



FACULTAD DE ECONOMÍA Y CIENCIAS EMPRESARIALES

Tema:

**La Responsabilidad Social Empresarial desde la perspectiva de la
Doctrina Social de la Iglesia**

**ARTÍCULO ACADÉMICO QUE SE PRESENTA COMO REQUISITO PARA
OPTAR EL TÍTULO DE INGENIERA EN CIENCIAS EMPRESARIALES**

Autor

Wendy Verónica Murillo Balladares

Tutor

John Chiriboga

SAMBORONDÓN, ABRIL 2014

*Dedicado al Maestro de maestros, Líder de líderes, Rey de reyes y Sabiduría
Increada: Jesucristo*

La Responsabilidad Social Empresarial desde la perspectiva de la Doctrina Social de la Iglesia

Tecnóloga en Gestión Empresarial (Tecnológico Espíritu Santo)
Universidad Espíritu Santo-Ecuador

Facultad de Economía. Edificio C, Universidad Espíritu Santo, Km. 2.5 Vía Puntilla-Samborondón

Resumen

Las teorías acerca del protagonismo del hombre a favor de los derechos de sus grupos de interés desde la óptica empresarial cumplen parcialmente sus objetivos. Se considera a la Iglesia Católica el referente por ser la institución más antigua con participación activa en asuntos sociales. Sin embargo, las observaciones realizadas en la Doctrina Social de la Iglesia (DSI), desarrolladas a la luz de la fe han sido relegadas al desarrollar teorías de Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Se retoman éstas, para revisar los principios centrados en la Dignidad de las Personas: Bien Común, Subsidiaridad, Participación, Solidaridad y Destino Universal de los Bienes. Basado en este último, se busca la relación con el aprovechamiento ético de los recursos para elaborar el producto final en empresas de restaurantes en Guayaquil con el objetivo de aplicar la RSE. Se evaluó el conocimiento de RSE en un grupo de empresas de Guayaquil mediante una encuesta *on line* y se determinó falencias, a partir de lo cual se desarrolla la propuesta.

Palabras claves: dignidad humana, bien común, subsidiaridad, solidaridad, destino universal de bienes, fraternidad, espiritualidad, caridad

Abstract

Theories about the role of man in favor of the rights of stakeholders from the business perspective partially met its objectives. He considers the Catholic Church regards as the most ancient institution with active participation in social topics. However, the observations made in the Social Doctrine of the Church (DSI) , developed in the light of faith have been relegated to develop theories of corporate social responsibility (CSR) . They are taken up to review the principles focusing on Dignity of human being: Common Good , Subsidiarity , Participation , Solidarity and the Universal Destination of Goods . Based on the last one , is sought regarding the ethical use of resources to produce the final product in Guayaquil restaurant companies in order to implement CSR. CSR knowledge in an enterprise group of Guayaquil was evaluated through a survey online and weaknesses was determined , from which the motion develops.

Keywords: human dignity, common good, subsidiarity, solidarity, universal destination of goods, fraternity, spirituality, charity

Introducción

El hombre suele tomar decisiones basadas en sus propios razonamientos, los mismos que han sido inducidos por su experiencia de vida, engendrados a partir del entorno en el que se ha desarrollado o por influencias ajenas a su propio aprendizaje. En efecto, de los grandes acontecimientos que han marcado la historia de los pueblos han surgido líderes con férreas convicciones. Unos fundamentados en el laicismo, por el cual se defiende la independencia del hombre respecto de cualquier organización o credo religioso *versus* quienes profesan una religión esperanzada en una Deidad Superior sustentados por doctrinas de fe.

Sin embargo, el emprendimiento en negocios es indiscutiblemente una cuestión de fe. El empresario nunca sabe si va a triunfar: lo presupone, lo proyecta, minimiza la posibilidad de pérdida, y aunque está consciente que el riesgo es intrínseco, enfrenta el reto. La gente asume riesgos según la fe que tiene.

Por consiguiente, existe una disimilitud en cuanto al origen de las decisiones: unas emergen del razonamiento del hombre con fe y otras del hombre con fe en **Dios**. A partir de estos últimos surgen los cristianos en la sociedad, para quienes la religión no puede ser impuesta por la fuerza. Aun cuando ésta se considera una institución intangible que se preocupa de construir una sociedad basada en la verdad, lo naturalmente aceptable es que su esencia se materialice en acciones concretas que

promuevan el direccionamiento de los grandes protagonistas del desarrollo de los pueblos hacia una verdad tangible y permanente.

Al ser la Iglesia Católica una institución activa fundada hace dos mil años, lleva intrínsecamente el derecho a develar la clave su permanencia, pues no hay empresa en el mundo de vasta trayectoria que la supere. En semejanza a grandes empresas, esta institución encabeza el grupo de aquellas que son impulsadas por una misión, para ella: Evangelizar a los hombres de buena voluntad con la visión que su enseñanza, a través del razonamiento inspirado por el Espíritu Santo, que emerge a la luz de las Sagradas Escrituras, conviertan al mundo en el Reino de Dios. Así surge la Doctrina Social de la Iglesia (DSI).

Por otra parte, una empresa genera cultura mediante convicciones, prácticas y valores; pero sólo será cultura empresarial si la viven todos, empezando por los directivos. En efecto, el papel que desempeña el líder de la organización configura el ambiente y toda la cultura de esa empresa, así que el comportamiento empresarial ético empieza en lo alto y se va filtrando hacia abajo, alcanzando a toda la organización. El papel del líder es ser el modelo.

Indudablemente, el líder empresarial en los campos técnicos o administrativos tiene la preparación necesaria, o al menos, las herramientas para adquirirla y perfeccionarla. No ocurre lo mismo en el campo de lo social, donde el rigor de la realidad económica que apremia beneficios tangibles e inmediatos tiende a menguar su capacidad de proyectarse integralmente: “cuerpo-mente-corazón-espíritu”. (Covey) Venturosamente, esta vorágine converge con una tendencia actual en la que el líder empresarial está conminado a exponer sus valores morales y éticos y para el

efecto, la RSE es el canal apropiado e imperiosamente requerido por sus *stakeholders*. Pero, ¿cómo conciliar estos aspectos sin la fortaleza interior necesaria?, ¿Quién es el modelo a seguir para los líderes empresariales? ¿Cómo perseverar en su propósito de seguir los principios e imperativos morales contenidos en la Doctrina Social?

Las mismas interrogantes son planteadas al líder empresarial con vocación cristiana, para quien las respuestas son el fin mismo de la DSI y se fundamentan en el Amor de Dios por cada uno de sus hijos. Por esto, es apremiante experimentar un encuentro personal con Jesucristo, que transforme su vida, ilumine su mente y selle su accionar con la misericordia.

Con esta finalidad, en el mundo existen organismos entre los que figuran: Asociación Cristiana de Empresarios (ACE), Unión Social de Empresarios Mexicanos (USEM) y la Unión Internacional Cristiana de Dirigentes de Empresas (UNIAPAC), observadores en la última década de un progresivo crecimiento de la conciencia del empresario y los diferentes grupos involucrados respecto de sus deberes hacia la sociedad, configurándose el concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), el mismo que según el punto de vista cristiano, busca promover desde la actividad empresarial, una economía acorde con el valor de la persona humana.

El concepto RSE es un tema de debate enriquecido con los aportes de distintas culturas, visiones y aplicaciones. Cada región, inclusive un país, tiene una agenda propia de acciones de RSE que se construye a partir del consenso entre los diversos sectores empresariales (Calvo, 2006).

El problema radica en las consecuencias negativas para la sociedad, generadas por la existencia de empresas que han adoptado la RSE como una *etiqueta* que les permite competir en un mercado donde figurar como una empresa “socialmente responsable” es beneficio exclusivo de la empresa; ya que detrás de la incorporación de políticas de RSE, existen líderes que basan su ideología en doctrinas, modelos o valores preconcebidos que no han funcionado en beneficio de los grupos de interés en su totalidad.

Por esta razón, es importante definir una sólida base humana y humanizadora, basada en la espiritualidad que nace a partir del Evangelio y que lleva a ejecutar acciones que son el resultado de un discernimiento generado al poner en práctica la Doctrina Social de la Iglesia Católica (DSI).

Ante tal situación, las asociaciones de UNIAPAC tienen por finalidad transformar la forma en que se conducen las empresas, de modo que la economía sirva a la dignidad del hombre, mediante el trabajo de líderes empresariales responsables de instaurar una cultura, una manera de operar en la empresa y en el mercado, que constituya un ámbito de desarrollo integral de las personas.

Como un aporte real de su gestión, UNIAPAC desarrolló el documento “La Rentabilidad de los Valores” convirtiéndose en el punto de partida para promover diversas iniciativas a nivel mundial con conceptos específicos dentro de la gran corriente de la RSE. Está concebido como una forma de gestión que respeta la dignidad de las personas y los medios necesarios para su desarrollo, fundamentados íntegramente en los principios de la DSI. Es menester establecer políticas de RSE

que en lugar de ser percibidas como gravosas, sean un acicate que induzca a lograr la satisfacción personal del trabajo de excelencia.

