

MARCO ÉTICO

DEL EMPRESARIADO CHILENO



MARCO ÉTICO DEL EMPRESARIADO CHILENO

D

Desde su fundación en 1935, la Confederación de la Producción y del Comercio y todas las Ramas que la integran, es decir, la Sociedad Nacional de Agricultura; la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo; la Sociedad Nacional de Minería; la Sociedad de Fomento Fabril; la Cámara Chilena de la Construcción; y la Asociación de Bancos e Instituciones Financieras, hemos tenido como uno de nuestros objetivos principales, la promoción y difusión de los principios éticos sobre los cuales la empresa privada debe desarrollar su acción.

Para la CPC y sus Ramas, los principios éticos iluminan las circunstancias históricas y sociales, pues orientan hacia el bien en el tiempo. El empresario, como todos los actores de la sociedad, tiene un deber hacia sí mismo y hacia quienes lo rodean. Vale decir, responde por sus actos, ya que éstos afectan a la comunidad entera.

La empresa en la actualidad ha de ser el motor de la actividad económica, el crecimiento y el desarrollo de las naciones. Ello implica la obligación de resguardar en su desempeño, no sólo la eficiencia debida en el uso de los recursos productivos que se han colocado bajo su gestión, sino además, ejercer dicha tarea en un contexto de valores superiores, con una visión de largo plazo y una mirada de sustentabilidad humana. Este enfoque conlleva un emprendimiento ético, que equivale a una manera de hacer empresa que se caracteriza por una actitud basada en el respeto a la dignidad de la persona y en la búsqueda de su desarrollo integral.


A través de este proceder, se logra el círculo virtuoso empresa-sociedad, que se fundamenta en la vocación empresarial de crear valor compartido, el cual se obtiene mediante prácticas que aumentan la competitividad de la empresa, junto con mejorar las condiciones personales, sociales y económicas de quienes se relacionan con ella, aportando así al bien común. Esto requiere de líderes que desarrollen nuevas formas de conocimiento y empatía con las necesidades y desafíos de la sociedad.

Quienes conducen las empresas deben buscar el encuentro entre la mirada de la eficiencia y la del bien común, conociendo en profundidad ambos mundos, para lograr empresas sustentables. En la toma de decisiones, ellos han de tener presente que los resultados deben ser buenos no sólo para la organización y sus colaboradores, sino que de igual forma para la sociedad.

Las empresas, entonces, han de gestar un hábitat ético en su organización, que promueva el bien común, el cual permite la plenitud y la perfección de las personas, es decir, la felicidad.

Respecto al rol de las Asociaciones Gremiales, éstas forman parte de la sociedad, cumpliendo una tarea importante y legítima dentro del sistema de economía social de mercado, al promover el desarrollo de las actividades, representar los intereses comunes de sus miembros, y fomentar la toma de conciencia de las nuevas responsabilidades que la comunidad y el entorno globalizado demandan de sus asociados. Su actuar debe fundamentarse en sólidos principios éticos, la integración de valores y un liderazgo basado en la honestidad, la responsabilidad y la confiabilidad, promoviendo una competencia libre, leal y transparente dentro de los mercados.





La CPC y sus Ramas
hemos tenido como
uno de nuestros
objetivos principales la
promoción y difusión de
los principios éticos

FUNDAMENTOS DEL QUEHACER EMPRESARIAL

La Perfección del Hombre y el Bien Común

Es el principal fin de la actividad empresarial, unido a la provisión de bienes y servicios que son demandados por la sociedad. La empresa debe promover un mutuo beneficio entre aquellos con quienes se relaciona directa e indirectamente: colaboradores, consumidores, proveedores, competidores, asociados, Estado y la comunidad social en que está inserta. Todo ello como fruto de la eficiencia en la tarea de asignar los recursos con que ella cuenta. La creación de oportunidades que permitan el mejoramiento de los ingresos de los trabajadores, de sus condiciones laborales y de desarrollo personal, además del perfeccionamiento social y humano de todos quienes están relacionados con la empresa, constituyen igualmente aspectos sustanciales de su misión.

