Para enfrentar los desafíos de una nueva era

MARCO ÉTICO DEL EMPRESA-RIADO CHILENO



CONFEDERACIÓN DE LA PRODUCCIÓN Y DEL COMERCIO

SNA · CNC Cámara Nacional Comercio Servicios Turismo · SONAMI · SOFOFA · cchc · banca

CONFEDERACIÓN DE LA PRODUCCIÓN Y DEL COMERCIO

MARCO ÉTICO DEL EMPRESARIADO CHILENO

Noviembre de 2026



INTRODUCCIÓN

Nuestra visión ante un cambio de era

Vivimos un momento histórico de transformaciones profundas, simultáneas e interdependientes. La aceleración tecnológica, y especialmente el desarrollo de la inteligencia artificial, está modificando la manera en que trabajamos, producimos, aprendemos, nos informamos y nos relacionamos. Al mismo tiempo, enfrentamos cambios sociales y demográficos que están reconfigurando la vida familiar, la educación y los vínculos entre generaciones; exigentes desafíos en materia climática; y un escenario geopolítico y económico marcado por la incertidumbre y nuevas tensiones globales.

La convergencia y velocidad de estas transformaciones no hablan de una era de cambios, sino de un **cambio de era**. Los desafíos de esta nueva etapa no pueden abordarse con la misma forma de pensar que contribuyó a crearlos. Es necesario ampliar y profundizar nuestra mirada sobre el desarrollo, el progreso y el papel de la actividad empresarial. A través del emprendimiento, la inversión, la innovación, la creación de empleo y la generación de valor, las empresas poseen una capacidad decisiva para crear oportunidades de crecimiento para Chile. Por eso, es importante considerar que las decisiones que tomemos hoy en estos ámbitos influirán profundamente en el mundo que habitaremos y en las capacidades, oportunidades y formas de convivencia que legaremos a las futuras generaciones.

Es desde esta mirada que la CPC y sus seis Ramas han decidido actualizar y fortalecer su Marco

Ético. Frente a cambios de esta magnitud, **queremos reafirmar la dignidad, el desarrollo y la libertad de los seres humanos como principio esencial que guía nuestro actuar, y promover una actividad empresarial que pueda desplegarse con iniciativa y libertad dentro de una economía social de mercado, creando valor y contribuyendo al bien común**. Esto exige ejercer nuestra responsabilidad con visión de futuro, actuar con la debida diligencia que la dignidad humana reclama y mantener siempre a la persona en el centro de las decisiones.

Este documento busca ser una guía **para los empresarios que viven su vocación con ética**, que con su trabajo aportan a fortalecer la cohesión social y ayudan a restaurar la fe pública y la confianza que han roto aquellos pocos que, con malas prácticas, han afectado la imagen de miles de empresarios honestos y comprometidos con el futuro del país y su gente.

La CPC pone este Marco Ético actualizado a disposición de los socios de sus Ramas, de los gremios y empresas en general y de quienes deseen consultarlo. Se trata de un texto de referencia para conducir e inspirar la reflexión, la toma de decisiones y orientar la acción. Propone una **forma de ejercer la actividad empresarial que reconoce en la ética una condición esencial para el desarrollo de las personas, la legitimidad de las empresas y la confianza social**.



Nuestra historia

Durante las últimas décadas, Chile ha alcanzado un importante desarrollo económico y social, sustentado en el esfuerzo de millones de personas, la solidez de sus instituciones y la capacidad de sus empresas para emprender, invertir, innovar, crear empleo y abrirse al mundo. **El empresariado chileno ha desempeñado así un papel decisivo en el crecimiento del país y en la generación de oportunidades de progreso**.

Desde su fundación en 1935, la Confederación de la Producción y del Comercio y las Ramas que la integran - 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- han tenido entre sus principales objetivos la promoción y difusión de principios éticos que orienten la acción de la empresa privada.

Este compromiso ético se basa en el reconocimiento de que la libertad de emprender, la eficiencia y la creación de valor encuentran su legitimidad en un ejercicio responsable, con visión de largo plazo y respeto irrestricto por la dignidad de las personas. Especialmente porque quienes emprenden y dirigen empresas responden por decisiones cuyos efectos alcanzan a trabajadores, familias, consumidores, comunidades, mercados y a la sociedad en su conjunto.

LAS DECISIONES QUE TOMAMOS HOY DEFINEN EL MUNDO QUE HABITAREMOS MAÑANA. LA ÉTICA NOS GUÍA PARA CONSTRUIR UN FUTURO CON LAS PERSONAS EN EL CENTRO.

