



Acción Social Empresarial

75 años al servicio
del empresariado
cristiano en España
(1951-2026)



La confianza intrapersonal frente a la tecnología.....	62
Conclusión: El llamado a ser profetas de esperanza en la era digital.....	62
Bibliografía.....	64
CAPÍTULO III. ÉTICA EN LA EMPRESA, PERSONA Y LIBERTAD INDIVIDUAL.....	65
Carlos Jiménez Muñoz	
La persona, sustrato de la ética en la empresa.....	65
La libertad individual, impulso del comportamiento ético en la empresa....	69
Conclusión: Ideas fuerza	76
Bibliografía.....	76
CAPÍTULO IV. EL CONSILIARIO Y EL ACOMPAÑAMIENTO ESPIRITUAL EN ASE.....	77
Fr. Benjamín Echeverría Martínez, OFMCap	
El Consiliario y su labor de acompañamiento	78
Centralidad de la Palabra de Dios	81
Momento de oración en el foro.....	83
Referencias a la Doctrina Social de la Iglesia.....	84
Un texto (2 Pe 1, 5-8.10-11)	87
Conclusión	89
Bibliografía.....	90
CAPÍTULO V. EMPRESA CON ALMA: RENOVAR LA GESTIÓN DESDE LA FE	91
Gonzalo Wandosell y Fernández de Bobadilla	
Introducción: faro de futuro.....	91
¿Por qué la dignidad humana debe ser el centro de la empresa?.....	92
¿Cómo sirve la empresa al bien común y a la justicia social?	93
¿Qué significa tomar decisiones empresariales con conciencia moral?	94
¿Cómo se integra la Doctrina Social de la Iglesia en la Responsabilidad Social Corporativa (RSC)?.....	95
¿Cómo se promueve la cultura empresarial desde la fe y el servicio?	96
Conclusión: Liderazgo con propósito	97
Bibliografía.....	98
CAPÍTULO VI. LOS RETOS Y APORTACIONES DE LA DOCTRINA SOCIAL DE LA IGLESIA DESDE EL PONTIFICADO DE SAN JUAN PABLO II	99
Carmen Fdez. de la Cigüña Cantero	
Introducción.....	99
Globalización económica. Y con ella la desigualdad Norte y Sur y la deuda permanente de los países en vías de desarrollo.	102
Las migraciones masivas	104
Individualismo y pérdida del sentido de bien común	106
La cuestión ecológica	107

CAPÍTULO V

EMPRESA CON ALMA: RENOVAR LA GESTIÓN DESDE LA FE

Gonzalo Wandosell y Fernández de Bobadilla

*Decano de la Facultad de Economía y Empresa de la UCAM
Miembro del Consejo de Dirección de ASE (2015-2022)*

Introducción: faro de futuro

El 75º aniversario de Acción Social Empresarial (ASE), asociación de empresarios y directivos cristianos fundada en 1951 para promover la Doctrina Social de la Iglesia en el mundo empresarial, es un faro de esperanza, cuya luz renovada ilumina nuestro tiempo.

Como la luz de un faro que no compite con la oscuridad, sino que la convierte en guía y confianza para quienes navegan en la noche, la empresa inspirada en los valores católicos que impulsa ASE no solo genera riqueza: también alumbra la dignidad humana, defiende el bien común y anticipa la responsabilidad moral que nuestra sociedad necesita.

La Universidad Católica San Antonio de Murcia (UCAM), formadora de líderes íntegros, comprometidos y con visión trascendente —y en especial la Facultad de Economía y Empresa que tengo el honor de dirigir— se sumó hace varios años, como un actor especial, a ese esfuerzo. Somos plataforma de formación para empresarios y directivos, actuales y futuros, capaces de elevar la economía desde la fe, la excelencia académica y el compromiso humano.

La misión es clara: repensar y redefinir la actividad empresarial desde una perspectiva integral, donde cada organización sea reconocida como

comunidad de personas al servicio de la solidaridad y el compromiso. Solo así alcanzará su verdadera grandeza, inspirada en las enseñanzas de San Juan Pablo II en *Centesimus Annus*, y orientada hacia la dignidad, el bienestar común y la justicia social.