Vocación de Servicio

La empresa es una organización humana que sirve al hombre y a la sociedad a través de la producción eficaz, honesta y eficiente de bienes y servicios. Esta eficiencia redundará también en una mayor y mejor oferta de trabajo, lo que contribuye a la dignidad del hombre y al bien de la sociedad.

Libertad, Derecho a la Propiedad Privada y Responsabilidad

La actividad empresarial se asienta en la libertad individual de empresarios y trabajadores, requisito básico para el despliegue de la creatividad y el espíritu emprendedor. La libertad personal no es practicable ni efectiva en el ámbito económico-empresarial sin el respeto del derecho de propiedad privada, tanto en su dimensión de posesión como de acceso. Éste asegura que las personas dispongan de medios para concretar sus proyectos y reciban los legítimos beneficios que su trabajo les reporta.

La libertad y el derecho a la propiedad privada se legitiman socialmente mediante su ejercicio responsable. Tal responsabilidad constituye la justa contraparte de estos derechos y trasciende los límites de las disposiciones jurídicas o legales, pues implica un compromiso personal por parte de los actores de la empresa.

Economía Social de Mercado

Es el sistema que permite que el individuo potencie en plenitud su naturaleza fundada en la libertad y en cuyo contexto se desarrolla la capacidad de emprendimiento. En la esencia de la economía social de mercado está la libre competencia. A través de ella, el empresario está obligado a competir con sus pares, sometiendo los bienes y servicios que produce al veredicto de los consumidores reunidos en el mercado. Esa libre competencia es la base de la legitimidad del sistema, y es lo que le permite lograr una eficiencia óptima en el uso de los recursos productivos escasos, acrecentando el bienestar de la sociedad como un todo. El gran desafío de la empresa es alcanzar su legitimidad ética, que es la que le permite generar su auténtico prestigio y le da, además, un sentido de sustentabilidad en el tiempo, muy propio de una sociedad que desea proyectarse en prosperidad hacia el futuro. Esta legitimidad ética se afirma y consolida cuando la empresa se somete sin reservas y con transparencia, a la competencia a la que la economía social de mercado la convoca.



BUENAS PRÁCTICAS EMPRESARIALES

Comportamiento ético

El actuar de quienes conducen las empresas ha de basarse en aquellos valores fundamentales que permiten el desarrollo sustentable, como son la honestidad, justicia, solidaridad, prudencia, responsabilidad, fortaleza y humildad. Para ello, es necesario que cada empresa identifique sus principios esenciales, los difunda, forme en ellos a sus públicos de interés y supervise su cumplimiento.

Confianza

Es el resultado de una actuación caracterizada por la coherencia con los valores enunciados y la lealtad a éstos sostenida en el tiempo, que permite esperar ciertas respuestas de los demás y depositar en ellos responsabilidades.

A medida que el empresario logra ir fortaleciendo los lazos de confianza con las personas con que se relaciona, los valores y el lenguaje compartidos llevan a hacer cada vez más predecibles, seguras y confiables las conductas propias y de los demás. Esto trae como consecuencia la creación de un capital social que facilita la colaboración y resolución de problemas al interior de la empresa y de ésta con la sociedad.

El fortalecimiento de los vínculos humanos, la capacidad de integración social y la voluntad de diálogo que son propias de la confianza, tienen una importancia crítica para la vida económica de una nación, permitiéndole explotar en todo su potencial sus oportunidades.

Transparencia

La permanencia y éxito de la economía social de mercado requiere conductas transparentes, que hagan posible y acrecienten en el tiempo la credibilidad y legitimidad de dicho sistema.

Es importante que la empresa dé a conocer en forma clara, precisa, objetiva y completa la información sobre las políticas, decisiones y actividades de las que es responsable y que impactan positiva o negativamente a cualquier actor de la sociedad o al medioambiente. La entrega de antecedentes debiera ser oportuna y accesible, excluyendo la información protegida por ley y la información privilegiada.

Un mayor nivel de transparencia y un menor índice de corrupción traen consigo un círculo virtuoso de crecimiento económico, que fomenta el desarrollo del país y el mayor bienestar de las personas.

