ÉTICA Y
RESPONSABILIDAD
SOCIAL
EMPRESARIAL

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

En este marco, la empresa 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 requerida 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 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.

En el cumplimiento de esta misión, surge la Responsabilidad Social Empresarial, la cual abarca la conducta ética en los negocios, las buenas prácticas laborales, el marketing responsable, la protección del medio ambiente, y las relaciones con la comunidad. También implica el adecuado desarrollo de los vínculos con clientes, proveedores, accionistas, competidores y autoridades.

En este ámbito, la CPC y sus Ramas que la integran promovemos la adopción de buenas prácticas de RSE entre los asociados, de manera de fortalecer la proyección de la empresa dentro de la sociedad y contribuir a mejorar el bienestar de los chilenos. Con el mismo objetivo, la CPC difunde la extensa labor que voluntariamente realiza la empresa privada a través de diversas iniciativas en el ámbito de la educación, la salud, el emprendimiento, la innovación, entre otros.

La RSE es un elemento que agrega valor y no una acción externa de beneficencia. Constituye un aporte permanente al desarrollo económico sostenible, al bienestar de la comunidad, al valor de la empresa y al posicionamiento o reputación de una compañía frente a sus accionistas, colaboradores, clientes y proveedores. Por lo mismo, debe considerarse como un elemento integral del engranaje económico y social del país, entendiendo que no puede mirarse como un propósito separado, y menos divergente, de las acciones que se requieren para hacer de Chile una nación más competitiva.

Al constituirse como un camino ético, de buenas prácticas, la RSE corresponde a todo tipo de empresas -grandes, medianas y pequeñas-. No significa tener que incurrir en costos mayores para operar. No es una amenaza, sino una oportunidad, a la que se puede acceder con iniciativa y creatividad, más que con recursos. Lo fundamental es considerar que las personas constituyen el pilar fundamental dentro de la empresa, y como tal, corresponde que sean partícipes del proyecto común.

Por esta razón, quienes conducen las empresas deben buscar la convergencia 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. Esto requiere de líderes que desarrollen nuevas formas de conocimiento y empatía con las necesidades y desafíos de la sociedad. De esta manera, se logra poner a la persona en el corazón del desarrollo.

MARCO ÉTICO DEL EMPRESARIADO CHILENO

En el contexto de los principios mencionados, la Confederación de la Producción y del Comercio y todas las Ramas que la integran, 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.

La presidencia de Lorenzo Constans se fijó esta tarea como prioritaria y decidió plasmar estas ideas en un documento que sirviera de marco de referencia o guía a todas las asociaciones gremiales y empresas del país, en materia de principios éticos.

Fue así como en agosto de 2012 el Comité Ejecutivo de la CPC aprobó y puso en conocimiento de la opinión pública el "Marco Ético del Empresariado Chileno", en el cual la Confederación y sus Ramas renuevan su compromiso de 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.

Asimismo, considerando que la ética busca un modo de actuar, se comprometen a acompañar a todos los 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. Al respecto, la CPC realizó en este período una labor de difusión y motivación para que las empresas participen del Barómetro de Valores de Generación Empresarial, una herramienta de medición basada en un estudio de percepción sobre el estado de la cultura ética y de cumplimiento de la empresa.
- 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.

Los contenidos del "Marco Ético del Empresariado Chileno" son los siguientes:

I. FUNDAMENTOS DEL QUEHACER EMPRESARIAL

1. **La Perfección de la Persona Humana 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.
2. **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 redunda también en una mayor y mejor oferta de trabajo, lo que contribuye a la dignidad del hombre y al bien de la sociedad.
3. **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.

4. **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.

II. 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 aún, 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.

III. 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 la cual opera.

- **Colaboradores:** Las personas constituyen el pilar fundamental dentro de la empresa, y como tal, corresponde que

1. Reunión en la CPC con el Contralor Ramiro Mendoza.
2. La presidenta de Transparency International, Huguette Labelle; y el presidente de Chile Transparente, Juan Carlos Délano, junto a representantes de la CPC.
3. Lanzamiento Marco Ético del Empresariado Chileno.
4. Lanzamiento Marco Ético del Empresariado Chileno.
5. Lanzamiento Marco Ético del Empresariado Chileno.
6. En el marco del Encuentro Bien Común, Dilemas Éticos y Compromisos Empresariales, la Mesa 3 debatió sobre la productividad con dignidad.
7. CPC, Generación Empresarial y El Mercurio lanzan Encuentro Bien Común, Dilemas Éticos y Compromisos Empresariales.