El camino es ambicioso, pero también luminoso y lleno de propósito. Una empresa guiada por la fe no es solo un agente económico: es un motor de transformación auténtica, capaz de construir una sociedad más justa y esperanzadora.

Con ese espíritu nace este artículo: como una invitación a reflexionar sobre el papel de la empresa en una sociedad que clama por sentido, responsabilidad y humanidad.

A lo largo de sus páginas buscaré responder a cinco cuestiones esenciales:

- ¿Por qué la dignidad humana debe ser el centro de la empresa?
- ¿Cómo sirve la empresa al bien común y a la justicia social?
- ¿Qué implica tomar decisiones empresariales guiadas por la conciencia moral?
- ¿De qué modo se integra la Doctrina Social de la Iglesia en la RSC?
- ¿Cómo promover una cultura empresarial fundamentada en la fe y el servicio?

¿Por qué la dignidad humana debe ser el centro de la empresa?

La dignidad humana debe ser, sin duda, el pilar inquebrantable de toda gestión empresarial, porque sin dignidad no existe verdadera humanidad.

El trabajador no es un engranaje funcional, sino un sujeto de derechos, un ser con valor intrínseco. El trabajo no es una mercancía; es una manifestación de la dignidad humana, y quien lo ejerce no puede ser considerado un recurso prescindible, sino un protagonista de la vida empresarial.

En *Laborem Exercens*, San Juan Pablo II recuerda que el trabajo permite al hombre no solo obtener sustento, sino realizarse plenamente. Su ejercicio se convierte en un vehículo de autorrealización, donde se despliegan el talento, la creatividad y la dignidad inherente de cada persona.

Este principio no es abstracto: es profundamente doctrinal. Dios imprimió en el hombre su imagen y semejanza, otorgándole una dignidad incomparable. La gestión empresarial que ignore este principio esencial falla en su responsabilidad moral más fundamental.

Cuando una empresa garantiza salarios dignos, fomenta la formación continua y ofrece flexibilidad laboral, reconoce a sus trabajadores como protagonistas. Esa apuesta por la humanidad no solo eleva su bienestar,

sino que fortalece la lealtad, la creatividad y el compromiso, creando organizaciones más sólidas y humanas.

La encíclica *Caritas in Veritate*, de Benedicto XVI, subraya que la responsabilidad social de la empresa no es un mero instrumento técnico o estratégico, sino un imperativo ético, fundado en la justicia y la caridad, que promueve el desarrollo humano integral de todos los involucrados.

Una empresa guiada por los principios y valores de la Iglesia debe promover el bien común con transparencia y rectitud, porque, como afirma el Papa Francisco en *Fratelli Tutti*, la caridad social constituye la forma más elevada de la caridad. Practicarla convierte a las empresas en agentes auténticos de transformación y liderazgo ético.

Estas organizaciones generan un clima de colaboración, solidaridad y cuidado mutuo, donde el trabajo deja de ser solo un medio de subsistencia para convertirse en un camino hacia la realización personal de cada ser humano, cumpliendo con la responsabilidad moral de reconocer y promover la dignidad en todas las prácticas empresariales.

Toda empresa que coloque la dignidad humana en el centro de su estrategia, y oriente sus decisiones hacia su respeto y promoción, no solo creará valor económico, sino que también fortalecerá el clima laboral, la retención del talento, la productividad, y la construcción de comunidad y humanidad en su entorno.

¿Cómo sirve la empresa al bien común y a la justicia social?

El verdadero valor en el tiempo de una empresa se mide por su capacidad para generar un impacto positivo y duradero en la sociedad.

Su misión no puede desvincularse de su responsabilidad hacia la comunidad en la que opera. Servir al bien común y a la justicia social no es un añadido opcional: es el núcleo de una visión empresarial ética, sostenible y humana.