Considerando que las responsabilidades de los líderes de las empresas se dividen en tres grandes ámbitos: económico, social y medioambiental, y para precisar el objetivo de la responsabilidad, se hace necesario vincular los ámbitos relevantes con sus respectivos elementos: eficiencia económica, equidad social y preservación del medioambiente, de lo cual la DSI, mediante sus diferentes encíclicas contienen acertados criterios, que de ser comprendidos y aplicados por las empresas, transformaría las disparidades que por décadas han afectado la economía mundial.

Teniendo en cuenta que uno de los grandes males que aqueja a la humanidad es la deficiente distribución de alimentos, las causas que lo originan y la prerrogativa responsabilidad de la empresa; el objetivo de este análisis es elaborar una propuesta de Responsabilidad Social Empresarial para el sector alimentos, a restaurantes y sitios de expendio de comidas preparadas en Guayaquil, basada en los valores de la Doctrina Social de la Iglesia enfocado en el concepto de la ÉTICA aplicada al manejo del producto.

Para tal efecto, se conciliará los principios de la RSE según el Instituto de Responsabilidad Social Empresarial (IRSE) y los principios de la Asociación Cristiana de Empresarios y la Unión Internacional Cristiana de Dirigentes de Empresas (ACE-Uniapac)

Fundamentación teórica

Origen de la Doctrina Social de la Iglesia y de la Responsabilidad Social Empresarial

La DSI no ha sido pensada desde el principio como un sistema orgánico, sino que se ha formado en el curso del tiempo, a través de las numerosas intervenciones del Magisterio de la Iglesia¹ sobre temas sociales (Católica, Iglesia, 2004).

Al remontarse a la historia se observa que, inducidos por la religión, existieron hombres que lucharon por los derechos de los más desprotegidos. Mención especial merece Fray Montesinos (1511) y su famoso sermón, considerado un ícono de la denuncia por parte de la Iglesia hacia las injusticias contra el hombre:

“(…) que todos estáis en pecado mortal y en él vivís y morís, por la crueldad y tiranía que usáis con estas inocentes gentes. Decid, ¿con qué derecho y con qué justicia tenéis en tan cruel y horrible servidumbre a estos indios?(…) ¿Cómo los tenéis tan opresos y fatigados, sin darles de comer ni curarlos en sus enfermedades, que de los excesivos trabajos que les dais incurren y se os mueren, y por mejor decir, los matáis, por sacar y adquirir oro cada día? ¿Y qué cuidado tenéis de quien los doctrine, y conozcan a su Dios y creador, sean bautizados, oigan misa, guarden las fiestas y domingos? ¿Estos, no son hombres? ¿No tienen almas racionales? ¿No estáis obligados a amarlos como a

¹ El oficio de interpretar auténticamente la palabra de Dios ejerciéndolo en nombre de Jesucristo a través del Papa y los Obispos (Catecismo Católico)

vosotros mismos? ¿Esto no entendéis? ¿Esto no sentís? ¿Cómo estáis en tanta profundidad de sueño tan letárgico dormidos? (...)"

(Montesinos)

Siglos más tarde, en la Revolución Industrial, la encíclica *Rerum Novarum* es la voz que se alza a favor de los obreros y a la vez en defensa de la propiedad.

Empiezan a predominar términos como: usura, socialismo, proletarios, patronos, entre otros, que obligan a la Iglesia a manifestarse abiertamente en contra de la lucha de clases. Le precedieron la *Laborem exercens* y la *Quadragesimo anno* que le daban al conflicto entre las clases un sentido positivo al configurarla como «lucha por la justicia social». Pero es en la *Rerum Novarum* que se introduce con más fuerza el término *caridad*. Es el conjunto de éstas encíclicas lo que origina la DSI que oficialmente “se desarrolló en el siglo XIX cuando **se produce el encuentro entre el evangelio y la sociedad industrial moderna**, sus nuevas estructuras para producción de bienes de consumo, su nueva concepción de la sociedad, del Estado y de la autoridad, sus nuevas formas de trabajo y de propiedad” (Catecismo de la Iglesia Católica, 1997)

Esta actitud ejemplifica la naturaleza de la DSI, que a través de la publicación de sus documentos a lo largo de la historia, persigue una sociedad reconciliada en la justicia y el amor, mediante la tarea de anunciar y denunciar. “La Iglesia no persigue organizar la sociedad, sino formar las conciencias.” (Pontificio Consejo "Justicia y Paz", 2004)

Con respecto a la RSE, Calvo (2006) plantea que ésta no es un elemento nuevo en las modernas economías de mercado, por lo tanto es incorrecto afirmar que es una novedad, pues todas las actividades de una empresa a través del tiempo han estado subordinadas a decisiones de tipo moral fundamentadas en la **ética**, cuyo estudio se remonta a la Antigua Grecia y que intrínsecamente la poseen conductas motivadas por el altruismo, el mecenazgo y en la época pos-industrial los modelos cooperativistas que buscaban equilibrar las consecuencias sociales de la introducción del capitalismo desmedido, junto con aportaciones o donativos económicos o en especie, acto que en el siglo XX se denominó Filantropía². (Phinder, 2010)

Definición de DSI y RSE

La DSI es una enseñanza de la Iglesia que “comprende un cuerpo de doctrina que se articula a medida que la Iglesia interpreta los acontecimientos a lo largo de la historia, a la luz del conjunto de la palabra revelada por Cristo Jesús con la asistencia del Espíritu Santo. Esta enseñanza “resulta tanto más aceptable cuanto más inspira la conducta de los fieles”. Es decir, el ejemplo de vida de los seguidores es la mejor forma de propagación. (Catecismo de la Iglesia Católica, 1997)

Por otro lado, la “RSE ya no se trata de un acto o un modelo de trabajo más solidario como pudiera ser el cooperativismo, sino más bien de un sistema de gestión empresarial que busca:

- Entender el rol social de las empresas
- Identificar a todos los grupos de interés y procurar satisfacerlos en la medida de sus posibilidades bajo un modelo de mejora continua

² “Amor al género humano” (Definición de la Real Academia Española)

- Potencializar beneficios de reputación, productividad, ambiente laboral, relacionamiento y penetración en nuevos mercados y esquemas de trabajo
- Generar el *ganar-ganar* desde su concepción.

Definición de conceptos claves

Para desarrollar el enfoque de este trabajo es necesario establecer conceptos claves, entre los que destacan:

Liderazgo

Existen infinidad de conceptos que definen el liderazgo. No obstante, para el autor, la definición de Covey: “El liderazgo es transmitir a las personas su valía y potencial de un modo tan claro que lleguen a verlas en sí mismas” generándoles la idea de poseer un valor intrínseco, “independientemente de la comparación con los demás, que los hace merecedores de amor incondicional, con independencia de su comportamiento o rendimiento” (Covey, 2004) concilia lo laico con lo espiritual al introducir abiertamente la palabra “amor”.

En el mundo empresarial, pululan líderes que basan su ideología en doctrinas o modelos a seguir que poco han funcionado en beneficio de los grupos de interés en su totalidad.

El líder empresarial se encuentra, por una parte, requerido cada vez más por exigencias de carácter moral y social, y por la otra, confrontado por el rigor a menudo frío e inapelable de la realidad económica. (Hernáiz)

¿Quién se vislumbra como el más grande líder de todos los tiempos para que el ente económico encabezado por líderes mundiales se convierta en un sistema que beneficie a todos los integrantes?

Sería recomendable adoptar el consejo de un místico católico: “Nunca tomes por ejemplo al hombre en lo que hubieres de hacer, por santo que sea, porque te pondrá el demonio delante sus imperfecciones, sino imita a Cristo que es sumamente perfecto [...] y nuncaerrarás” (San Juan de la Cruz)

Jesucristo

Independiente del carácter sagrado de la humanidad de Jesucristo, Él posee una identidad personal misteriosa. En palabras del ángel Gabriel: «será reconocido como Hijo del Altísimo, será llamado Santo, Hijo de Dios» (Lc 1,32. 35). Y en palabras de Simón Pedro: él es «el Mesías, el Hijo del Dios viviente» (Mt 16,16).