Rendición de cuentas

Dentro de las tareas de la empresa está la de rendir cuentas por los impactos que tienen sus decisiones y actividades en las personas, la sociedad, la economía y el medioambiente, especialmente en caso de que las consecuencias sean negativas. Prevenir, asumir responsabilidades y reparar daños son acciones necesarias para cumplir correctamente con esta práctica.

Respeto a los grupos de interés

Los públicos de interés son todos aquellos actores sociales con los cuales la empresa se relaciona, tales como socios comerciales, proveedores, trabajadores, consumidores, otras empresas o competidores, comunidad, organizaciones de la sociedad civil, reparticiones estatales. La empresa debe identificarlos, reconocer y respetar sus derechos, y considerar sus legítimos intereses a la hora de tomar decisiones que los afecten o involucren. Más aun, ha de construir con ellos redes y miradas en común.

Cumplimiento de la legislación

En un Estado de derecho, ni la empresa ni los individuos están por encima de la ley y, por lo tanto, el respeto al principio de la legalidad es obligatorio. Por ello, la empresa es responsable de conocer, cumplir y revisar periódicamente la legislación vigente, sin perjuicio de proponer su derogación o reforma cuando se estime injusta o inconveniente.





EL EMPRESARIO Y SU RELACIÓN CON LOS DISTINTOS GRUPOS DE LA SOCIEDAD

El buen actuar empresarial se vive a través de los vínculos que se establecen con quienes se relaciona la empresa en el ejercicio de su función. El objetivo es crear valor económico en el contexto de la creación de valor social, lo que implica la presencia de políticas y prácticas que estimulan la competitividad de una compañía, y simultáneamente, el avance social y de las condiciones económicas en las comunidades en las cuales opera.

Colaboradores

Las personas constituyen el pilar fundamental dentro de la empresa, y como tal, corresponde que sean partícipes del proyecto común. El respeto de la legislación laboral y previsional sólo constituye un mínimo ético-legal, a partir del cual debiera estructurarse una serie de deberes y obligaciones de quienes conducen la empresa para con los trabajadores. Estos deben recibir una remuneración justa, oportuna y conforme al efectivo aporte que realizan, así como un trato digno y no discrecional. Asimismo, es importante velar para que tengan una real posibilidad de perfeccionamiento y crecimiento personal al interior de la empresa, donde cada uno tenga la posibilidad de efectuar su propia contribución a la sociedad. Debe intentarse, a la vez, que el trabajador se realice en la empresa en armonía con su vida familiar, dentro de un ambiente laboral positivo.

Consumidores

Más allá de los criterios de calidad y precio, que no son más que requisitos indispensables para mantenerse dentro del mercado, existen deberes y obligaciones del empresario hacia sus clientes. Entre éstos, destacan el cumplimiento de buena fe de los acuerdos alcanzados; la divulgación de información completa, oportuna y veraz sobre sus productos; el cuidado por la seguridad de las personas y la salud de éstas en los bienes y servicios que producen.

Proveedores

La relación entre empresarios y proveedores debiera caracterizarse por el respeto de las condiciones de compra pactadas en cuanto a precios, descuentos, plazos, cantidades y otras especificaciones. Es necesario, además, que en su relación con los proveedores, el empresario no se beneficie de la posición que tiene en el mercado.



Estado

El pago íntegro y oportuno de los tributos, cumpliendo rigurosamente la legislación existente a este respecto, es la obligación más directa e inmediata del empresario en su relación con el Estado. Incumplir este mandato constituye una falta grave, no sólo desde el punto de vista legal, sino también ético y social, puesto que puede dejar de proveer bienes y servicios a quienes tienen real necesidad de ellos. Asimismo, constituye un deber del empresario intervenir en todas aquellas áreas de actividad para las cuales tenga capacidad y talento, permitiéndole al Estado concentrarse sólo en aquellas en las que su tarea resulte imprescindible. Le compete al empresario la obligación de hacer valer sus derechos, y señalar y denunciar con fuerza acciones estatales que impliquen un cercenamiento de sus derechos o una discriminación arbitraria.