Al asumir ese compromiso, la empresa se convierte en un actor esencial para la construcción de un futuro más justo, inclusivo y solidario.

La Doctrina Social de la Iglesia recuerda que la empresa debe ser, ante todo, una comunidad de personas orientada al servicio del bien común, y no un agente aislado que actúa al margen de las necesidades sociales.

En *Caritas in Veritate*, Benedicto XVI afirma que la Responsabilidad Social Corporativa se fundamenta en la justicia y la caridad. Por ello, las decisiones empresariales deben integrar una visión ética que considere el bienestar de los trabajadores, sus familias, las comunidades y las generaciones futuras.

Desde esa perspectiva, una empresa comprometida con el bien común es aquella que incorpora la solidaridad en su estrategia, entendiendo su papel no solo como generadora de riqueza, sino también como promotora de cohesión y justicia social.

Las acciones dirigidas a colaborar con organizaciones locales que fomenten la formación e integración de personas en situación de vulnerabilidad no son meros actos de filantropía: son inversiones estratégicas en capital humano y social. Su impacto trasciende lo inmediato, fortaleciendo la comunidad, creando oportunidades de desarrollo y reforzando la legitimidad y la reputación corporativa.

La Doctrina Social de la Iglesia enseña que la empresa debe concebirse como una comunidad de vida, con una misión social fundada en dos principios esenciales: solidaridad y subsidiariedad. La solidaridad implica un compromiso decidido de apoyo y acompañamiento hacia quienes se encuentran en situación de mayor fragilidad. La subsidiariedad exhorta a colaborar sin sustituir, promoviendo la corresponsabilidad y el protagonismo de todos los actores sociales.

Esa enseñanza demanda actuar más allá de un ideal abstracto.

Los directivos y empresarios católicos están comprometidos a transformar la sociedad mediante el diseño y la promoción de estructuras organizativas inclusivas y participativas. El talento y la creatividad de cada persona se ponen al servicio de la promoción del bien común y la justicia social, generando un impacto real, duradero y ético en la comunidad.

¿Qué significa tomar decisiones empresariales con conciencia moral?

En un mundo marcado por la rapidez, la presión y lo inmediato, la conciencia moral actúa como una brújula que guía hacia la integridad, la justicia y la dignidad humana.

Tomar decisiones con conciencia moral significa asumir que la empresa tiene un papel central en la construcción de una sociedad inclusiva y sostenible. Reconocer que la ética no es un límite externo convierte a la empresa en un motor real de transformación social, capaz de generar simultáneamente riqueza económica y dignidad humana.

Esas decisiones orientan las políticas y estrategias de la empresa al servicio de la persona humana. No son un lujo opcional; son la condición indispensable para convertirse en un agente de desarrollo integral humano y social.

Aplicar la conciencia moral implica implementar políticas éticas de transparencia, responsabilidad y participación. La empresa construye

confianza y legitimidad cuando comunica con claridad la razón última de su existencia, escucha activamente a todos los actores sociales, y fomenta espacios de corresponsabilidad.

Además de fortalecer la lealtad de sus grupos de interés, esas decisiones consolidan un liderazgo basado en coherencia e integridad, capaz de inspirar confianza y respeto.

San Agustín señala en *La Ciudad de Dios* que el ser humano puede vivir «según la mentira» de sus propios intereses o «según la verdad» de Dios. Esa distinción es profundamente actual. Una empresa que actúa según la verdad se rige por principios éticos claros, respeta la dignidad humana y orienta su estrategia al bien común. Una empresa que se guía únicamente por la mentira corre el riesgo de perder credibilidad y generar desconfianza social.

El liderazgo empresarial con conciencia moral ilumina cuando demuestra un compromiso real con la sociedad, y cuando se mide por su capacidad de generar confianza, esperanza y desarrollo justo.

Cada decisión ética refuerza su legitimidad y proyecta la empresa como un referente de integridad y responsabilidad social, capaz de transformar positivamente su entorno y contribuir a una sociedad más humana.