Es sensible al hambre, a la sed, al sueño, al cansancio, sufre con la traición de Judas, con las negaciones de Pedro o con el abandono de los discípulos. Llora la muerte de su amigo Lázaro (Jn 11,33-38). Mira con ira (Mc 3,5), dice palabras terribles, incluso a sus amigos (Mt 23; 17,17), y sabe usar el látigo cuando conviene (Jn 2,14-17). Tiene un temor terrible (Jn 12,27; Mc 14,33-34), y llega a sentirse abandonado por el Padre (Mt 27,46). Otras veces está radiante en el gozo del Espíritu (Lc 10,21), mira con amor al joven rico (Mc 10,21), es amigo cariñoso con los suyos (Jn 13,1. 33-35). Pero quizá la misericordia, la compasión más profunda y delicada, sea el sentimiento de Jesús más frecuentemente reflejado en los evangelios: tiene piedad de enfermos y pobres, de niños y pecadores, de la extranjera que tiene una

hija endemoniada (Mc 7,26), de la viuda que perdió su hijo (Lc 7,13), de la muchedumbre hambrienta y sin pastor (Mc8,2; Mt 9,36). Todo esto movido por el Amor del Dios Padre que habita en Él (Jn 14,10) (Rivera & Iraburu, 2003)

Amor

Degenerado hasta el romanticismo o el libertinaje, el amor ha llegado hoy a constituir una cultura radicalmente contraria a la Caridad, que es Dios mismo. (Revista Cristiandad, 2014)

En la época del Feudalismo ya la Iglesia intervino instando a enraizar el concepto del amor-caridad-bien, pues se afirma que el sistema feudal fue un pacto originario de fidelidad y servicio mutuo que reflejaba la *caridad*. Por el cual se acuerda proteger, defender y garantizar la paz, crear las condiciones necesarias para el sustento y crecimiento común. En ese tiempo la Iglesia juega un papel fundamental en el sistema feudal otorgando luz y fortaleza necesaria para creer. Y aún permanece la creencia cristiana por la cual no es concebible proyecto humano alguno sin el consejo y bendición de la Iglesia. (Revista Cristiandad, 2014)

Antagónicamente, en la humanidad también surgen distorsiones a los siguientes conceptos bajo el padrinazgo del neoliberalismo:

“El Racionalismo: único instrumento fiel para la guía del hombre. Se desplaza a Dios por la razón humana, el valor de la fe queda en un segundo plano.

El Progreso: El bienestar en la vida humana se le atribuye solamente al desarrollo tecnológico y es el motor que impulsa el desarrollo del pensamiento.

La Naturaleza: se le ve como un gran organismo que inspira la creación de nuevas empresas. Se le considera una fuente inagotable de satisfactores.

El Individualismo económico: La libre competencia, ley de oferta y demanda y no hay alternativas para el individuo sin poder económico.

El Estado limitado: El Estado no debe inmiscuirse en el desarrollo económico que surge del mercado libre.” (Octavio, 2013)

No obstante, existe un concepto clave que predomina: **Ética**

Elementos para situar el tema

1. El Hombre, la Empresa y sus intereses humanos y económicos.
2. La Doctrina Social de la Iglesia y sus principios, referentes al hombre como partícipe y promotor, pero a la vez el principal beneficiario de todo desarrollo económico a través de las empresas, adoptados por ACE Uniapac

PRINCIPIOS INSPIRADORES: Dignidad de la persona humana, Bien Común, Destino Universal de los Bienes, Solidaridad, Subsidiariedad, Participación			
Líneas de Acción estratégicas centradas en la persona a base de Indicadores de R.S.E.			
Grupos de Interés (Stakeholders)	Líneas de Acción		
	Ética y Transparencia (Necesidades Transaccionales)	Destino de Vida (Necesidades Humanas)	Desarrollo y Oportunidad (Necesidades Materiales)
1. Distribuidores, clientes y consumidores			
2. Accionistas e inversionistas			
3. Personas que integran la empresa y sus familias, sindicatos ⁽¹⁾			
4. Proveedores			
5. Gobiernos			
6. Comunidad-sociedad, incluido Organizaciones Educativas ⁽²⁾			
7. Competencia			
8. Generaciones futuras ⁽³⁾			

24 Áreas de Acción

1. Los sindicatos, que representan a las personas que constituyen las empresas, forman parte de este grupo, como así también, el grupo 6.
2. Este grupo comprende a las comunidades locales involucradas en la actividad de la empresa: incluye las organizaciones educativas, las organizaciones no gubernamentales.
3. Las generaciones futuras, así como la generación actual, representan a las personas preocupadas por la preservación del medio ambiente y todo aquello que pueda sostenerlo.

Figura 1. Gráfico de las Áreas de Acción de la RSE

Nota. De “Líneas de Acción Estratégicas”, por AceUniapac, 2009, folleto La Rentabilidad de los Valores, p.26, Trafficorp 2009

3. Los principios generales de la RSE desde el punto de vista de IRSE

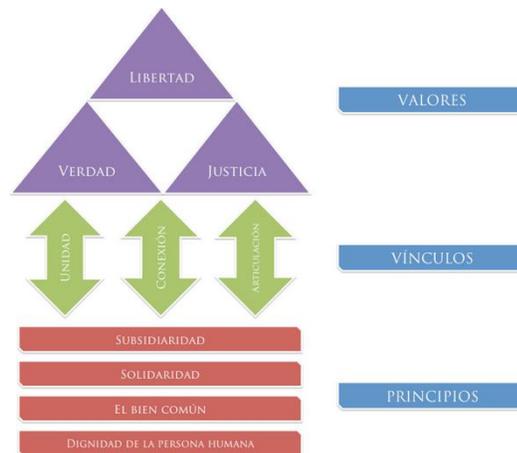


Figura 2. Diagrama de los Valores Básicos de la Responsabilidad Social Empresarial

Nota. De Instituto de Responsabilidad Social Empresarial del Ecuador (IRSE, 2014)

4. La relación entre la DSI y la RSE y sus conceptos claves en lo concerniente a la dignidad de las personas, el bien común, destino universal de los bienes, la participación y la solidaridad.
5. La falta de aplicación de la RSE en empresas del sector restaurantes de Guayaquil
6. La Ética desde el punto de vista de la DSI como elemento principal para desarrollar una propuesta de RSE a las empresas del sector restaurantes en Guayaquil.
7. Una propuesta de RSE aplicada y fundamentada en los principios de la DSI.

Relación de teorías y/o modelos que explican el problema

Desde la óptica sealar, a partir del siglo XX surgieron diferentes teorías que relacionaban la RSE con el deber social de la empresa, sintetizándolas de la siguiente manera:

Autor/Teoría	Concepto	Teoría Ética
Milton Friedman, Escuela de Chicago (1970) Teoría de los Accionistas	“El verdadero deber social de la empresa es obtener las máximas utilidades, produciendo riqueza y trabajo de la manera más eficiente posible”	La Ética de las Intenciones (Kant). No toma en cuenta los efectos individuales. Una acción es moralmente buena cuando se atiene a la conciencia y a la ley
Edward Freeman (1980) Teoría de los Stakeholders	El deber de la empresa es ser <i>vehículo</i> para coordinar los intereses de los stakeholders con derecho a participar de las decisiones de la empresa	La Ética de la Responsabilidad (Weber). Además de las intenciones se toma en cuenta el efecto de las acciones
Pontificio Consejo "Justicia y Paz" Compendio de la Doctrina Social de la Iglesia. Teoría del Bien Común	La empresa debe tener capacidad para servir al bien común en términos económicos, sin descuidar los valores que permitan el desarrollo de las personas implicadas	La Ética del Amor y la Caridad (Magisterio). La legítima búsqueda del beneficio se armoniza con la tutela de la dignidad de las personas. La caridad representa el máximo mandamiento social

Tabla # 1: Teorías contemporáneas sobre Responsabilidad Social Empresarial.

Nota. Elaboración propia a partir de “Las diferentes teorías que sustentan la responsabilidad social de la empresa: estado de situación y prospectiva” por C.Calvo, p.7-10, Red de Universidades Iberoamericanas por la RSE.

En la actualidad, existen varias organizaciones mundiales que mediante acuerdos en cumbres de países, foros internacionales, creación de normas estandarizadas, o implementación de sistemas de gestión anhelan abarcar la RSE.



Figura 3. Dibujo de los 8 Objetivos del Milenio (septiembre del 2000, Nueva York, Cumbre del Milenio)

No obstante, en pleno siglo XXI hay quienes afirman que la RSE no siempre genera beneficios económicos, sembrando así una estela de duda sobre el potencial y los límites del “mercado de la virtud” (Vogel, 2008).

Conclusiones o sugerencias de los estudios

La investigación demuestra que no hay estudios que estén dirigidos a conciliar exclusivamente los conceptos religiosos con los negocios. Lo que sí existen son asociaciones empresariales tanto católicas como laicas que en el objetivo de aplicar la RSE a sus empresas convergen en diferentes conceptos: solidaridad, destino de los bienes, subsidiaridad, valores, moral, ética, entre otros.