Para la CPC y sus Ramas, los principios éticos iluminan las circunstancias históricas y sociales porque orientan la acción hacia el bien común con responsabilidad, convicción y visión de futuro. **Las herramientas pueden cambiar profundamente, pero el fin que orienta la actividad empresarial permanece: contribuir al desarrollo libre e integral de las personas y al bien de la sociedad.**

La tecnología al servicio de las personas

La revolución digital, la inteligencia artificial y la automatización plantean dilemas que trascienden las dimensiones económicas tradicionales. Frente a ellos, nuestro criterio es inequívoco: **la tecnología es una herramienta; las personas y el bien común son el fin**.

La CPC hace extensivos a la inteligencia artificial los fundamentos, las buenas prácticas y los compromisos de este Marco Ético, e incorpora un capítulo especial para orientar su desarrollo, adopción y uso.

El futuro no está predeterminado por la tecnología. Construirlo es una tarea compartida que debemos asumir con prudencia, convicción, responsabilidad, libertad y pensando en potenciar las capacidades intrínsecamente humanas de las generaciones futuras.

LAS FORMAS DE EMPRENDER EVOLUCIONAN, PERO NUESTRO COMPROMISO PERMANECE: CREAR VALOR, GENERAR OPORTUNIDADES Y CONTRIBUIR AL BIEN COMÚN.





FUNDAMENTOS ÉTICOS

El desarrollo humano se sostiene en tres dimensiones que atraviesan este Marco Ético: **valores que entregan orientación y sentido; vínculos que hacen posible la confianza, la pertenencia y la cooperación; y agencia, entendida como la capacidad de las personas para discernir, decidir y actuar responsablemente**. Estas dimensiones se fortalecen mutuamente: los valores orientan, los vínculos de cooperación sostienen y la agencia permite llevar lo comprendido y compartido a la acción, dando coherencia al actuar empresarial.

La CPC reconoce, en continuidad con su Marco Ético de 2012, la **honestidad, la justicia, la solidaridad, la prudencia, la responsabilidad, la fortaleza, la resiliencia y la humildad** como valores esenciales para quienes integran y conducen las empresas. Estos no constituyen declaraciones abstractas: se expresan en la forma de ejercer la libertad, relacionarse con otros, enfrentar dilemas, asumir decisiones y en las acciones que definen la cultura y la vida cotidiana de una empresa.



PRINCIPIOS FUNDAMENTALES

1 Dignidad de la persona

Toda persona posee una dignidad intrínseca y debe contar con condiciones reales para participar, desarrollarse y llevar una vida significativa. Nunca debe ser considerada solo un medio para alcanzar un resultado. La construcción de una sociedad sostenible comienza por el respeto de esta dignidad y exige promover los derechos humanos, el trabajo formal y protegido, la igualdad de oportunidades, el respeto por la diversidad, la inclusión y la participación responsable.

En la empresa, las personas constituyen el pilar fundamental y deben ser reconocidas como partícipes del proyecto común, con oportunidades para crecer y realizar su propia contribución a la sociedad.

La protección de la dignidad de las personas constituye un fin esencial de la actividad empresarial.

2 Desarrollo humano

En tiempos de transformación tecnológica, las empresas deben aspirar a ser espacios de formación ética y profesional, donde las personas tengan la posibilidad de aprender, desplegar sus capacidades intelectuales, relacionales, creativas, y puedan

prepararse para nuevas formas de trabajo.

En este contexto, la pregunta no es solo qué sociedad queremos legar a las futuras generaciones, sino también qué generación estamos contribuyendo a formar para construirla. Por su influencia en el aprendizaje, los vínculos y el desarrollo de capacidades, **la empresa comparte la responsabilidad de formar personas plenamente humanas: con valores, criterio propio, capacidad de crear valor y contribuir responsablemente al bien común.**

El desarrollo humano exige también el compromiso de quienes trabajan en la empresa, quienes están llamados a cumplir su función con ética, con voluntad de aprender, adaptarse, colaborar y aportar a la construcción de confianza. Junto con sus talentos y competencias profesionales, es importante que los trabajadores fortalezcan aquellas capacidades humanas que no pueden delegarse, como el discernimiento propio, la responsabilidad, la empatía, la creatividad y la cooperación. Estar abiertos a un aprendizaje permanente y aportar los conocimientos adquiridos a la empresa, es un factor relevante en la creación de valor para todos.

