de una persona, de un reto y, en cierta manera, de una creación, lo que hace que, si se quiere, el empresario tiene también una dimensión artística, de creación de una obra.

Rafael Alvira Domínguez, catedrático de Filosofía de la Universidad de Navarra, y que también ha sido director del Instituto "Empresa y Humanismo" de esa Universidad, tiene una hermosa descripción de la empresa, asemejándola a una obra literaria:

"*La vida de la empresa, en el conjunto de sus dimensiones, se muestra como una textura, como una especie de texto literario complejo, en el que aparece o*

debería aparecer una síntesis de los tres géneros clásicos. Hay un aspecto dramático, relativo a la belleza del día a día, de lo acostumbrado y consuetudinario, de las risas y las penas de cada jornada". En segundo lugar, "la épica de la Empresa es esa dimensión de lucha heroica para la conquista de nuevas y ambiciosas metas. Y hay un aspecto, que quizá se echa más en falta, el lírico. Es el calor y el color de una relación verdaderamente hermosa y cordial."[viii].

Esa "épica de la empresa" es la que responde al espíritu apasionado del empresario, capaz de afrontar retos, dificultades y asumir riesgos a veces impensables para llevar adelante su proyecto, empeñando -a veces literalmente-, su propia vida, incluso en ambientes políticos y normativos poco favorables a su actividad.

Por eso, su figura merece respeto y reconocimiento por parte de la sociedad a la que sirve y de la que forma parte activa. Pero este instrumento necesita de entornos propicios, que favorezcan su creación, su fortalecimiento y le permita, llegado el momento, aumentar su dimensión. Todo ello, a través de la estabilidad institucional, la confianza, la certeza económica y la seguridad jurídica imprescindibles.

c. La empresa andaluza

Quisiera ahora detenerme unos minutos en la empresa más cercana a nosotros, la empresa andaluza.

Andalucía es una Comunidad Autónoma casi tan extensa como Portugal, y la más poblada de toda España, con más de 8 millones y medio de habitantes. Sus 87.600 km2 hacen de Andalucía un territorio más grande que 15 Estados miembros de la Unión Europea. Somos una tierra que se siente orgullosa de su relevancia histórica en la construcción y el desarrollo de nuestra gran nación española.

Tras el impacto de la pandemia COVID, la economía andaluza recuperó su senda de crecimiento económico, en la que se impulsan las relaciones comerciales, se renuevan y fortalecen las actividades productivas, crece el tejido empresarial y se recupera el mercado de trabajo.

Es cierto, no obstante, que los conflictos bélicos y la crisis energética global han incrementado de nuevo los riesgos que, en el pasado 2023, se han concretado en una coyuntura aún inflacionista.

Con todo, los datos estadísticos nos indican que durante el trienio 2021-2023, el PIB andaluz (la economía andaluza) acumuló un incremento real del 14%, que nos permitió recuperar los niveles previos a la crisis sanitaria.
Un contexto en el que Andalucía no solo ha conseguido sostener su tejido empresarial, sino que supera la del conjunto del país. Así, en 2023 creció sensiblemente por encima de la media nacional, de forma que, prácticamente, una de cada cuatro de las nuevas empresas españolas, se ubicaron en Andalucía.

Una coyuntura que también tuvo reflejo en el mercado de trabajo, en la creación de empleo, pues en estos últimos años ha aumentado en Andalucía un 10% la

ocupación. Son 410.000 nuevos puestos de trabajo en nuestra tierra, con una mención especial al empleo por cuenta propia, que ha convertido a nuestra Comunidad Autónoma en líder nacional en número de autónomos.

No obstante, como consecuencia de los riesgos económicos, financieros y sociales que derivan de tanta inestabilidad geopolítica, se prevé una sensible reducción del crecimiento de la actividad económica y empresarial y, por tanto, del empleo en este presente 2024.