La DSI busca “**anunciar y actualizar el Evangelio** en la compleja red de las relaciones sociales” y económicas. (Compendio de la Doctrina Social de la Iglesia, 2005)

Respecto a la RSE, los primeros pasos fueron desplegados por los Estados y la Iglesia Católica, instalando el concepto de trabajador como sujeto de derechos: derecho a un trabajo, a un salario y a un trato justo. Los Estados, a través de la legislación laboral impusieron normas protectoras; y la Iglesia Católica, a través de su Doctrina Social promovió una conciencia ética entre los empresarios. Ambas acciones dieron indicaciones a las empresas acerca de su deber de desarrollar sus actividades de una forma socialmente responsable, principalmente, en su ámbito interno, es decir, en la relación con sus trabajadores. (Baltera, Díaz, & Dussert, 2005)

La RSE no es un concepto nuevo. El empresario antes que líder o dirigente de negocios es humano, pero las corrientes mercantilistas han logrado deformar la esencia del hombre instándolo a aprehender el concepto del “bien individual” para mermar el “bien común” pues el primero busca lo propio, más el segundo busca la justicia por medio de la solidaridad aplicando valores entre los que resalta la ética.

En un encuentro con jóvenes empresarios en el 2007, el Papa reconfirmó una exhortación clave de la DSI: “el beneficio es el primer indicador de la buena marcha

de las empresas” subrayando la necesidad de tutelar la dignidad de las personas que trabajan en ellas. Por otra parte, la actividad laboral debe ser ámbito en el que el ser humano desarrolle sus facultades con toda su capacidad e ingenio personales, para lo cual el empresario es el llamado a crear las condiciones más favorables. (Benedicto XVI)

Finalmente la Iglesia justifica su postura y su injerencia al afirmar: “Nosotros no aceptamos la separación de la economía de lo humano [...] Lo que cuenta para nosotros es el hombre, cada hombre, cada agrupación de hombres, hasta la humanidad entera” (Paulo VI)

La Constitución Ecuatoriana 2008, manifiesta abiertamente los principios comunes aplicados en cada uno de sus capítulos.

Principios Comunes	D.S.I.		R.S.E.			Constitución del Ecuador 2008	Santa Biblia
	Compendio DSI	AceUniapac	Derechos Humanos	Pacto Mundial	I.R.S.E.		
Artículo/Numeral	133	1	1	1	1	11/7	Jn. 13,34/Mt. 7,12
Dignidad del hombre	Una sociedad justa puede ser realizada solamente en el respeto de la dignidad trascendente de la persona humana. En ningún caso puede ser instrumentalizada. No puede estar finalizada a proyectos de carácter económico impuestos ni siquiera en nombre del presunto progreso.	Todo ser humano es único, irreplicable e inteligente, con voluntad libre, sujeto de derechos y deberes, con destino trascendente y dignidad eminente. Es el origen, centro y fin de toda vida social y económica y debe ser considerado en su integridad.	Todos los seres humanos nacen libres e iguales en dignidad y derechos y, dotados como están de razón y conciencia, deben comportarse fraternalmente los unos con los otros.	Las Empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente, dentro de su ámbito de influencia.	Una sociedad justa puede ser realizada solamente en el respeto de la dignidad trascendente de la persona humana. Ésta representa el fin último de la sociedad, que está a ella ordenada.	(Preámbulo) Una sociedad que respeta en todas sus dimensiones la dignidad de las personas y las colectividades. El reconocimiento de los derechos y garantías [...] no excluirá los demás derechos derivados de la dignidad de las personas [...]	"Como yo los he amado, así también ámense los unos a los otros" Regla de Oro: "Todo lo que deseen que los demás hagan por ustedes, háganlo por ellos, pues en esto consiste la Ley y los Profetas"
Artículo/Numeral	164-170	2	29/1	2	2	83/7	Fil. 2,4/1 Cor. 10,24
El Bien Común	No consiste en la simple suma de los bienes particulares de cada sujeto. Se antepone al concepto de "bien colectivo". Tienen derecho a gozar de las condiciones de vida social que resulten de la búsqueda del bien común. El Bien Común final es Jesús.	El bien común supone el bien individual pero lo pone en relación con la sinergia que producen las interrelaciones. Recae también en el Estado, pues es el motivo de la existencia de la autoridad política y quien armoniza los intereses de cada esfera.	Toda persona tiene deberes respecto a la comunidad, puesto que sólo en ella puede desarrollar libre y plenamente su personalidad.	No específico	Es el conjunto de condiciones de la vida social que hacen posible a las asociaciones, y a cada uno de sus miembros, el logro más pleno y más fácil de la propia perfección.	Promover el bien común y anteponer el interés general al interés particular, conforme al buen vivir.	"No busquen sus propios intereses, sino el interés de los demás" "Nadie busque su propio bien, sino el de su prójimo"
Artículo/Numeral	171-181	3	17/1-2			26-278/2	Hech.2,44-45
Destino Universal de los Bienes	Dios ha dado la tierra a todo el género humano para que ella sustente a todos sus habitantes. Es un derecho natural. No significa que la misma cosa sirva y pertenezca a cada uno o a todos, para eso hay ordenamiento jurídico y normativas.	Expresa la dimensión material y común de la existencia social. Están destinados para todos los hombres. La propiedad privada es la manera de realizar la destinación dando preferencia y alivio hacia los pobres.	Toda persona tiene derecho a la propiedad, individual y colectivamente. Nadie será privado arbitrariamente de su propiedad.	No específico	No contempla	El derecho a la propiedad en todas sus formas, con función y responsabilidad social y ambiental. Se hará efectivo con la adopción de políticas públicas, entre otras medidas. Producir, y consumir bienes con responsabilidad social y ambiental.	"Todos los que habían creído vivían unidos; compartían todo cuanto tenían, vendían sus bienes y propiedades y repartían después el dinero entre todos según las necesidades de cada uno"

Tabla #2: Principios Comunes de entes mundiales para la aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial. Fuente: Elaboración propia a partir de (Organización de las Naciones Unidas, 2014) (Iglesia Católica, 2014) (AceUniapac, 2009) (Magisterio de la Iglesia, 1997) (Biblia Latinoamericana, 2005)

Artículo/Numeral	186	4	22		4	367/34	Mt.25,34-40
Subsidiaridad	No se puede quitar a los individuos y darlo a la comunidad lo que ellos pueden realizar con su propio esfuerzo e industria, ni quitarle a la comunidad pequeña para darle a la sociedad mayor. Toda sociedad superior debe apoyar a la menor para su promoción y desarrollo.	Las entidades mayores deben dejar actuar a las menores en lo que les compete, ayudarles a mejorar la producción en caso de enfrentar dificultades.	Toda persona tiene derecho a la seguridad social, y a obtener, mediante el esfuerzo nacional, cooperación internacional y por recursos del estado, la satisfacción de los derechos económicos [...], indispensables a su dignidad y al libre desarrollo de su personalidad.	No específico	Todas las sociedades de "orden superior" deben lograr una actitud de ayuda -por tanto de apoyo, promoción, desarrollo- respecto a las sociedades reconocidas como "menores".	El sistema de la seguridad social se guiará por los principios de subsidiaridad, solidaridad y participación	"Vengan, benditos de mi Padre... en verdad les digo, que todo cuánto hicieron con algunos de los más pequeños, a mí me lo hicieron"
Artículo/Numeral	189	5	20/1-21/1	6		95	Jn. 2,1-12
La Participación	Actividades mediante las cuales el ciudadano participa de la vida social, económica [...] de la comunidad a la que pertenece. Deber que se cumple con vistas al bien común.	Consecuencia de la subsidiaridad expresada mediante actividades de individuos o asociaciones que contribuyen a la vida [...] económica a la que pertenece. Las entidades menores deben aprovechar la ayuda y admitir la suplencia de las entidades mayores en su momento.	Toda persona tiene derecho a la libertad de reunión y de asociación pacíficas. Toda persona tiene derecho a participar en el gobierno de su país, directamente o por medio de representantes libremente escogidos.	Las Empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y ocupación.	No contempla	Los ciudadanos y ciudadanas en forma individual y colectiva participarán de manera protagónica en la toma de decisiones, planificación y control de las instituciones del Estado y de la sociedad.	Las Bodas de Caná: "Hagan todo lo que Él les diga" Bajo la dirección de Jesús, participaron del primer milagro: María, los que servían, el mayordomo, el novio y todos disfrutaron a la vez del buen vino. Así es como se forja una sociedad y se llevan a cabo misiones extraordinarias para beneficio común.
Artículo/Numeral	194-195	6	25/1	2	3	83/9-85/1	Mt. 14-16/15-32
Solidaridad	Este principio implica que los hombres cultiven la conciencia de la deuda que tienen con la sociedad en la cual están inmersos, se salda con un actuar que mantenga abierto el camino de los hombres para futuras generaciones.	Con todos, y en especial hacia los menos favorecidos. No es un sentimiento superficial, sino la determinación de alcanzar el bien común.	Toda persona tiene derecho a un nivel de vida adecuado que le asegure la salud, bienestar, alimentación [...] y servicios sociales necesarios [...]; también en casos de pérdida de sus medios de subsistencia por circunstancias independientes de su voluntad.	(No específico) Las empresas deben asegurarse de que no sean cómplices de la vulneración de los derechos humanos	Es la determinación firme y perseverante de empeñarse por el bien común; es decir, por el bien de todos y cada uno, para que seamos verdaderamente responsables de todos, pretendiendo su igualdad en dignidad y derechos.	Practicar la justicia y la solidaridad en el ejercicio de los derechos y en el disfrute de bienes y servicios. La prestación de bienes y servicios se orientarán al buen vivir y todos los derechos se formularán a partir del principio de solidaridad.	"Siento compasión de esta gente, pues hace tres días que me siguen y no tienen comida y no quiero despedirlos en ayunas porque temo que se desmayen en el camino""No tienen por qué irse, déñles ustedes de comer""Compasión, misericordia y caridad"