¿Cómo se integra la Doctrina Social de la Iglesia en la Responsabilidad Social Corporativa (RSC)?

La RSC de una empresa u organización se presenta como una herramienta esencial para gestionar la actividad económica con criterios éticos, sociales y ambientales, y encuentra en la Doctrina Social de la Iglesia un fundamento sólido y humanizador. A la luz de la enseñanza de la Iglesia, la RSC adquiere un significado renovado y profundo.

En *Caritas in Veritate*, Benedicto XVI afirma que la empresa está llamada a integrar la generosidad, la sostenibilidad, la solidaridad y el respeto por la dignidad humana en todas sus operaciones. Debe mostrar interés por reducir los impactos negativos de su actividad empresarial, gestionar responsablemente los recursos a su disposición, y participar activamente en los proyectos comunitarios de su entorno.

La dirección y los grupos de interés de la empresa deben armonizarse en una visión de corresponsabilidad. Así, su actividad no solo genera beneficios sociales y ambientales, sino que también fortalece la competitividad y la reputación empresarial, demostrando que la ética es también un motor de innovación y sostenibilidad.

La RSC se convierte, por tanto, en un espacio donde la libertad empresarial se ejerce con responsabilidad, y evita los riesgos de un ejercicio desmedido del poder económico. La caridad, entendida como «amor recibido y ofrecido», se articula en ella con la justicia, como señala Benedicto XVI en *Caritas in Veritate*, convirtiéndose en la forma más genuina de acción social.

Las empresas no solo están llamadas a cumplir estándares de sostenibilidad o gobernanza, sino a convertirse en verdaderas generadoras de inclusión, respeto y colaboración, principios rectores de toda actividad económica ética.

Una empresa que integra la Doctrina Social de la Iglesia en su RSC trasciende. A través de sus acciones y de su capacidad para inspirar confianza, construye comunidad y proyecta esperanza hacia las futuras generaciones, dejando una huella duradera en la sociedad, creando valor social, y fortaleciendo su legitimidad ética y corporativa.

¿Cómo se promueve la cultura empresarial desde la fe y el servicio?

La verdadera fortaleza de una empresa u organización radica en la cultura empresarial que la sostiene. Es su alma: el conjunto de valores, creencias y comportamientos que guían cada decisión y cada relación.

Esa afirmación cobra especial fuerza cuando se entiende que el alma empresarial se nutre de la fe como inspiración, y del servicio como práctica. En ese contexto, la empresa se convierte en un verdadero motor de fraternidad, solidaridad y esperanza.

Promover la cultura empresarial desde la fe y el servicio significa construir organizaciones que siembran humanidad, trascienden lo inmediato y temporal, y se convierten en auténticos agentes de transformación social.

Cuando la cultura empresarial se orienta al respeto y a la promoción de la dignidad humana, adquiere una dimensión profunda y transformadora, capaz de generar confianza, cohesión y sentido de propósito.

La persona se sitúa entonces en el centro, y la organización dirige sus acciones hacia la dignidad, la justicia y el bien común, tal como señala Juan Pablo II en *Centesimus Annus*.

La empresa aplica políticas concretas de respeto mutuo, colaboración auténtica, participación de los empleados y compromiso con las comunidades en las que opera. Justicia social y caridad concreta: dos formas de vivir la fraternidad y poner en práctica el Evangelio, según indica el Papa Francisco en *Fratelli Tutti*.

Fomentar espacios de diálogo, celebrar los logros colectivos, involucrarse en proyectos sociales, atender al otro más allá de la conveniencia, y reconocer cada relación laboral como un encuentro humano, genera un círculo virtuoso de lealtad, motivación y sostenibilidad, reforzando la identidad corporativa y su impacto en la sociedad.

Una cultura empresarial basada en la fe y el servicio no se reduce a obligaciones contractuales, códigos éticos o listados de valores.

Es un estilo de vida organizacional, que inspira a líderes y colaboradores a actuar con coherencia, a integrar la justicia social en la estrategia y a entender el éxito como contribución real al desarrollo humano.