Un entorno de incertidumbre y riesgo, que nos lleva a tener que potenciar nuestras capacidades de respuesta a la crisis. Necesitamos consolidar nuestro crecimiento, generar confianza e incrementar cuota en los mercados globales y, como consecuencia de todo ello, seguir avanzando en dos grandes retos, que son multiplicar las oportunidades de empleo en nuestra Comunidad Autónoma y lograr converger con las regiones más prósperas de Europa.

Un instrumento importante para concretar todo ello ha sido el "Pacto Social y Económico por el impulso de Andalucía", suscrito el 13 de marzo de 2023 por CEA en el marco del Diálogo Social, junto con las centrales sindicales más representativas y el presidente de la Junta de Andalucía.

Numerosos objetivos del acuerdo buscan fortalecer a las empresas y a los autónomos en los diferentes sectores de actividad económica de nuestra tierra.

Por eso, para los empresarios, la solución es evidente: Andalucía necesita más y mejores empresas, porque de esta manera se logrará también una mayor actividad económica. Y con más empleo, se creará también mayor riqueza y bienestar social.

V. ÉTICA Y ESTÉTICA EN LA EMPRESA ANDALUZA

a. La ética como razón de ser

Toda esta tarea tan necesaria de recuperación humana, económica y social, debemos hacerla desde la ética. Y en nuestro caso, además, con la certeza de que, sin ética no hay éxito económico ni empresarial.

Demócrito de Abdera, filósofo griego del s. IV a.C., de la polis de la costa de Tracia, sentencia en uno de sus escritos: *"Quien mantiene el ánimo sereno al emprender acciones justas y legítimas está contento, animoso y despreocupado. En cambio, a quien no tiene en cuenta la justicia y no hace lo debido, todo le disgusta cuando piensa en ello, vive temeroso y se hace daño a sí mismo".*

Ya he comentado anteriormente que no da igual hacer las cosas de una manera o de otra. No ya hacerlo bien o mal, sino actuar conforme a unos valores o sin ellos. Y Demócrito enfrenta las actitudes contrapuestas que se dan entre quien obra con ética y quien no. Y así, mientras el primero estará sereno y animoso, el segundo, que obra contra la justicia, se daña incluso a sí mismo.

Estas actitudes están también en la base de cualquier actuación en el ámbito empresarial. Así, algo consustancial a cualquier empresa es la necesidad de generar confianza para los demás, tanto internamente, con sus trabajadores y cuadros directivos, como externamente, hacia los clientes, proveedores, inversores, colaboradores, entidades financieras u otros agentes de interés, porque esa será la base de cualquier vínculo, tanto mercantil como social.

Esto se concretará, asimismo, a través de la relación entre los trabajadores y los empresarios, mediante la negociación colectiva, que debe ser la clave de bóveda de las relaciones laborales, reforzando las políticas de dignificación del empleo, del diálogo y la paz social. O, también, en la forma de establecer las relaciones entre empresa y clientes, generando confianza y seguridad; y apostando por la sostenibilidad real: aquella que compatibiliza la integración social y la preservación del medio con el desarrollo económico.

Viene a propósito en este momento recordar a una personalidad de gran relevancia en su tiempo, con una altura profesional y personal excepcionales. Me refiero a Rafael Termes, presidente de la Asociación Española de la Banca (AEB), entre otras muchas responsabilidades.

Escribió y enseñó mucho sobre la ética en la empresa. Veamos algunos ejemplos de su pensamiento. Así, Termes afirmaba que "*La única manera de que las empresas puedan llamarse moralmente correctas es que (…) lo sean las personas que las integran. Y no sólo en su comportamiento individual privado, sino en su actividad profesional, empresarial, social o política*"[ix].

Es decir, la empresa será lo que sean las personas que la integran, tanto personal como profesionalmente.

Y para buscar una mejora en la ética empresarial, allá donde fuera necesario, pensaba que será preciso "*formar integralmente a las personas, en todos los niveles de la empresa, mediante la educación y, sobre todo, mediante el ejemplo*"[x].

