
La "Caux Round Table" Principios de Negocio

En un mundo que está experimentando profundas transformaciones, la "Caux Round Table", formada por empresarios líderes de Europa, Japón y Estados Unidos, tiene la misión de activar el papel de la empresa y la industria como impulsoras de un movimiento innovador mundial.

La "Caux Round Table" fue fundada en 1986 por Frederik Philips, ex-presidente de Philips Electronics, y por Olivier Giscard d'Estaing, vice-presidente del INSEAD, con el fin de reducir las crecientes tensiones en el comercio internacional. Su principal interés se centra en el desarrollo de relaciones económicas y sociales, constructivas, entre los países de los miembros que la constituyen y la toma de conciencia de sus apremiantes responsabilidades conjuntas para con el resto del mundo.

A petición de Ryuzaburo Kaku, presidente de Canon Inc, la "Caux Round Table" ha centrado su atención en la importancia que la responsabilidad corporativa mundial tiene en la reducción de las amenazas socio-económicas a la paz y estabilidad internacionales.

La "Caux Round Table" reconoce que el liderazgo compartido es indispensable para conseguir un mundo más estable y armonioso. Y propugna, por tanto, el fomento de la amistad duradera, de la comprensión y de la cooperación; basadas en el común respeto por los valores morales más altos y en la actuación responsable de los individuos dentro de sus propias esferas de influencia.

Declaración De Principios Para Las Empresas

La "Caux Round Table" cree que el empresariado mundial debe jugar un papel más importante en la mejora de las condiciones económico-sociales. Como declaración de objetivos, este documento aspira a expresar una norma mundial para "medir" la conducta de las empresas: se pretende establecer un procedimiento que identifique valores compartidos, que reconcilie valores no compartidos, y que desarrolle, consecuentemente, una común interpretación de conducta empresarial aceptada y respetada por todos.

Estos principios están basados en dos ideales éticos fundamentales: el "kyosei" y la dignidad humana. El concepto japonés de "kyosei" significa vivir y trabajar juntos para el bien común, permitiendo que la cooperación y la prosperidad mutuas coexistan con una competencia justa y saludable. Por "dignidad humana" entendemos, en este contexto, el supremo valor de la persona como fin, y no como medio para la consecución de los objetivos de otros, incluso los de la mayoría.

Las normas generales de la sección 2 aclararán los conceptos del "kyosei" y de la "dignidad humana", en tanto que las normas específicas de la sección 3 se centrarán en la aplicación práctica de estos conceptos.

Este documento debe mucho, en su expresión y forma, a los "Minnesota Principles", - código de conducta empresarial del "Minnesota Center for Corporate Responsibility". Este centro acogió y presidió nuestro Comité de Radacción, integrado por representantes de Japón, Europa y Estados Unidos.

La conducta de las empresas puede influir en las relaciones internacionales y en la prosperidad y bienestar de todos nosotros. A menudo, el primer contacto entre naciones se establece a través de los negocios que, por causar cambios sociales y económicos, tienen un impacto significativo en el grado de temor o confianza sentidos por el pueblo. Los miembros de la "Caux Round Table" tienen como prioridad "poner orden en la casa propia" e intentar valorar lo que es correcto, en vez de quien tiene razón.

Sección 1. Preámbulo

La movilidad del empleo, del capital, de los productos y de la tecnología, hace que los negocios sean cada vez más universales en sus intercambios y efectos.

Las leyes y las fuerzas de mercado son necesarias, pero insuficientes como directrices para la conducta empresarial.

El sentido de la responsabilidad en políticas y operaciones de empresa, y el respeto a la dignidad y a los intereses de los implicados en la misma, son fundamentales.

Los valores compartidos, - entre los que debe haber un compromiso por la prosperidad, también compartida, - son tan importantes para toda la comunidad mundial como para comunidades más modestas.

Por estas razones, y porque la empresa puede ser un poderoso agente para el cambio social positivo, ofrecemos los siguientes principios como fundamento para el diálogo y la actuación de líderes en busca de una creciente responsabilidad empresarial. De esta manera afirmamos la ineludible necesidad de ciertos valores morales para la toma de decisiones de empresa. Sin ellos, son imposibles unas relaciones comerciales estables y el mantenimiento de una comunidad mundial, también estable.

Sección 2. Principios Generales

Principio 1.

La responsabilidad de las empresas: más allá de los accionistas, hacia todas las personas involucradas en los negocios.