Tabla #2: Principios Comunes de entes mundiales para la aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial. Fuente: Elaboración propia (Organización de las Naciones Unidas, 2014) (Iglesia Católica, 2014) (AceUniapac, 2009) (Magisterio de la Iglesia, 1997) (Biblia Latinoamericana, 2005)

Formulación del problema

En Guayaquil las empresas de restaurante consideradas Pequeña y Mediana Empresa (Pyme) no cuentan con una política de RSE que fortalezca su desarrollo a partir de principios bíblicos contenidos en la DSI.

Así como el objetivo humano intrínseco de asociaciones como AceUniapac e IRSE es despertar la conciencia del hombre-líder de negocios a nivel macro-empresarial, es menester involucrar a las pymes con la finalidad que establezcan bases sólidas que garanticen el crecimiento de su empresa, diferenciándose de las demás al implementar una política de RSE basada en principios cristianos.

Un estudio del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) en el 2012 revela que “La mayor parte de los emprendimientos nacientes en Ecuador son negocios que, usualmente, no tienen las características ni la naturaleza para crecer y tener un impacto en el mercado” Además reflejaba que la tasa de emprendimientos ecuatorianos con oportunidades de crecer era la más baja de Latinoamérica. (El Emprendedor, Inc., 2013) Tales informes justifican la importancia de este estudio para garantizar la creación de “empresas altamente productivas, plenamente humanas y socialmente responsables” (AceUniapac, 2014)

Por tal circunstancia se plantea una propuesta de RSE innovadora que surgen de los principios de la DSI aplicado a las Pymes del sector restaurantes en Guayaquil.

¿Por qué se considera a este sector para el estudio?

En agosto del 2011 surge en Guayaquil el restaurante *Carbón Rojeño* (Carbunclos S.A., 2014), empresa que busca posicionarse como pionero en la aplicación de la RSE desde la perspectiva de la Doctrina de la Iglesia, el mismo que actualmente desarrolla su estrategia de crecimiento corporativo en su etapa II (cambio de lugar, imagen corporativa y

marketing), liderado por la autora de este trabajo de investigación desde sus inicios; de ahí el interés en el análisis de este modelo a fin de aplicarlo en el plan de negocios de empresas del servicio de restaurantes.

Metodología

1. Diseño de la investigación

Diseño no experimental: No se manipulan variables de manera deliberada, sólo se observan los fenómenos que se producen en este tipo de negocios en su contexto natural, para lo cual se emplea la observación y la entrevista. Es decir: no se construyen situaciones, simplemente se observa la realidad para luego de analizarla proponer una mejora. (M. Gómez, 2006)

Esta investigación se categoriza como: *Transeccional Correlacional-Causal* (M. Gómez, 2006, pág. 103) por estar delimitada en tiempo, pues se considera la evolución de estos negocios en restaurantes con diez años mínimo de permanencia en Guayaquil. Así mismo, busca la interrelación de las variables descritas.

Hipótesis Causal: Falta de aplicación de la RSE por desconocimiento de la misma.

2. Población y muestra

Por conglomerado: La muestra fue seleccionada luego de una visita a la Feria Internacional de la Gastronomía en Ecuador (Guayaquil Gastronómico, 2013) y se complementó con la selección de aquellos restaurantes con locales en Guayaquil con más números de *likes* según las redes sociales.

UNIDAD DE ANÁLISIS	RACIMOS (posibles)
Restaurantes con mínimo: 10 años de operaciones en Guayaquil	15 Restaurantes entre pequeños y medianos con mínimo 5 empleados entre operativos y administrativos (5 por cada sector de la ciudad: Norte, Centro y Sur) Los de mayor aceptación en las redes sociales según el número de "likes"

Tabla # 3: Técnica del Conglomerado para determinar la población y muestra de empresas de restaurantes en Guayaquil

3. Entorno:

Visita a Feria Gastronómica, a restaurantes de norte, sur y centro de Guayaquil y uso de la tecnología mediante el programa Google Drive para enviar las encuestas vía correo electrónico. El resultado con las respuestas son posteriormente ingresados a *Excel* para la elaboración de los gráficos estadísticos.

Como primer paso se visitó la Feria Gastronómica³, evento en que participaron la Asociación de Chefs de Ecuador⁴, emprendimientos nacientes y otros de trayectoria en el ámbito gastronómico. Se seleccionaron 7 muestras en total de este evento. Se solicitó los correos electrónicos del propietario, gerente o representantes de los restaurantes que participaron. Para enviar las encuestas a la muestra restante, se investigó telefónicamente el nombre y correo de la persona encargada.

³ 28-30 de junio, 2013 en el Centro de Convenciones de Guayaquil Simón Bolívar.

⁴ ACE es una entidad de derecho privado, sin fines de lucro, Creada mediante Acuerdo Ministerial Nro. 01747 del Ministerio de Bienestar Social, tiene el aval del Ministerio de Turismo del Ecuador.

4. *Técnica aplicada*

Investigación de campo: La **encuesta** y la **observación directa**.

Es menester señalar que se omiten los nombres de las empresas encuestadas por dos razones:

- a. Sólo se presenta el carnet de la UEES⁵ como respaldo del encuestador para justificar que la investigación no es de tipo comercial, sino académico y optimizar la confiabilidad de la misma.
- b. Se trata de una investigación cuantitativa, que se centra en investigar el nivel de conocimiento y aplicación de la RSE en pymes de restaurantes, con el objetivo de desarrollar una nueva propuesta de tipo económico-social-espiritual, en la cual se involucran criterios religiosos, tema que sugiere ser manejado con discreción.

5. *Análisis estadístico*

El siguiente informe fue preparado segmentando las preguntas en seis grupos que representan aspectos fundamentales abarcados en los principios de RSE a nivel mundial (Libro Verde de la Comisión Europea, 2009)

1) Dirección y comunicación

Se evidencia que un 41% de las empresas encuestadas no cuenta con un Comité responsable, el 25% sí, y el 33% cree que aunque cuenta con el Comité éste no cumple a cabalidad su función. De ahí que una de las razones sería porque no abarcan todos los grupos de interés como lo demuestra el gráfico N° 2 donde se iguala el porcentaje de las

⁵ Universidad de Especialidades Espiritu Santo

empresas que sí los abarcan y las que no. Ese 17% significa la percepción que se tiene que aunque está implementado, no se cumple con los objetivos propuestos para cada grupo.



Figura 4. Gráfico circular de la existencia de comité formalmente constituido y encargado de la RSE.



Figura 5. Gráfico circular de las políticas de RSE que abarquen a los *stakeholders*

2) Calidad de vida en el trabajo y desarrollo de la persona

La mayoría de las empresas representadas en un 55% cuentan con el programa de salud a medias que significa que no cumple las expectativas del personal y de los grupos de interés, o posiblemente, sea aplicable sólo al personal excluyendo a los demás grupos de interés.

El 58% de las empresas no cuenta con un programa de preparación académica. La minoría en un 16% si, y el 25% está consciente que no se lo aplica cabalmente, es decir, sólo abarca preparación técnica, y en ciertos casos, mediante cursos o talleres referentes al puesto que se desempeña.



Figura 6. Gráfico circular de la implementación de programas de preparación académica para el personal dentro de las empresas.

3) Protección y desarrollo de las familias

El 41% de las empresas no cuenta con un programa para mejorar aspectos familiares que van más de lo material, sin embargo casi un tercio sí, pero el 25% considera que hay

aspectos que profundizar en los programas creados porque no generan los resultados previstos en el personal.



Figura 7. Gráfico circular de programas que mejoran condiciones de vida, tales como: salud, infraestructura de vivienda, fomento de relaciones familiares.

4) Solidaridad y ayuda a la comunidad

La mayoría de las empresas no cuenta con programas para ayuda a grupos vulnerables de los sectores aledaños evidenciados en un 42%, sí los tiene un 25%, y un 33% reconoce que no cumple el programa con los resultados esperados pues no se abarca a todos los potenciales beneficiarios.