Habrá quien pueda plantear que estas reflexiones son contrarias al fin empresarial del beneficio y la rentabilidad. Sin embargo, para Rafael Termes, "*la falta de ética puede ser rentable a corto plazo para algunos, en ocasiones. La ética es siempre rentable a largo plazo para el conjunto de la sociedad*"[xi].

En virtud de la concepción que se tenga de la persona y de cómo deba ser tratada, del respeto a su dignidad y libertad, no debemos atender tanto a los resultados como a la manera de lograrlos.

En este sentido, puedo afirmar que la inmensa mayoría de los empresarios seguimos estando comprometidos con el principal elemento de progreso, que es el factor moral.

De tal manera que la ética como razón de ser, digna de análisis ontológico, necesita la estética como modo de expresión y de comunicación para reforzar el vínculo social. Por ello, no comparto en consecuencia, el criterio ideológico de

algunos autores de que inexorablemente existe un déficit ético de la propia economía. Y menos aún, en la empresa.

b. Formación en valores

Como he sugerido previamente, un factor esencial en la recuperación moral de la sociedad, es la formación y, muy especialmente, la formación en valores. Hablo de actitudes que, en mi caso insisto, parten de una concepción cristiana de la persona y de su dignidad.
Estos valores, como sabemos, sólo se pueden adquirir y transmitir a través de la educación, como sucede con cualquier pensamiento político, económico y social que quiera implantarse en una sociedad.

Podrá haber unos u otros temas de moda o de actualidad en cada momento; podrán escribirse muchas entradas o *likes* en redes sociales, podremos compartir noticias e ideas, pero los valores reales, aquellos en los que muchos creemos, sólo se adquieren a través de la educación, contemplada desde la integridad de la persona.

En este concepto insistía el Papa Francisco en junio de 2017, en un discurso sobre la educación de los hijos, refiriéndose a una "educación integradora para formar personas tanto en lo personal (crecimiento interior), como en lo social (de servicio a la sociedad)".

Se trata de recuperar y transmitir valores esenciales, como la libertad (libertad de enseñanza, libertad de elección, libertad de empresa); o el valor del esfuerzo y del mérito. No existe un empresario de calidad, si detrás no hay precisamente una cultura del esfuerzo y el mérito, una actitud de reinvención constante, un interés por estar en permanente crecimiento. Por ello, el inconformismo es el elemento diferenciador del buen empresario.

c. La estética como rostro visible de la empresa

De tal forma que cuando hablamos de ética, no podemos ceñirlo al ámbito privado de la persona, sino que debemos considerarlo como algo intrínseco a ella, de tal manera que deberá manifestarse en todos sus ámbitos de la vida. También, por supuesto, en el profesional. Por eso hablamos de la ética del empresario y de la ética en la empresa.

Rafael Termes lo afirmó rotundamente en su Discurso de ingreso en la Real Academia de Ciencias Morales y Políticas:

"No hay contradicción alguna entre calidad profesional y calidad humana. Es más, no puede haber calidad humana, sin calidad profesional."[xii].

El cómo se concretan y especifican esas virtudes es lo que irá configurando la identidad de la empresa y su cultura corporativa, lo que la diferenciará respecto

al resto, creando también con ello un factor de competitividad. Estamos hablando ahora de la estética en la empresa. Y para desarrollar esta idea, me apoyaré en un interesante ensayo de Javier Barraca sobre "*La estética de las organizaciones y de sus dirigentes*"[xiii].

Defiende el autor que "*no hay estética, en su más alto y fecundo sentido sin ética, sin una delicada conexión de la misma con las responsabilidades, valores y deberes humanos*"[xiv].

Ética y estética, por tanto, son inseparables y complementarias, y tanto las personas como las empresas tienen que *"aprender a cuidarlas simultáneamente, en su armonía mutua. Al igual que la forma y el fondo, el continente y el contenido, todo sujeto y grupo incluyen siempre estas dos dimensiones en su ser o actuar"*[xv].