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 y seguro.

- **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 pueden 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 intereses 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.

ENCUENTRO "BIEN COMÚN, DILEMAS ÉTICOS Y COMPROMISOS EMPRESARIALES"

Con el fin de inspirar un liderazgo ético en las empresas, en pro de la confianza y el bien común de la sociedad en general, la CPC, Generación Empresarial y El Mercurio se encuentran desarrollando desde mediados de 2012 un proyecto que busca identificar caminos que, desde la perspectiva del empresariado, permitan abordar los principales temas que impactan hoy el bienestar de los chilenos en los ámbitos social, ambiental, económico y cultural.

El Encuentro "Bien Común, Dilemas Éticos y Compromisos Empresariales"– lanzado oficialmente con un desayuno en El Mercurio– cuenta con la participación de destacados empresarios y empresarias del país y representantes de pymes que, reunidos en mesas de trabajo en torno a cinco temas, buscan generar propuestas y soluciones factibles de implementar en las distintas organizaciones que encabezan. Cada mesa está constituida por un máximo de 20 personas, elegidas por su capacidad de generar aportes significativos en los tópicos a tratar.

Los temas a desarrollar –todos coyunturales– son:

- Educación como modelo de negocios, responsabilidad de la empresa en este ámbito e impacto en la productividad y el lucro
- Desarrollo económico: medio ambiente y comunidades. Impacto de proyectos energéticos, mineros, entre otros
- Evolución del modelo de empresa: productividad con dignidad
- El Estado como regulador versus la autorregulación
- Libre competencia: entre el ser y el parecer

Durante seis meses, las cinco comisiones se reunirán a plantear, analizar y debatir los temas que las convocan. A mediados de 2013, con acuerdos, compromisos y posturas finales en carpeta, darán cuenta a un plenario de las principales conclusiones de su trabajo, en un evento de culminación de este proyecto que espera replicarse en el tiempo.

PARTICIPACIÓN DE LA CPC EN OTRAS INSTANCIAS DE PROMOCIÓN DE LA ÉTICA Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

- Con motivo de la situación que afectó a la casa comercial La Polar, el Comité Ejecutivo de la CPC emitió la siguiente declaración:

1º La Confederación de la Producción y del Comercio condena en forma enérgica la situación producida en la referida empresa, cuyos hechos afectan la fe pública. Por ello, confiamos en que los Tribunales de Justicia investigarán a fondo y juzgarán los hechos que se denuncien y que apliquen todo el rigor de la ley a los responsables, cualquiera sean los cargos que los mismos hayan ostentado. En este sentido, nuestra legislación vigente contempla fuertes sanciones para castigar aquellos abusos y delitos que atenten contra la buena fe y la debida confianza que debe existir en los mercados, en las relaciones entre empresas, clientes e inversionistas.

2º Asimismo, abogamos porque se generen soluciones equitativas para aquellos deudores de La Polar, afectados por esta condenable práctica de repactación unilateral de los contratos de crédito, que en caso alguno se trata de una práctica generalizada en la actividad comercial.

3º Hacemos un fuerte llamado a todos los empresarios del país para que sigan actuando cada día con mayor celo, responsabilidad y respeto en las relaciones con sus trabajadores, clientes, proveedores y con la comunidad en general, para seguir contribuyendo de manera decidida al fortalecimiento de la transparencia y de las confianzas, que la libre iniciativa requiere para crecer y ser sustentable en el tiempo.

- Patrocinio de la CPC en Ranking Nacional de Responsabilidad Social Empresarial PROhumana 2012 y participación del presidente en la entrega de resultados.
- Jurado en Premio al Buen Ciudadano Empresarial, de Amcham.
- Participación del presidente de la CPC en seminarios y encuentros sobre ética, valores, RSE, generación de confianza, etc.
- Reunión del presidente de la CPC con los presidentes de Chile Transparente Juan Carlos Délano y Gonzalo Delaveau; y con la presidenta de Tranparency International, Huguette Labelle.
- Reunión del Comité Ejecutivo de la CPC con el Contralor Ramiro Mendoza.