Figura 8. Gráfico circular sobre programas de ayuda implementados para asistir a las comunidades cercanas más pobres y necesitadas.

5) Promoción y cuidado al medio ambiente

El 58% de las empresas no cuentan con un programa de concientización del cuidado del medio ambiente, un 34% si lo posee pero no cuentan con instrumentos efectivos de medición de resultados.



Figura 9. Gráfico circular de la existencia de programas para concientizar sobre el uso de los recursos naturales desde la actividad empresarial.

6) Humanización y trascendencia del trabajo

El 50% de las empresas no cuentan con este programa, por lo que las relaciones laborales se ven afectadas con un descenso de la productividad en un clima laboral negativo, la minoría 16% sí cuenta con ello a través de instrumentos de medición de clima laboral, como encuestas que miden el nivel de satisfacción del cliente interno y externo.

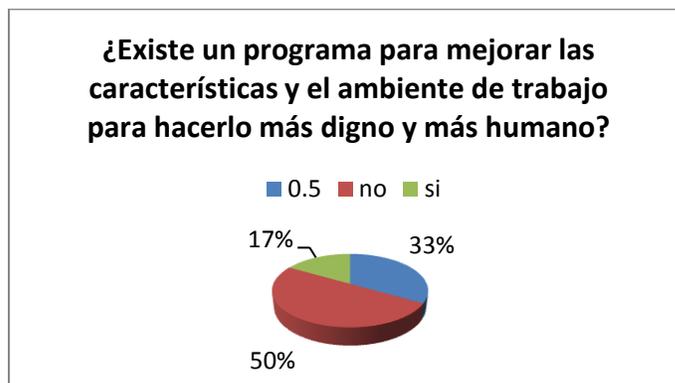


Figura 10. Gráfico circular de la existencia de programas que mejoran el clima laboral.

Discusión (análisis de los resultados)

De lo anterior se evidencia que:

- Se comprueba la exigua importancia al tema de la RSE en cuanto su aplicación, que se demuestra al no existir Comités encargados del desarrollo, implementación y vigilancia en las empresas del sector restaurantes de Guayaquil.
- Los directivos de las empresas encuestadas tienen la percepción de que sus empresas no están cumpliendo con la tendencia actual de crear empresas comprometidas con el entorno a través de la RSE.
- En las empresas no existen una cultura del uso de indicadores de gestión para controlar el desarrollo de los proyectos y actividades relacionadas. De hecho existe desconocimiento en cuanto al significado y la importancia del uso de indicadores de gestión, de donde se desprende que es imprescindible la capacitación al personal en este aspecto.
- Se tiene la clara conciencia que no se está contribuyendo al desarrollo integral de las familias y mucho menos con los grupos más vulnerables de los sectores aledaños a las empresas.
- Se refleja la baja importancia al aspecto humano y laboral, situación que imperativamente debe mejorarse, pues dentro de un motivado entorno laboral se

- debe medir la capacidad de manejar eficientemente las relaciones laborales, comerciales, pero sobre todo: humanas.

Dada las circunstancias se debe implementar los correctivos necesarios, retomando el tema de la RSE con un nuevo enfoque, según lo que plantea el objetivo general de la investigación.

Cuando la empresa acepta que las personas se encuentran en el centro de las actividades, el siguiente paso es reflejarlo en cada una de sus operaciones. Para lo cual la RSE planificada, ejecutada y evaluada como una estrategia integral, contribuye a mejorar la competitividad y sustentabilidad integral de la empresa permitiendo “un mayor acceso a mercados, estimulando el desarrollo de sus colaboradores, favoreciendo la sinergia con otras empresas del ramo y de su cadena productiva y sobretodo, favorece la aceptación por la sociedad y sus consumidores”. (Ace Uniapac)

Para aplicarla a pymes de restaurantes en Guayaquil, cabe cuestionarse qué aspecto intrínseco y relacionado con este sector productivo, debe incorporarse para poder llevar a cabo una eficiente gestión frente a la sociedad, y que se encuentra planteado dentro del objetivo general de este estudio: La implementación de una RSE fundamentada en la Doctrina Social de la Iglesia.

Conclusiones y recomendaciones

El desconocimiento de la RSE en la práctica coloca en desventaja a las Pymes de la industria de alimentos en el sector restaurantes de Guayaquil y a nivel nacional. Si bien es cierto, la aplicación de algunos de los principios y valores es empírica, no garantiza la consecución de óptimos rendimientos en el tiempo. Así como los resultados contables e informes financieros son “la imagen de rayos-X del esqueleto empresarial”, que no siempre reflejan las enfermedades mortales que enfrenta la empresa, pues en ocasiones “una pérdida de posición en el mercado o una falta de innovación no son registradas por las figuras contables hasta cuando el daño es irreparable”. (Drucker, 1999)

Las multinacionales invirtieron millones cuidando la imagen de sus marcas pero mermaban la inversión en las condiciones de producción. Consecuencia de aquello: relaciones laborales deplorables, pobreza y violaciones a los derechos humanos. En estos casos, el compromiso social se convirtió en una falaz estrategia publicitaria. (Werner, Klaus; Weiss, Hans;, 2001)

Por fortuna, “los hombres de nuestro tiempo tienen una conciencia cada vez mayor de la dignidad de la persona humana” (Encíclica Veritatis Splendor, 1996) que conlleva a evaluar el proceder humano desde el ingrediente primordial en toda mixtura de gestiones empresariales: La Ética.

Para la DSI la ética y la moral son conceptos equivalentes que van más allá de la “ética consecuencialista” y otras teorías teleológicas que aplican la mayoría de las

empresas, que enfatizan la conveniencia de obrar éticamente dadas las consecuencias sociales que tal obrar ocasiona, [...]; cuando al contrario, la rentabilidad es solo una de las propiedades de decisiones éticamente correctas (Catholic.net, 2014). “La obra de discernimiento de estas teorías éticas por parte de la Iglesia no se reduce a su denuncia o a su rechazo, sino que trata de guiar con gran amor a todos los fieles en la formación de una conciencia moral que juzgue y lleve a decisiones según verdad” (Juan Pablo II, Encíclica Veritatis Splendor, 1996).

Y es que en el negocio de restaurantes, la ética es directamente aplicable en la elaboración del producto ya que la inobservancia de la misma genera resultados inmediatos, por ejemplo: un menú elaborado con alimentos en mal estado, el uso de productos químicos que realzan artificialmente el sabor de alimentos ocasionando un silencioso daño a la salud, la insalubridad en el área de producción, etc. Por lo cual este tipo de empresas deben estar regidas por las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) que son las normas básicas de gestión de calidad de una empresa alimentaria, pues “su implementación genera ventajas para los empresarios donde se ven beneficiados en términos de reducción de pérdidas de producto por descomposición o alteración producida por diversos contaminantes y a la vez, contribuyen a mejorar el posicionamiento de sus productos, mediante el reconocimiento de su marca relacionada a sus atributos positivos tanto de calidad como de salubridad”. (Crifood)

“Como la actuación de la empresa contemporánea no se puede evaluar sólo en unidades monetarias, sino que debe expresar su valor por medio de la triple dimensión:

económica, social y medio ambiental” (Ace Uniapac), al aplicar las BPM se abarca tales dimensiones:

- ✓ En lo económico: se incurre en menores costos de producción.
- ✓ En lo social: se contribuye a mantener la salud de las personas.
- ✓ En lo ambiental: se toma de la naturaleza lo necesario.

Además de los compromisos externos que se asume con los *stakeholders*, debería asumirse uno en particular que ya se promueve en países como México que combate enfermedades como la diabetes y el sobrepeso (Calvillo, 2013), dándole así un valor agregado a la misión de los restaurantes, que sobrepasa los límites del lucro económico que se persigue con la aplicación de la ética cristiana empresarial

Otra iniciativa radica en no incurrir en publicidad engañosa que atraiga a los niños con ofertas y promociones, en particular como suelen hacerlo las cadenas de comidas rápidas que entre sus productos tienen las bebidas gaseosas, que por estudios comprobados, se sabe que cada botella de 600 mililitros contiene 60 gramos de azúcar, o su equivalente a 12 cucharadas (Calvillo, 2013). La solución es la creatividad y el ingenio con que se reformulen ciertos productos. En este caso sería sencillo recurrir a una cartilla que promocióne además jugos naturales y si además se informa del equivalente en gramos y calorías que contiene dicho alimento, se despierta la conciencia del consumidor respecto a lo que está ingiriendo. No se trata de boicotear negocios mundiales como el de las bebidas gaseosas, sino en ofrecer soluciones que además de beneficiosas son verdaderamente

rentables para una empresa en países latinoamericanos donde la fruta está al alcance de todos.