Y si recuperamos aquella idea que planteábamos al principio respecto a la búsqueda de la belleza como valor superior en nuestra concepción de la empresa, debemos reivindicar la estética como un elemento crucial para ayudarnos a "*conectar, vivir y desarrollar un rico arco de valores; en especial, valores tan fecundos, como la belleza, la expresividad, la originalidad o la creatividad*"."[xvi].

Crear y experimentar por tanto dentro de los entornos innovadores de libertad, es precisamente lo que caracteriza la actividad empresarial. Por ello, la motivación de la búsqueda, el deseo de caminar en vanguardia es común a artistas y empresarios. Porque el empresario, como el artista, tiene necesidad de interpretar creativamente la realidad. El emprendedor, tiene que detectar problemas, carencias y tensiones, y traducirlas en demandas, mediante códigos que a veces necesita intuir, y a veces inventar. Entiendo, por tanto, que el éxito de un empresario y de un artista, requieren del éxito de sus "códigos morales".

En síntesis, como dice el propio Javier Barraca, *"nada más estético y, así más creativo, original, expresivo o bello, que el propio carácter ético o moral."*[xvii]

VI. APLICACIÓN CONCRETA DE TODO LO ANTERIOR

a. Lecciones tras una crisis

¿Cómo podemos aplicar todo esto a nuestra realidad concreta, y ser capaces de transformarla, de reorientarla hacia los planteamientos que hemos estado considerando?

Uno de los debates recurrentes en los años previos a la pandemia, y que a causa de ella volvió a suscitarse, es el de la estructura del modelo productivo andaluz. Habíamos entrado en una situación de alerta con la esperanza de que fuese coyuntural, a consecuencia de una pandemia de alcance mundial.

Creo que es importante subrayar esta idea, porque la pasada crisis sanitaria y su origen son ajenos al mundo empresarial. Y, por tanto, su solución no requería

necesariamente ni transformar el modelo productivo, ni más intervencionismo, ni nuevas normas, ni cuestiones ideológicas trasnochadas.

En todo caso, y como en otras ocasiones ya he defendido, “no se trata tanto de cambiar el modelo productivo, como de hacer más productivo el modelo”. Esto es, incorporando la innovación, digitalizando procesos, apostando por la internacionalización, contando con financiación suficiente, con una fiscalidad más generosa y con un marco jurídico y administrativo más estable, ágil y adecuado. Y siempre, situando a la empresa en el centro de la toma de decisiones.

Para ello, me permito recurrir a la utilidad y fortaleza de las Organizaciones Empresariales como CEOE, CEPYME, CEA y todas sus Territoriales y Sectoriales, puestas a prueba en momentos críticos en su labor de defensa de los intereses empresariales, ejerciendo como instrumentos de consulta, asesoramiento, mediación e interlocución permanente.

b. Propuestas éticas y estéticas para “transformar el rostro de la economía”

Pues bien. En este contexto, y en medio de las dificultades actuales, resulta aún más importante ofrecer propuestas que puedan ayudar a recuperarnos y regenerar las relaciones humanas, políticas, sociales y económicas. Y aquí la empresa debe tener un papel fundamental.

Criterios de actuación éticos, que nos ayuden a recuperar la senda del crecimiento y el bienestar.

Concretaría estos criterios, en seis puntos:

1. En primer lugar, saldremos de tanta incertidumbre, adoptando una conciencia del esfuerzo colectivo para vencerla, haciendo partícipes a los responsables políticos, económicos, de todos los ámbitos y la sociedad en su conjunto.

Para ello debemos recuperar los referidos valores que en ocasiones han sido relegados, como el esfuerzo, el tesón, la iniciativa y el mérito. Porque nadie nos dirá cuándo se sale de esta crisis global, pero sólo lo lograremos con la suma infinita de esfuerzos individuales.

2. Un segundo elemento será recuperar con urgencia el diálogo perdido en tantos ámbitos, como el político, institucional o social.