3 Libertad

La libertad, entendida como la capacidad de cada persona para autodeterminarse, desarrollar pensamiento crítico y hacerse responsable de sus decisiones, es un principio fundamental reconocido por este Marco.

La actividad empresarial se funda en la libertad de trabajadores y empresarios para participar en la vida económica. Ella permite desplegar creatividad, iniciativa y espíritu emprendedor, y encuentra su contraparte necesaria en la responsabilidad por los efectos de las decisiones que se toman.

La libertad económica no puede ejercerse plenamente sin respeto por el derecho a la propiedad privada, tanto en su dimensión de posesión como de acceso. La libertad y la propiedad permiten concretar proyectos y recibir los frutos legítimos del trabajo; y se validan socialmente mediante un ejercicio responsable que trasciende el mero cumplimiento legal.

Cuidar la libertad también exige mantener una actitud lúcida para abordar la transformación tecnológica con claridad y discernimiento cuando sus diseños o formas de uso puedan debilitar la autonomía humana, la privacidad, capturar excesivamente la atención o sustituir experiencias sociales esenciales para el desarrollo humano.

En la gestión interna de las empresas, potenciar la libertad significa también proteger espacios para reflexionar, escuchar y deliberar. En entornos saturados de información y urgencia, una atención de calidad mejora el criterio, reduce decisiones reactivas y favorece la innovación y la colaboración.

4 Bien común

La actividad empresarial debe contribuir al bien común creando valor económico, humano, social, cultural y ambiental. Estas dimensiones no se sustituyen entre sí: una empresa necesita viabilidad financiera para sostener sus operaciones y, al mismo tiempo, debe considerar los efectos de sus decisiones sobre las personas, las comunidades y el medio ambiente que hacen posible su continuidad.

Orientarse al bien común supone reconocer la interdependencia entre la empresa, la sociedad y la naturaleza. Las decisiones responsables atienden tanto a sus resultados inmediatos como a sus consecuencias previsibles y de largo plazo, asignando responsabilidades de manera proporcional a la capacidad de cada persona y organización.

La empresa también aporta al bien común cuando contribuye a la equidad, ampliando oportunidades y evitando que diferencias ajenas al mérito se conviertan en barreras permanentes.

5 La empresa como comunidad

Un emprendedor identifica una necesidad, asume riesgos, reúne capacidades humanas y recursos materiales, y organiza un proyecto con la convicción de que es posible crear valor para otros. Así, **la empresa se transforma en una comunidad de personas unidas por un propósito compartido**.

Como seres esencialmente sociales, necesitamos vínculos de confianza y pertenencia. **La empresa es también un espacio donde cada trabajador puede sentirse reconocido en su individualidad y, en colaboración con otros, contribuir al propósito común y a la sociedad**.

En la base de estas relaciones se encuentra el cumplimiento de la legislación laboral y previsional como un mínimo ético, a partir del cual se construyen relaciones basadas en la dignidad, el diálogo y la colaboración.

La empresa debe promover remuneraciones justas y oportunas; condiciones de trabajo seguras y respetuosas; oportunidades de participación, aprendizaje y crecimiento; conciliación con la vida familiar; diversidad e inclusión; y ambientes libres de acoso, abuso o discriminación.

Las transformaciones del trabajo deben abordarse con anticipación, transparencia y responsabilidad. Cuando la innovación o la inteligencia artificial modifiquen tareas y funciones, la empresa debiera procurar el desarrollo de capacidades humanas y formas de trabajo dignas, mediante formación, movilidad y reconversión laboral adecuada.

6 La empresa creadora de valor

La CPC reconoce como **objetivo esencial del rol empresarial, contribuir a una sociedad sostenible mediante la creación de valor, la generación de empleo y una conducta ética**. La rentabilidad es indispensable: permite dar continuidad a la empresa, invertir, innovar, enfrentar riesgos y cumplir sus compromisos. Sin embargo, reducir la empresa exclusivamente a la obtención de utilidades desconoce su naturaleza y empobrece su contribución. La empresa crea valor cuando su actividad beneficia y fortalece también a las personas, las comunidades y el entorno en el que se desarrolla.

Su desafío es integrar resultados económicos sólidos con un propósito legítimo, relaciones de confianza y una visión de largo plazo. Así, productividad, innovación y desarrollo humano se convierten en dimensiones complementarias de una empresa bien conducida.