Conclusión: Liderazgo con propósito

Toda empresa u organización es un espacio donde se define el futuro de las personas y de la sociedad.

Desde esa convicción de fe, la Doctrina Social de la Iglesia nos invita a repensar el sentido profundo de la actividad empresarial, situando la dignidad humana en el corazón de cada decisión estratégica.

La persona no es un medio ni un recurso más: debe ser el fin último de toda actividad empresarial. Ese principio no es opcional ni abstracto; es la base ética sobre la que se construye una empresa verdaderamente humana y sostenible.

Ese reconocimiento transforma las relaciones laborales, la gestión del talento y la visión estratégica, orientándolas al bien común y a la justicia social.

El desafío es mayúsculo: se trata de construir con solidez estructuras que promuevan inclusión, solidaridad y corresponsabilidad, donde cada trabajador se sienta valorado, cada relación laboral sea un espacio de respeto y aprendizaje, y cada decisión estratégica sirva al interés de todos.

Una empresa que actúa así no solo genera valor económico, sino valor social. Fortalece la cohesión grupal, la confianza comunitaria y la esperanza colectiva, convirtiéndose en un verdadero agente de cambio.

Toda empresa gestionada por empresarios y directivos que actúan desde la fe católica se convierte en un faro potente: una luz que no solo resiste la oscuridad empresarial, sino que la transforma y revitaliza, impregnándola de generosidad, para trascender lo puramente económico; de esperanza, para construir un futuro con alma y verdad; y de gratitud, por el privilegio de liderar y compartir de manera diferente.

Esa luz orienta a la empresa hacia una actuación responsable, ética y sostenible, proyectando valores que trascienden generaciones.

Este artículo pretende ser una convocatoria. Una invitación a revitalizar la mirada empresarial desde la fe, para que cada empresa se convierta en un faro que ilumine dignidad, decida con verdad, actúe con fraternidad y contribuya al bien común; creando un impacto tangible y duradero en la sociedad.

Reflexionar sobre el papel de nuestra gestión empresarial es un compromiso de largo plazo. Todos los empresarios y directivos de ASE, y los profesores y alumnos, presentes y futuros, de la UCAM, debemos trabajar durante los próximos setenta y cinco años, o más, edificando esa realidad de luz posible y necesaria.

Cada acción ética, cada decisión guiada por la conciencia moral, y cada proyecto orientado al bien común, refuerza la confianza social, la legitimidad corporativa y la esperanza de un mundo más justo.

Como señala Benedicto XVI en *Caritas in Veritate*, la caridad en la verdad es la fuerza que impulsa el desarrollo auténtico de cada persona y de toda la humanidad.

Esa caridad exige valentía y constancia: no se trata solo de cumplir normas o estrategias, sino de transformar la empresa en un actor que inspire confianza, fomente fraternidad y genere oportunidades para todos, dejando una huella indeleble en la sociedad y en el corazón de quienes participan en su actividad.

En ese sentido, cada empresa u organización que se guíe por la fe, la ética y el servicio se convierte en un modelo de liderazgo integral, donde el éxito no se mide únicamente por resultados económicos, sino por la capacidad de construir comunidad, promover justicia y enriquecer la vida de las personas, asegurando un futuro más humano, responsable y esperanzador.

Bibliografía

- AGUSTÍN DE HIPONA. (2007). *La Ciudad de Dios*. Madrid: Biblioteca de Autores Cristianos.
- BENEDICTO XVI. (2009). *Caritas in Veritate*. Ciudad del Vaticano: Librería Editrice Vaticana.
- FRANCISCO. (2020). *Fratelli Tutti. Sobre la fraternidad y la amistad social*. Encíclica. Ciudad del Vaticano: Librería Editrice Vaticana.
- JUAN PABLO II. (1981). *Laborem Exercens*. Ciudad del Vaticano: Librería Editrice Vaticana.
- . (1991). *Centesimus Annus*. Ciudad del Vaticano: Librería Editrice Vaticana.