El modelo de consenso existente en España, ha producido excelentes frutos. Aprendimos a pasar de la confrontación al acuerdo, suponiendo el proceso de Diálogo Social un fiel reflejo del profundo cambio de cultura experimentado, tanto en los empresarios y sus organizaciones, como entre los trabajadores y sus sindicatos.

La crispación política, sin embargo, perjudica la toma de decisiones y la imagen de nuestro país. Aunque en democracia convivimos gracias al desacuerdo, el vehículo del entendimiento sigue siendo el diálogo.

3. En tercer lugar, es fundamental tener grandeza y altura de miras. Necesitamos responsables políticos, institucionales o empresariales que atesoren estas cualidades. Ahora más que nunca.

4. Una cuarta idea: para todo ello, también la sociedad civil tiene que involucrarse y comprometerse.

Y, como primer paso, ahora es necesario, al menos, la toma de conciencia aportando ideas, con espíritu crítico, exigiendo con firmeza una mayor transparencia de las instituciones públicas y privadas, para recuperar nuestra credibilidad social.

5. Como quinto factor, debemos implantar el espíritu positivo, como fórmula para mantener la confianza en nuestras propias posibilidades, que nos ayude a salir de la permanente negatividad que ha generado un hastío y cierta resignación social preocupante en los últimos años.

Debemos escuchar de nuevo las sabias palabras de aquel gran humanista y filósofo Julián Marías: *"Lo que más inquieta es que en España todos se preguntan: ¿qué va a pasar? Y casi nadie se pregunta: ¿qué vamos a hacer?".*

6. En sexto y último lugar: sin ética no hay éxito económico, ni hay éxito empresarial. Y la ética hace referencia directa a valores cruciales, como la verdad, la libertad y la justicia.

A ello se refirió el Papa Francisco, en el discurso que recientemente dirigió a una delegación de empresarios españoles: *"Los animo a seguir transformando con creatividad el rostro de la economía, para que esté más atenta a los principios éticos y no se olvide de que su actividad está al servicio del ser humano, no sólo de unos pocos sino de todos, especialmente de los pobres"*[xviii].

Por todo ello, los hábitos morales, a través de la prudencia, virtud esencial del empresario, se aúnan con los hábitos intelectuales, entre los que los pensadores clásicos, recordemos a Aristóteles en su *Ética a Nicómaco,* situaban al Arte. De ahí, que me permito afirmar con rotundidad que la empresa en sí misma, *debe ser también un ilusionante fenómeno estético.*

VII. CONCLUSIÓN

Hace un siglo, sobre 1920, D. Miguel de Unamuno viajó por la provincia de Palencia y se detuvo en Aguilar de Campoo, donde visitó el monasterio de Santa María la Real. El edificio se encontraba en un estado de total abandono. Pero al contemplarlo, se cuenta que dijo: "*hasta una ruina, puede ser una esperanza*".

Al cabo de los años, mediada la década de los setenta del siglo pasado, el arquitecto, escritor, humorista y dibujante que vivió en aquella tierra, José María Pérez, más conocido como *Peridis*, acometió, junto con un grupo de vecinos, la

aventura de recuperar aquel convento. En la actualidad, el edificio alberga un centro educativo y cultural, haciendo verdad aquella frase de Unamuno, al "convertir en esperanza, lo que era una ruina".

Este es el mismo espíritu que nos anima a los empresarios. El espíritu que nos vivifica, que nos da vida y capacidad de ilusionarnos, de crear, que nos infunde el vigor necesario para no rendirnos. Para aprovechar cada día, el hoy, el ahora, con los retos y dificultades que puedan aparecer, siguiendo el consejo de Jean Paul Sartre, "*no perdamos nada de nuestro tiempo; quizás los hubo más bellos, pero este es el nuestro*".