Una forma ética de manejar eficientemente los recursos, en este mismo ejemplo, es el consumo de la fruta “de temporada” por el cual el costo de la materia prima baja por la oferta. En este caso interviene también una virtud del consumidor: la templanza, la cual lleva a consumir lo que está al alcance, absteniéndose de pagar más por productos que si bien es cierto satisfacen sus deseos, el obtenerlos para el restaurante genera costos más altos (ejemplo: la naranja o la pitahaya fuera de temporada). Por otro lado, la innovación y creatividad del chef para crear diversidad de postres, jugos, etc. que incentive el deseo de consumir la cosecha de temporada.

En otro aspecto de la manipulación de alimentos, se debe evitar la congelación de los mismos por tiempo indefinido. En la investigación de campo se descubrió que alimentos como tortas, humitas, hayacas, tamales y hasta ingredientes con los que se prepara platillos más elaborados son almacenados en congelación sin una fecha establecida de caducidad. El indicador de su alteración suele ser una “prueba” recalentando o descongelando el producto que se realiza al inicio del día en aquel restaurante de hotel categoría cuatro estrellas.

Para no incurrir en estos desaciertos éticos se debe establecer dos estrategias sólidas:

1. La planificación en las compras basada en estadísticas de clientes y su afluencia, observando las normas permitidas de conservación y manipulación de alimentos

que estén vigentes. Para el efecto es necesario haber establecido relaciones con proveedores eficaces.

2. El equipamiento de una planta industrial o semi-industrial (en relación al tamaño del negocio) y el personal requerido para la pronta y eficiente elaboración del producto que se expende diariamente.

Y si aún, se llega a incurrir eventualmente en sobrantes de producción, una excelente opción es colaborar con el Banco de Alimentos⁶, que entre los beneficios a los aportantes están el canalizar los productos que les generan costos de almacenamiento y eliminación y su vez disminuyen el impacto ambiental por eliminación de productos (Ace Uniapac).

Finalmente, es prerrogativa establecer un comité que se encargue de promover constantemente el valor de la ética aplicada mediante la elaboración de indicadores de gestión para cada puesto. El modelo propuesto por Ace Uniapac es el más recomendable, dado que establece 8 pasos, a partir de los cuales se elaborarían los instrumentos de medición de resultados. Estos pasos son: Conocimiento y compromiso, Diagnóstico, Elaboración de un marco normativo, Objetivos y Planeación Estratégica, Implementación, Control, Evaluación y Reconocimiento.

⁶ Creado en 1967 por John Van Hengel. En Ecuador, el Banco de Alimentos tiene por Misión ayudar a reducir el hambre y la desnutrición en la población vulnerable de Guayaquil y sus zonas de influencia, recolectando alimentos aptos para el consumo y distribuyéndolos a través de entidades de acción social debidamente organizadas.

Indiscutiblemente, el servicio al cliente tanto interno como externo⁷ es una actividad continua, y generalmente sujeta a largos entrenamientos y manuales de procedimientos, sin embargo, eso nunca sustituirá a la genuina voluntad de un ser humano dispuesto a servir a los demás con ética, comunión y caridad, características propias de un gran cristiano.

⁷ Congregados en los denominados *grupos de interés o stakeholders*.

Referencias bibliográficas

- XLIV Jornada Mundial de la Paz. (2011). *La Libertad Religiosa, Camino para la Paz*.
- Ace Uniapac. (s.f.). Recuperado el 09 de 04 de 2014, de Ace Uniapac:
<http://www.acde.org.uy/uniapac/uniapacnuestravision.htm>
- Ace Uniapac. (2014). *Uniapac*. Recuperado el 2014, de
<http://www.acde.org.uy/uniapac/uniapacnuestravision.htm>
- Ace Uniapac. (s.f.). *Banco de Alimentos*. Recuperado el 09 de 04 de 2014, de Diakonía:
<http://bancoalimentosgye.org/banco-de-alimentos-ecuador.html>
- AceUniapac. (2009). La Rentabilidad de los Valores. Trafficorp S.A.
- AceUniapac. (2014). *AceUniapac*. Recuperado el 18 de 03 de 2014, de <http://www.ace-uniapac.org/index.php/rse-centrada-en-la-persona/108-noticia-4>
- Actualidad Empresarial. (2013). Califican al Perú como el país más emprendedor a nivel mundial. *Revista Actualidad Empresarial*(280).
- ALTO NIVEL. (2 de junio de 2013). *ALTO NIVEL*. Obtenido de <http://www.altonivel.com.mx/22665-el-como-y-el-para-que-del-gobierno-corporativo.html>
- Alvarez, C. (2013). La Empresa. España.
- América Economía. (2013). *América Economía*. (América Economía) Recuperado el 12 de 06 de 2013, de <http://www.americaeconomia.com/negocios-industrias/arnold-wu-el-genio-de-las-franquicias-gastronomicas>
- APEGA. (2012). *APEGA Sociedad Peruana de Gastronomía*. (APEGA, Editor) Recuperado el 26 de junio de 2013, de Articulación de pequeños productores con los mercados gastronómicos:
<http://apega.pe/contenidos/bidS30/proyectosC3.html>
- APEGA. (2 de junio de 2013). *Articulación de pequeños productores con los mercados gastronómicos*. Obtenido de Sociedad Peruana de Gastronomía:
http://www.apega.pe/descargas/contenido/24_apega_cocina_peruana.pdf
- Aristi Garay, L. (s.f.). *Catholic.net*. Obtenido de
<http://es.catholic.net/empresarioscatolicos/477/1067/articulo.php?id=9465>

- Asociación Peruana de Gastronomía. (2 de Junio de 2013). *APEGA*. Obtenido de <http://apega.pe/contenido/lima-recibira-al-foro-herederos-de-la-cocina-peruana-para-dialogar-sobre-gastronomia-y-nutricionD259/prensa-y-difusionS25/noticiasC4.html>
- Baltera, P., Díaz, E., & Dussert, J. (2005). *Gobierno de Chile*. Recuperado el 2 de 12 de 2013, de Dirección del Trabajo: <http://www.dt.gob.cl/1601/w3-article-88984.html>
- Benedicto XVI. (2007). *Catholic.net*. Recuperado el 11 de 03 de 2014, de <http://www.es.catholic.net/empresarioscatolicos/474/2241/articulo.php?id=31761>
- Benedicto XVI. (29 de junio de 2009). Carta Encíclica Caritas in Veritate. *Caritas in Veritate*. Roma, Vaticano.
- Calvillo, A. (10 de 08 de 2013). *Andina*. Recuperado el 09 de 04 de 2014, de Agencia Peruana de Noticias: <http://www.andina.com.pe/espanol/noticia-empresas-alimentos-y-bebidas-deben-ser-eticos-transmision-publicidad-469898.aspx#.U0W5VVeXrDd>
- Calvo, C. (2004). Obtenido de www.cyta.com.ar/biblioteca/bddoc/bdlibros/334_calvo.pdf
- Calvo, C. (2006). *Red Iberoamericana de Universidades por la RSE*. Recuperado el 11 de 03 de 2014, de <http://redunirse.org/files/09%20-%202006%20-%20Teorias%20que%20sustentan%20la%20RSE%20-%20Cristina%20Calvo.pdf>
- Cámara de Comercio de Guayaquil y Universidad Ecotec. (s.f.). Ecuador ¿País de Emprendedores? (C. Morlás, Ed.)
- Carbunclos S.A. (15 de 03 de 2014). *Carbón Rojeño*.- *Carbunclos S.A.* Obtenido de Facebook: <https://www.facebook.com/pages/CARB%C3%93N-ROJE%C3%91O-CARBUNCLOS-SA/288954724464568?sk=info>
- Catecismo de la Iglesia Católica. (15 de 08 de 1997). *Santa Sede*. Recuperado el 11 de 03 de 2014, de http://www.vatican.va/archive/catechism_sp/index_sp.html
- Catholic.net. (2014). *Catholic.net*. Recuperado el 09 de 04 de 2014, de [web.iese.edu: http://www.es.catholic.net/empresarioscatolicos/436/1220/articulo.php?id=28498](http://www.es.catholic.net/empresarioscatolicos/436/1220/articulo.php?id=28498)
- Católica, Iglesia. (2004). *Santa Sede*. Recuperado el 20 de 03 de 2014, de Compendio de la Doctrina Social de la Iglesia: www.vatican.va/phome_sp.htm
- Compendio de la Doctrina Social de la Iglesia. (2005). *Curia Pontifical del Vaticano*. (L. E. Vaticana, Ed.) Recuperado el 16 de 03 de 2014, de http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/justpeace/documents/rc_pc_justpeace_doc_20060526_compendio-dott-soc_sp.html