En este sentido, la mejora de los salarios y de las oportunidades de desarrollo de los trabajadores es una expresión de fortaleza y éxito empresarial. **Cuando la empresa crece, ese crecimiento debe traducirse también en mejores oportunidades para sus trabajadores y sus familias**.

7 Economía social de mercado y libre competencia

La economía social de mercado permite que las personas desplieguen su iniciativa en un marco de libertad, responsabilidad y respeto por reglas e instituciones comunes. En su esencia se encuentra la libre competencia, que impulsa a las empresas a mejorar, innovar, asignar eficientemente recursos escasos y someter la calidad y el valor de sus bienes y servicios a la elección de los consumidores.

La competencia libre, leal y transparente es fuente de legitimidad para la actividad empresarial y de confianza en los mercados. Su exigencia supera el cumplimiento formal de la ley e implica: rechazar la colusión, el soborno, el abuso de posición, el espionaje industrial, la publicidad engañosa y cualquier práctica destinada a distorsionar el mercado; respetar la propiedad intelectual; y competir sobre la base del mérito, la eficiencia y la capacidad de crear valor.

La empresa fortalece su prestigio y sostenibilidad cuando cumple sus compromisos y actúa con transparencia frente a consumidores, proveedores, competidores y autoridades.

8 Equilibrio entre valor humano, económico y ambiental

El respeto y cuidado del medioambiente, entendido como el conjunto de ecosistemas, especies y elementos naturales que se relacionan y sostienen la vida, es un imperativo ético y una condición para la continuidad de la actividad económica. El deterioro de la naturaleza genera riesgos operacionales, financieros y sociales que ninguna empresa responsable puede ignorar.

Crear valor sostenible exige integrar las variables económicas y ambientales en la estrategia, la inversión y la gestión de riesgos, además de respetar siempre la legislación. Cada empresa, de acuerdo con su actividad, tamaño e impacto, debe siempre cumplir la normativa, usar eficientemente los recursos, prevenir y mitigar daños, innovar en procesos y productos, y avanzar hacia la reparación o regeneración del medio ambiente cuando corresponda.

Esta mirada no enfrenta crecimiento y protección ambiental, sino que busca seguir produciendo y prosperando sin debilitar las bases naturales de las que dependen la economía y la vida de las futuras generaciones. Confiamos en que la colaboración con comunidades, autoridades, academia y otros sectores en torno a los desafíos ambientales, permiten encontrar soluciones técnicamente sólidas y económicamente viables.

Cuidar el medio ambiente requiere también fortalecer los vínculos con las comunidades y aprender de los conocimientos diversos presentes en cada territorio. Mediante la escucha, el diálogo y la acción compartida, la empresa puede contribuir a regenerar no solo los ecosistemas naturales, sino también la confianza y la capacidad colectiva para proteger aquello que pertenece a todos.

9 Construcción de confianza

La confianza es un capital social indispensable para la empresa, los mercados y la vida democrática. Permite colaborar, delegar responsabilidades, resolver problemas y sostener acuerdos. Nace de una conducta competente, íntegra y coherente con valores fundamentales, sostenida en el tiempo.

No se impone ni se obtiene solo mediante declaraciones: se construye cumpliendo compromisos, escuchando, actuando con justicia y veracidad, reconociendo errores y comunicando con honestidad, especialmente en situaciones de incertidumbre o transformación.

Como parte de su orientación hacia el bien común, **la CPC manifiesta su voluntad de contribuir a la confianza y la cohesión social mediante un diálogo intersectorial que permita comprender desafíos comunes y construir respuestas éticas con visión de futuro para Chile**.

Cuando el diálogo entre trabajadores y empleadores es voluntario, informado, respetuoso y se realiza de buena fe, fortalece la confianza y permite avanzar hacia puntos de encuentro y acuerdos que beneficien a todos.

En la medida que las empresas, trabajadores, instituciones públicas, sociedad civil, academia y comunidades abordan conjuntamente los desafíos del país desde la escucha y principios compartidos, la ética se convierte en práctica social: fortalece los vínculos, favorece la acción cooperativa y contribuye a renovar la confianza.



EL DESAFÍO NO ES SOLO PREPARARNOS PARA EL FUTURO, SINO FORMAR PERSONAS CAPACES DE CONSTRUIRLO CON ÉTICA, CREATIVIDAD Y RESPONSABILIDAD.