En la tarde de hoy, hemos realizado primero una revisión de nuestro pasado más reciente, para intentar tomar conciencia de nuestra realidad personal y social; y hemos visitado la Estancia de la Signatura en el Vaticano, para contemplar la "Escuela de Atenas" de Rafael Sanzio y aprender de su manera de usar la arquitectura como elemento configurador de los espacios, para aplicarlo a la ética y la estética como factores que ayuden a ordenar debidamente los fundamentos de la actividad empresarial.

Hemos defendido el valor de la belleza como criterio de actuación para orientar nuestra vida en la búsqueda de la verdad y la justicia, incluso en este mundo cambiante y frenético que vivimos. Y, como un *a priori ético*, hemos situado a la persona y su dignidad en el centro de todo, incluyendo al propio empresario.

También hemos reflexionado sobre la ética y la estética en la empresa andaluza, aprendiendo de Demócrito que *no da igual ser justo que no serlo*; y comprobamos, de nuevo, cuánto de belleza puede haber en la creación de una empresa, en el desarrollo ético de su actividad a través de sus relaciones interpersonales, con su inherente capacidad de crear empleo, riqueza y bienestar.

Hemos analizado los valores que ayudan a orientar la forma de poner en práctica todo este proyecto renovador, y las propuestas éticas y estéticas que podríamos aplicar, más aún tras las lecciones recibidas de la terrible pandemia. Y hemos concluido que Unamuno tenía razón, y que "*hasta una ruina, puede ser una esperanza*".

Querida Consejera, querido Presidente, queridos Académicos, señoras y señores. Este es mi discurso de ingreso en esta Academia. Confío sea acogido con benevolencia por esta insigne Institución, a la que llego con total humildad, dispuesto a servirla para seguir haciendo de nuestra querida Andalucía una región más próspera, más avanzada y aún más hermosa, si acaso eso fuera posible.

Muchas gracias.

[i] Víctor Nieto Alcaide, en col. ”Grandes de la Pintura”, ”Rafael”. Ed. Sedmay, Madrid, 1979, p. 45
[ii] Víctor Nieto Alcaide, op. cit. P. 37
[iii] Jacob Burckhardt, *El Cicerone*, 1855
[iv] Manuel Altolaguirre, *Poema del agua*, en “Antología”, Ed. Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía, 2005, p. 16
[v] Antonio Argandoña, *La ética en la empresa y la ética del directivo*, IESE Business School, Cátedra “la Caixa” de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo, Documento de investigación mayo 2014. p.2
[vi] Immanuel Kant, *Crítica del juicio, citado en* Nuccio Ordine, *La utilidad de lo inútil*. Ed. Acantilado. Barcelona, 2013, p. 51
[vii] Antonio Argandoña, op. cit. p.6
[viii] Rafel Alvira, *Dimensiones estéticas de la empresa*, “Cuadernos Empresa y Humanismo”. Ed. Instituto Empresa y Humanismo de la Universidad de Navarra, nº 67, p. 12
[ix] Rafael Termes, de su Prólogo en la obra AA.VV. *El paradigma de la ética económica y financiera*. Ed. Marcial Pons, Madrid-Barcelona, 2006, p. 15
[x] Rafael Termes, Prólogo, op. cit. p. 18
[xi] Rafael Termes, *La ética en la vida profesional*, conferencia dictada en el II Congreso Internacional de Liderazgo, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, México, febrero de 1993
[xii] Rafael Termes Carreró, Discurso de recepción como Académico de Número de la Real Academia de Ciencias Morales y Políticas. 3 de noviembre de 1992.
[xiii] Javier Barraca Mairal, *La estética de las organizaciones y de sus dirigentes*, Ed. Schedas, Madrid, 2018.
[xiv] Javier Barraca, op. c. p. 19
[xv] Javier Barraca, op. c. p. 62
[xvi] Javier Barraca, op. c. p. 77
[xvii] Javier Barraca, op. c. p. 88
[xviii] S.S. Papa Francisco, discurso a un grupo de empresarios españoles, 17 de octubre 2022.