Comunidad

El respeto, cuidado y protección del medio ambiente surge como un imperativo ético, ya que representa una manera concreta de manifestar, por parte de la empresa, su respeto al entorno que lo rodea. Por otra parte, el aporte a la educación, la salud y la vida cívica, así como el fomento de la cultura y el arte, constituyen otros desafíos que se plantean cada vez más a las empresas al interior de sus respectivas comunidades, con una mirada de creación de valor compartido.

Asociados

La ley regula los derechos y obligaciones fundamentales entre los socios. Sin embargo, es necesario complementar ésta con una serie de consideraciones de carácter ético, tales como la honradez, la responsabilidad y el respeto, todas conductas morales que deben observarse entre iguales. Esta interrelación que se genera entre asociados adquiere mayor relevancia cuando estamos ante el caso de los accionistas minoritarios, los cuales podrían ser víctimas de discriminaciones, ocultación de información, compras hostiles, conflictos de interés y situaciones análogas.

Competidores

La competencia está en la esencia de la economía social de mercado. Es el mecanismo a través del cual los actores en el mercado están obligados a entregar lo mejor de sí, y por tanto, el que le da legitimidad al sistema y garantías al consumidor. Este concepto supera lo prohibido o permitido por la legislación de la libre competencia u otras pertinentes. Comprende, también, aspectos como la lealtad y la transparencia, la veracidad en la publicidad, la renuncia a cualquier espionaje industrial, y la mantención de relaciones transparentes con los trabajadores de la competencia.

Las personas constituyen
el pilar fundamental
dentro de la empresa, y
como tal, corresponde
que sean partícipes
del proyecto común

IV. COMPROMISO DE LA CPC Y SUS RAMAS CON LA ÉTICA EMPRESARIAL

La Confederación de la Producción y del Comercio y las Ramas que la conforman: Sociedad Nacional de Agricultura; Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo; Sociedad Nacional de Minería; Sociedad de Fomento Fabril; Cámara Chilena de la Construcción; y Asociación de Bancos e Instituciones Financieras, nos comprometemos a realizar los esfuerzos necesarios para adoptar o reforzar códigos, declaraciones o cartas éticas, de acuerdo a la propia realidad sectorial, e inspiradas en los principios del presente documento. Estos marcos normativos es deseable que contemplen la existencia de organismos, comisiones o tribunales, que a través de un procedimiento oportuno, justo, independiente y transparente, determinen las posturas institucionales con respecto a las conductas de sus asociados que pudieran resultar reñidas con la ética.

Nuestro compromiso como CPC y sus Ramas va más allá de la declaración de principios y valores que contiene este documento, ya que como la ética busca un modo de actuar, nos comprometemos a acompañar a nuestros asociados en este proceso, a través de:

- Promover entre las empresas, que se adscriban a una evaluación de su gestión ética, para generar oportunidades de mejoras en este ámbito.
- Impulsar entre las personas que conforman la empresa, su formación en valores y buenas prácticas, de modo que la manera de actuar ética sea parte de la gestión empresarial.

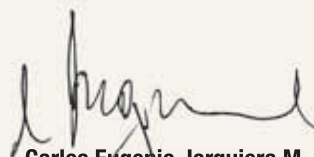
Suscriben este compromiso con la Ética Empresarial:



Patricio Crespo U.

Presidente

Sociedad Nacional de Agricultura



Carlos Eugenio Jorquiera M.

Presidente

Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo



Alberto Salas M.

Presidente

Sociedad Nacional de Minería F.G.



Andrés Concha R.

Presidente

Sociedad de Fomento Fabril



Gastón Escala A.

Presidente

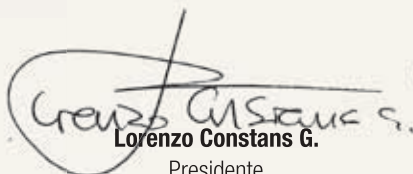
Cámara Chilena de la Construcción



Jorge Awad M.

Presidente

Asociación de Bancos e Instituciones Financieras



Lorenzo Constans G.

Presidente

Confederación de la Producción y del Comercio



www.cpc.cl

Teléfono (56-2) 231 9764

Monseñor Sótero Sanz 182, Providencia - Santiago, Chile