Para la sociedad, el mérito de una empresa consiste en la riqueza y empleo que crea, y en los productos y servicios que proporciona a los consumidores a un precio razonable en relación a la calidad. Para conseguirlo, una empresa debe mantener su viabilidad económica y esforzarse por su propia prosperidad, pero su supervivencia no es un fin suficiente.

Las empresas juegan un gran papel en la mejora de la calidad de vida de sus clientes, empleados y accionistas, compartiendo con todos ellos la riqueza creada. También, los proveedores y los competidores tienen el derecho de esperar que la empresa cumpla sus obligaciones con honestidad e imparcialidad. Como ciudadanos responsables en la comunidad local, regional, nacional e internacional en la que operan, las empresas comparten la responsabilidad de forjar el futuro de dichas comunidades.

Principio 2.

El impacto social y económico de las empresas: hacia la innovación, la justicia y una comunidad mundial.

Las empresas establecidas en países extranjeros con el fin de desarrollarse, producir y vender, también habrían de contribuir al progreso social de estos países, creando empleos productivos y

ayudando a aumentar el poder adquisitivo de sus ciudadanos. Las empresas deberían también apoyar los derechos humanos, y contribuir a la educación, al bienestar social y al progreso de las comunidades en que operan.

Las empresas deben contribuir al desarrollo social y económico, no sólo en los países en los que operan, sino incluso en la comunidad mundial en general, mediante la utilización eficaz y prudente de recursos, una competencia libre y justa y, especialmente, la innovación en tecnología, marketing y comunicación.

Principio 3.

La conducta de las empresas: más allá de la letra de la ley, hacia un espíritu de confianza.

Aunque se acepte la legitimidad del secreto comercial, las empresas deberían también aceptar que la sinceridad, la equidad, la veracidad, el cumplimiento de los compromisos y la transparencia, contribuyen no sólo a su propia credibilidad y solidez, sino también a la fluidez y eficiencia de las transacciones comerciales, sobre todo, a nivel internacional.

Principio 4.

Respeto por las reglas.

Las empresas habrían de respetar las reglas nacionales e internacionales a fin de evitar fricción commercial y poder promover un comercio más libre, igualdad de oportunidades en la competencia y un trato justo e imparcial para todos. Además, deberían ser conscientes de que, a veces, un comportamiento perfectamente legal puede traer consecuencias adversas.

Principio 5.

Apoyo al comercio multilateral.

Las empresas deben apoyar los sistemas comerciales multilaterales del GATT/WORLD TRADE ORGANIZATION y otros acuerdos internacionales similares. Deben cooperar en los esfuerzos para promover la progresiva y ponderada liberalización del comercio y para modificar aquellas medidas internas que obstaculicen innecesariamente el comercio internacional. Además, los objetivos de la política nacional deben ser escrupulosamente respetados.

Principio 6.

Respeto por el medio ambiente.

Es deber de la empresa: proteger, y cuando le sea posible mejorar el medio ambiente, promover un desarrollo sostenido. Y evitar el despilfarro de recursos naturales.

Principio 7.

Prevención de operaciones ilícitas.

Una empresa no debe ni tolerar ni participar en sobornos, blanqueo de dinero o cualquier otra corruptela: incluso debe buscar la cooperación de otros para combatir estas prácticas.

Tampoco debe comerciar con armas u otros materiales utilizados en actividades terroristas, en tráfico de drogas o en cualquier otra clase de actividad delictiva.

Sección 3. Normas Para Todos Los Involucrados En Los Negocios

Clientes

Creemos que se debe tratar a todos los clientes con dignidad, independientemente de que hayan comprado directamente de nosotros o a través de intermediarios. Por lo tanto, tenemos la responsabilidad de:

proporcionar a nuestros clientes productos y servicios de la máxima calidad, de acuerdo con sus especificaciones;

tratar a nuestros clientes con honradez en todos los aspectos de nuestras transacciones comerciales, ofreciéndoles un alto nivel de servicios, y solución a sus reclamaciones;

hacer todo lo posible para que el bienestar y la seguridad de nuestros clientes, así como su medio ambiente, sean conservados, o mejorados, por nuestros productos y servicios;

asegurar el respeto a la dignidad humana en los productos ofrecidos, técnicas de venta y publicidad; y

respetar la cultura nacional de nuestros clientes.