BUENAS PRÁCTICAS EMPRESARIALES

Liderazgo y gobierno ético

Quienes conducen las empresas están llamados a integrar la eficiencia con el bien común y a ejercer un liderazgo basado en el ejemplo, la prudencia y la visión de largo plazo, poniendo especial cuidado en la calidad moral de su liderazgo.

En tiempos de transformaciones profundas, la formación ética de líderes y colaboradores constituye una necesidad prioritaria. Fortalecer el discernimiento, la capacidad de reconocer dilemas y la responsabilidad por las consecuencias de las decisiones, permite enfrentar la incertidumbre y orientar la innovación hacia el desarrollo humano y el crecimiento responsable de la organización.

De acuerdo con su tamaño y realidad, cada empresa puede avanzar en la incorporación de los principios de este Marco a su estrategia, cultura y gestión de riesgos, mediante mecanismos de prevención, seguimiento y respuesta ante eventuales incumplimientos. Esta orientación puede extenderse también a sus empresas relacionadas y cadena de valor.

Cuando decisiones de alto impacto son apoyadas por sistemas automatizados, es importante



mantener una supervisión adecuada. **A mayor capacidad o autonomía tecnológica, mayor debiera ser la responsabilidad humana, la trazabilidad y la rendición de cuentas**.

Integridad

La integridad es la coherencia entre los principios que se declaran y las decisiones que efectivamente se adoptan. Se manifiesta en fortaleza, honestidad, justicia, prudencia, resiliencia, responsabilidad y humildad, valores fundamentales reconocidos por la CPC.

Actuar con integridad implica hacer lo correcto aun cuando no exista fiscalización inmediata o cuando una alternativa menos ética parezca ofrecer ventajas de corto plazo. Exige identificar los principios esenciales de la organización, formar en ellos, ofrecer orientación ante dilemas y supervisar su cumplimiento.

Transparencia

La transparencia exige entregar información clara, precisa, objetiva, suficiente, oportuna y accesible sobre políticas, decisiones y actividades relevantes, resguardando la información protegida por ley y aquella cuya confidencialidad sea legítima.

En el ámbito tecnológico, implica informar de manera comprensible cuando una persona interactúa con un sistema automatizado, identificar el origen artificial de contenidos cuando no resulte evidente, y explicar, en proporción a su impacto, los criterios relevantes de decisiones que afectan a personas. También exige respetar la autoría y la propiedad intelectual propia y de terceros.

Responsabilidad y rendición de cuentas

La libertad empresarial tiene como contraparte inseparable la responsabilidad. Cada persona y organización debe responder por las consecuencias previsibles de sus decisiones sobre las personas, la sociedad, la economía y el medioambiente.

Esta responsabilidad trasciende el cumplimiento legal: **exige prevención, supervisión, capacidad de corregir y reparación cuando corresponda**.

El uso de tecnologías o algoritmos no libera a la empresa ni a sus líderes de responder por los resultados.

05



RELACIÓN CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

El buen actuar empresarial se expresa tanto en la calidad de sus bienes y servicios, como en la calidad de sus vínculos. Identificar a los grupos de interés, reconocer sus derechos, comprender sus legítimas expectativas, escucharlos y considerar los efectos de las decisiones que los involucran es parte esencial de una gestión ética. Una buena relación de la empresa con sus grupos de interés, mejora su comprensión de la realidad, fortalece su legitimidad y amplía su capacidad de crear valor.

Trabajadores y sus familias

La relación con los trabajadores debe fundarse en el trato digno, la justicia, la participación, la seguridad, la formación y el respeto por la vida familiar.
La empresa debe reconocer el aporte singular de cada persona y ofrecer condiciones para que pueda crecer, desarrollar criterio propio, colaborar y enfrentar con herramientas suficientes las transformaciones del trabajo.

La CPC reconoce a las familias de sus trabajadores, en sus diversas realidades, como un grupo de interés fundamental.
La empresa influye en la vida familiar mediante la estabilidad y calidad del empleo, las remuneraciones, los horarios, la seguridad y la organización del

trabajo. Por ello, debe favorecer la conciliación de responsabilidades laborales, personales, familiares y de cuidado.

Lo que una persona aprende y vive en su trabajo se proyecta a su hogar y su comunidad. Una cultura laboral que practica la integridad, reconoce al otro, abre oportunidades de participación y transmite esperanza, contribuye a fortalecer a la familia y, con ello, a la sociedad.