- Covey, S. (2004). *El Octavo Hábito*. México: Paidós Mexicana.
- Covey, S. (s.f.). *Gestión*. Recuperado el 9 de 04 de 2014, de <http://www.gestion.com.do/index.php/julio-2010/156-stephen-covey-habitos-y-principios-para-un-entorno-desafiante>
- Crifood. (s.f.). *Alimentos Ecuador*. Recuperado el 09 de 04 de 2014, de http://www.alimentosecuador.com/descargas/bt523dcb09ba209_BPM_Crifood.pdf
- Drucker, P. (1999). La promesa de la responsabilidad. En M. Epstein , & B. Birchard, *La Empresa Honesta* (pág. 24). España: Paidós.
- Ecuador Ama la Vida. (2013). *Ecuador Ama la Vida*. Recuperado el 27 de junio de 2013, de <http://marcapaisecuador.com.ec/marca/>
- El Emprendedor, Inc. (15 de 04 de 2013). *el Emprendedor.ec*. Recuperado el 24 de 03 de 2014, de <http://www.elemprendedor.ec/entrevista-virginia-lasio/>
- El Telégrafo. (julio de 2011). *PP El Verdadero*. Recuperado el 17 de 03 de 2014, de <http://www.ppelverdadero.com.ec/pp-comerciante/item/en-guayaquil-inec-dio-resultados-del-censo.html>
- Friedman, M. (1962). *Capitalism and Freedom*. Chicago: Chicago University Press.
- Núñez, N., García, C., Morillo, M. (Productores), & Garrigó, A. (Dirección). (2013). *La Empresa* [Película].
- Gendron , C. (2000). *Le questionnement éthique et social de l'entreprise dans la littérature*. Quebec, Canadá: Université du Quebec à Montreal.
- Global Entrepreneurship Monitor. (2012). Ecuador: Espae, Graduate School of Management.
- Guayaquil Gastronómico. (2013). *Guayaquil Gastronómico*. Recuperado el junio de 2013, de Feria Internacional de la Gastronomía en Ecuador: <http://www.guayaquilgastronomico.com/index.php/prensa.html>
- Hernáiz, I. (s.f.). *Catholic.net*. Recuperado el 25 de 11 de 2013, de <http://es.catholic.net/empresarioscatolicos/477/1067/articulo.php?id=9486>
- Iglesia Católica. (2014). *La Santa Sede*. Recuperado el 19 de 03 de 2014, de Compendio de la Doctrina Social de la Iglesia: http://www.vatican.va/phome_sp.htm
- Iglesia Católica Apostólica Romana. (2013). Doctrina Social de la Iglesia. *Moral y Economía*. Vaticano.

INEC. (2010).

INEC. (2010). Censo 2010 Nacional Económico. *Establecimientos Economicos*. Ecuador.

Instituto Ecuatoriano de Gobernanza Corporativa IEGC. (2012). *BENEFICIOS DEL BUEN GOBIERNO CORPORATIVO PARA EL PAÍS*. QUITO.

IRSE. (2014). *Instituto de Responsabilidad Social Empresarial del Ecuador*. Obtenido de <http://www.irse-ec.org/fundamentos.html>

Juan Pablo II. (1988). Viaje Apostólico. *Encuentro del Santo Padre Juan Pablo II con el mundo de la cultura y del a empresa en el Seminario "Santo Toribio"*. Lima.

Juan Pablo II. (1991). *Encíclica Centesimus Annus*. Recuperado el 24 de 10 de 2013, de [www.vatican.va/holy_father/john_paul_ii/encyclicals/documents:](http://www.vatican.va/holy_father/john_paul_ii/encyclicals/documents/hf_jp-ii_enc_01051991_centesimus-annus_sp.html)
http://www.vatican.va/holy_father/john_paul_ii/encyclicals/documents/hf_jp-ii_enc_01051991_centesimus-annus_sp.html

Juan Pablo II. (06 de 08 de 1996). *Vaticano*, Librería Editrice Vaticana. Recuperado el 09 de 04 de 2014, de http://www.vatican.va/holy_father/john_paul_ii/encyclicals/documents/hf_jp-ii_enc_06081993_veritatis-splendor_sp.html

Koehn, D. (2013). La Empresa. *Cristianos en la Sociedad*. (G. Producciones, Entrevistador) Youtube <http://www.youtube.com/watch?v=obP26WGjkAg>. Houston.

Libro Verde de la Comisión Europea. (2009). *Gestión-Calidad Consulting*. Recuperado el 24 de 10 de 2013, de <http://www.gestion-calidad.com/rse.html>

M. Gómez, M. (2006). *Introducción a la Metodología de la Investigación Científica*. Editorial Brujas.

Magisterio de la Iglesia. (1997). *Santa Sede*. Recuperado el 19 de 03 de 2014, de Catecismo: http://www.vatican.va/archive/catechism_sp/p3s1c2a3_sp.html#I%20El%20respeto%20de%20la%20persona%20humana

Mateo, S. 2.-3. (s.f.). Biblia Latinoamericana. En *Evangelio según San Mateo* (2005 ed.).

Mercadotecnia Publicidad. (26 de 01 de 2010). Origen y Evolución de la Responsabilidad Social Corporativa. *Merca2.0*. Recuperado el 11 de 03 de 2014, de Mercadotecnia Publicidad: <http://www.merca20.com/origen-y-evolucion-de-la-responsabilidad-social-corporativa/>

Montesinos, F. A. (s.f.). *Jubileo Dominicano*. (J. Pérez, Editor) Recuperado el 1 de 03 de 2014, de <http://jubileo.dominicos.org/2010/guion-reflexion-sermon-de-montesinos>

Octavio, C. (06 de 01 de 2013). *Catholic.net*. Recuperado el 15 de 03 de 2013, de <http://es.catholic.net/empresarioscatolicos/477/1067/articulo.php?id=9465>

- Organización de las Naciones Unidas. (2014). *United Nation Global Compact*. Recuperado el 19 de 03 de 2014, de http://www.unglobalcompact.org/Languages/spanish/Los_Diez_Principios.html
- Organización de Naciones Unidas. (2012). *Naciones Unidas*. Recuperado el 18 de febrero de 2014, de Departamento de Información Pública de las Naciones Unidas: <http://www.un.org/es/documents/udhr/>
- Paulo VI. (s.f.). *Carta Encíclica Populorum Progressio*. Recuperado el 25 de 11 de 2013, de Instituto Social León XIII: http://www.vatican.va/holy_father/benedict_xvi/encyclicals/documents/hf_ben-xvi_enc_20090629_caritas-in-veritate_sp.html
- Phinder, K. G. (26 de 01 de 2010). Origen y evolución de la Responsabilidad Social Corporativa. *Merca2.0*.
- Pontificio Consejo "Justicia y Paz". (04 de 2004). *Compendio de la Doctrina Social de la Iglesia*. Recuperado el 1 de 03 de 2014, de http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/justpeace/documents/rc_pc_justpeace_doc_20060526_compendio-dott-soc_sp.html
- Portes, Revista Mexicana de Estudios sobre la Cuenca del Pacífico. (2010). Análisis de las características de emprendimiento y liderazgo en los países de Asia y Latinoamérica. (H. Moreno, & R. Espíritu, Edits.) *Portes*, 4(8), 101.
- Pueyo , J. (2013). *Catholic.net*. Obtenido de <http://es.catholic.net/empresarioscatolicos/436/1410/articulo.php?id=41209>
- Raga, J. T. (2013). (G. Producciones, Entrevistador) Madrid, España.
- Real Academia Española*. (s.f.). Obtenido de <http://lema.rae.es/drae/>
- Real Academia Española. (s.f.). *Real Academia Española*. Recuperado el 16 de febrero de 2014, de <http://lema.rae.es/drae/>
- Revista Cristiandad. (2014). *Catholic.net*. Recuperado el 11 de 03 de 2014, de <http://www.es.catholic.net/temacontrovertido/330/1744/articulo.php?id=4338>
- Rivera, J., & Iraburu, J. M. (2003). *Síntesis de la Espiritualidad Católica*. Pamplona.
- San Juan de la Cruz. (2014). *San Juan de la Cruz.com*. Recuperado el 08 de 04 de 2014, de <http://www.sanjuandelacruz.com/obras-san-juan-de-la-cruz/dichos-de-amor-y-de-luz/>
- Santa Iglesia Católica. (2005). *Biblia Latinoamericana*. Verbo Divino.

UEES Blackboard. (s.f.). Técnicas de Investigación.

UNIVERSIDAD ECOTEC. (s.f.). Ecuador ¿País de Emprendedores? En C. Morlás (Ed.).

Vega, G. (2013). La Empresa. *Cristianos en la sociedad*. (G. Producciones, Entrevistador) EWTN. Massachusetts.

Vogel, D. (16 de 10 de 2008). *Forbes Magazine*. Recuperado el 24 de 03 de 2014, de Forbes:
http://www.forbes.com/2008/10/16/csr-doesnt-pay-lead-corprespns08-cx_dv_1016vogel.html

Werner, Klaus; Weiss, Hans;. (2001). *El Libro Negro de las Marcas* (Tercera Edición ed.). Alemania: Editorial Sudamericana.