Empleados

Creemos en la dignidad de cada empleado y en tomar muy en serio sus intereses. Por consiguiente, tenemos la responsabilidad de:

proporcionar empleos y compensaciones que mejoren las condiciones de vida del empleado;

proporcionar un ambiente de trabajo que respete la salud y la dignidad de cada empleado;

ser honestos en la comunicación con los empleados, y compartir abiertamente con ellos la información, dentro de los límites legales y de los condicionamientos de la competencia;

escuchar sus sugerencias, ideas, peticiones y reclamaciones, y llevarlas a efecto en lo posible;

entablar negociaciones de buena fe cuando surja un conflicto;

evitar prácticas discriminatorias y garantizar igual trato y oportunidad en cuanto a edad, sexo, raza y religión;

promover dentro de la propia empresa el empleo de personas de diferente habilidad en puestos de trabajo donde puedan ser verdaderamente útiles;

proteger a los empleados contra accidentes y enfermedades laborales;

incentivar y ayudar a los empleados para que desarrollen conocimientos y habilidades útiles y transferibles; y,

ser sensibles a los serios problemas de paro derivados de decisiones empresariales, y colaborar con gobiernos, colectivos de empleados, otras organizaciones y otras empresas para resolver dichos problemas.

Propietarios / Inversores

Creemos que debemos corresponder a la confianza depositada en nosotros por nuestros inversores. Por lo tanto, tenemos la responsabilidad de:

ofrecer una gestión diligente y profesional, a fin de asegurar un rendimiento justo y competitivo para nuestros inversores;

proporcionar toda información relevante a los propietarios/inversores dentro de los límites de la legalidad y de las reservas relacionadas con la competencia;

conservar, proteger y aumentar los bienes de los propietarios/inversores; y,

atender sus solicitudes, sugerencias, reclamaciones y resoluciones formales.

Proveedores

Nuestra relación con proveedores y subcontratistas debe basarse en un respeto mutuo. Por consiguiente, tenemos la responsabilidad de:

buscar la justicia y veracidad en todas nuestras actividades; incluso precios, licencias y derechos de venta;

asegurar que nuestras actividades comerciales estén libres de toda coacción y litigación innecesaria;

forjar una estabilidad permanente en nuestra relación empresa/proveedor, a cambio de calidad, competencia y seriedad;

compartir información con los proveedores, integrándolos en nuestros procesos de planificación;

pagar con puntualidad y conforme a las condiciones acordadas; y

buscar, estimular y seleccionar proveedores y subcontratistas cuyas prácticas empresariales respeten la dignidad humana.

Competidores

Creemos que la competencia comercial justa es uno de los requisitos básicos para incrementar la riqueza de las naciones, haciendo también posible la justa distribución de bienes y servicios. Por lo tanto, tenemos la responsabilidad de:

promover mercados abiertos al comercio y las inversiones;

fomentar un comportamiento competitivo que sea social y ambientalmente beneficioso y que dé prueba del respeto mutuo entre competidores;

abstenernos de propiciar o participar en pagos dudosos o en favores con la idea de obtener ventajas competitivas;

respetar los derechos de propiedad, tanto tangibles como intangibles; y,

rehusar la obtención de información comercial por medios deshonestos o no éticos, como el espionaje industrial.

La comunidad

Creemos que, como ciudadanos corporativos del mundo, podemos contribuir a aquellas fuerzas reformadoras y de humanos que estén actuando en las comunidades en las que operamos. Por consiguiente, tenemos la responsabilidad en aquellas comunidades de;

respetar los derechos humanos y las instituciones democráticas y promoverlos donde sea posible;

reconocer la obligación legítima del gobierno hacia la sociedad en general, y apoyar las políticas y aplicaciones prácticas que fomenten el desarrollo humano a través de relaciones armoniosas entre las empresas y otros segmentos de la sociedad;

colaborar con aquellas fuerzas en la comunidad dedicadas a mejorar los niveles de salud, educación, seguridad y salubridad en el lugar de trabajo y bienestar económico;

promover y estimular el desarrollo continuo y jugar un papel de liderazgo en la preservación y mejora del medio ambiente físico y en la conservación de los recursos de la Tierra;

apoyar la paz, la seguridad, la diversidad y la integración social;

respetar la integridad de las culturas locales; y

ser un buen ciudadano corporativo por medio de donaciones caritativas, contribuciones culturales y educativas y el fomento de la participación de los empleados en los asuntos cívicos y de la comunidad.

[Inicio](#) || [Tratados](#) || [Busca](#) || [Enlaces](#)