Consumidores y usuarios

Toda empresa debe cuidar y respetar a sus consumidores y usuarios, lo que significa: actuar siempre basándose en principios éticos; cumplir de buena fe sus acuerdos; entregar información veraz, suficiente y oportuna; proteger su salud, seguridad, privacidad y datos personales; ofrecer canales efectivos de escucha, atención y solución de problemas cuando sea necesario. Debe evitar prácticas engañosas, manipulativas o discriminatorias y favorecer decisiones informadas y libres. Cuando un servicio utilice automatización o inteligencia artificial, su diseño debe permitir acceso oportuno a atención humana en situaciones relevantes.

La relación con consumidores y usuarios no termina con la venta. Una postventa responsable, que escucha, responde oportunamente y se hace cargo de eventuales problemas, es parte esencial de la relación con la empresa y contribuye a construir confianza en el tiempo.

Proveedores y socios comerciales

Las relaciones con proveedores y socios comerciales deben respetar las condiciones pactadas, promover un trato justo y evitar el abuso de posiciones de poder. La selección y evaluación de proveedores debe considerar integridad, cumplimiento, derechos humanos, prácticas laborales, protección de datos, propiedad intelectual y desempeño ambiental, en proporción a los riesgos involucrados. Compartir estándares y aprendizajes puede fortalecer relaciones éticas duraderas y responsables en toda la cadena de valor.

Asociados e inversionistas

La relación entre asociados e inversionistas debe basarse en la honradez, la responsabilidad, la información suficiente y la protección de los derechos de todos, especialmente de quienes se encuentren en posición minoritaria. **Los conflictos de interés deben declararse y gestionarse con transparencia**. La visión de largo plazo exige considerar tanto los retornos como la sostenibilidad y calidad del valor creado.

Competidores y mercados

La empresa debe competir con lealtad y transparencia, respetar la innovación y la propiedad intelectual, y abstenerse de toda conducta que restrinja o distorsione la libre competencia. **Una conducta ética frente a competidores protege a los consumidores, mejora los mercados y fortalece la legitimidad del sistema económico**.

Comunidades y sociedad civil

La empresa debe relacionarse con las comunidades y organizaciones de la sociedad civil desde el respeto, la escucha y el diálogo, reconociendo su identidad, conocimiento y capacidad de participación. Además de prevenir y reparar impactos negativos cuando corresponda, puede incluso, en la medida de sus posibilidades, llegar a contribuir con soluciones privadas a la educación, la salud, la cultura, las artes, la vida cívica y el cuidado del entorno mediante relaciones de largo plazo que generen valor compartido.

Estado e instituciones públicas

La relación de las empresas con el Estado y las instituciones públicas debe caracterizarse por el **cumplimiento íntegro y oportuno de las obligaciones tributarias, la probidad, la transparencia y el respeto institucional**. La participación empresarial en asuntos públicos debe realizarse por canales legítimos, sin privilegios indebidos, corrupción ni captura de decisiones. La colaboración público-privada debe orientarse al bien común, con responsabilidades claras, información verificable y rendición de cuentas.



CONSTRUIR CONFIANZA ES TAMBIÉN CONSTRUIR UNA MEJOR SOCIEDAD

COMPROMISO DE LA CPC Y SUS RAMAS CON LA ÉTICA EMPRESARIAL

Creemos en una empresa que nace de la libertad y la ejerce responsablemente; crea valor que aporta al desarrollo humano y el bien común; reconoce la dignidad de cada persona; compite con lealtad; actúa con integridad y transparencia; fortalece a las familias y comunidades; y cuida la naturaleza.



La CPC y sus Ramas nos comprometemos a acompañar a los asociados, promover códigos y orientaciones éticas adecuadas a cada sector, impulsar la formación en valores y buenas prácticas, y fomentar mecanismos de evaluación y mejora de la gestión ética. También se alentarán instancias oportunas, justas, independientes y transparentes para orientar dilemas y responder ante eventuales incumplimientos.

Como asociaciones gremiales, promovemos el desarrollo de sus actividades, representando los intereses comunes de sus miembros, y contribuimos a comprender lo que la sociedad y el entorno demandan de la empresa.

En tiempos de transformación, reafirmamos nuestra convicción de que una empresa guiada por valores, que construye vínculos de confianza y ejerce responsablemente su capacidad de actuar, contribuye al bien común y a una tarea que hoy es más relevante que nunca: cultivar lo esencialmente humano y favorecer su pleno desarrollo.


CONFEDERACIÓN
DE LA PRODUCCIÓN Y DEL COMERCIO