

PRINCIPIOS EMPRESARIALES EL GRUPO FREUDENBERG

FREUDENBERG – UNA EMPRESA FAMILIAR DIVERSIFICADA

1. El Grupo Freudenberg es una empresa ampliamente diversificada. Su desarrollo ha sido orgánico, el resultado de aprovechar circunstancias favorables – como la invención del aro de retención Simmer y de las telas no tejidas durante los años treinta – y de ampliar de manera consecuente los negocios, por ejemplo, mediante expansión a otros países iniciada en los años cincuenta.
2. El Grupo Freudenberg debe continuar siendo una empresa familiar al cien por cien. Eso exige conservar un elevado porcentaje de capital propio de al menos el 40 %, lo cual, a su vez, no sólo precisa una adecuada rentabilidad, sino también un equilibrio adecuado entre inversiones y cash-flow.

Hoy en día, las líneas de negocio reunidos en el Grupo empresarial son muy diversos en cuanto a mercados, tecnologías y otras características. Sin embargo, no conviene olvidar que cerca de tres cuartas partes de sus ventas las realiza el Grupo con clientes de la industria transformadora; en este sentido existe un elemento común en lo referente al pensamiento empresarial.

El Grupo Freudenberg debe mantener esta política de diversificación, pues, esta estructura le proporciona una valiosa estabilidad. La pertenencia al Grupo confiere a los diferentes negocios una identidad específica común y un respaldo que les permite plantear una planificación a largo plazo.

3. El Grupo Empresarial está abierto a cooperaciones con otras empresas, siempre que eso suponga un complemento adecuado o un mayor reforzamiento de nuestras operaciones. Las relaciones con tales socios comerciales tienen que estar basadas en el juego limpio y en la confianza personal.
4. El Grupo Freudenberg tiene la sede en su localidad de origen Weinheim, que forma parte de su identidad y reúne un elevado caudal de conocimientos, tradiciones e infraestructuras. Weinheim debe seguir siendo un importante centro de producción también en el futuro. Para ello es necesario que las instalaciones de Weinheim – así como todas las demás en Alemania y en el extranjero – sean competitivas tanto en rendimiento como en costes.

XITO A TRAVÉS DEL RENDIMIENTO Y LA INNOVACIÓN

5. La medida del éxito del Grupo en sus mercados, así como en su estructura interna, es la estabilidad y la evolución positiva de la rentabilidad. De ello depende la posibilidad de alcanzar todos los demás objetivos empresariales en el ámbito social más amplio.
6. El crecimiento saludable resulta esencial para la subsistencia a largo plazo de la empresa. El factor decisivo para el éxito es una capacidad máxima de rendimiento de cara al cliente. Las estructuras y las medidas a adoptar deben adecuarse a este objetivo.
7. La innovación satisfactoria en el ámbito de productos y procedimientos, en la distribución, en la administración y en las formas de colaboración constituye la garantía de futuro de Freudenberg. La innovación requiere una mentalidad abierta frente a las ideas nuevas. Su éxito económico exige la proximidad al cliente y un rendimiento máximo en situaciones de competencia.
8. El Grupo empresarial solamente realizará negocios en aquellos ámbitos en que sea líder en el correspondiente mercado o en los que ocupe un sólido segundo lugar, o al menos tenga posibilidades plausibles de alcanzarlo.

Cuando el Grupo se halle activo en mercados mundiales o continentales, tiene que perseguir el objetivo de convertirse también en líder mundial en todos los países importantes a través de su organización de ventas y, en caso necesario, de empresas de producción.

PRINCIPIOS DIRECTIVOS

9. Para garantizar el éxito de nuestro Grupo empresarial diversificado, la estructura organizativa y de dirección tiene que estar basada en una amplia libertad de acción comercial del estamento directivo y en la confianza en todo nuestro personal. El trato entre todos los empleados del Grupo Freudenberg tiene que caracterizarse por el respeto mutuo, la comprensión y la confianza. El individualismo y el elevado grado de responsabilidad personal, junto con un conjunto mínimo de necesarias reglas formales, deben definir el estilo especial del Grupo empresarial. La promoción profesional de sus empleados constituye una preocupación tradicional y un requisito esencial para el éxito del Grupo Freudenberg. Por eso se hace especial énfasis en la formación y en el perfeccionamiento, así como en el intercambio de empleados entre países. Garantizamos la igualdad de oportunidades a mujeres y hombres en cuanto a la delegación de responsabilidades en todas las funciones y de la promoción profesional. Existe un compromiso social del Grupo Freudenberg con todos sus empleados, tanto en Alemania como en otros países. A tal fin no cabe establecer una regla uniforme;

depende sobre todo de las legislaciones, los hábitos, las necesidades y las posibilidades de los respectivos países. Nuestra empresa no permite en modo alguno la discriminación o explotación de personas desprotegidas.

10. La política comercial del Grupo exige el cumplimiento de unos principios de comportamiento con los cuales puedan identificarse tanto los socios como los empleados:

- Nosotros también hemos de sobrevivir en medio de una dura competencia. El éxito debe basarse en el rendimiento; no admitimos negocios en los que se utilicen medios ilegales o inmorales.
- No fabricaremos productos cuya finalidad sea causar daño al ser humano (por ejemplo, armas).
- Una actitud responsable respecto al medio ambiente y la seguridad de nuestros empleados constituyen importantes objetivos corporativos y no deben limitarse al estricto cumplimiento de las correspondientes leyes.

Freudenberg & Co. Diciembre de 1994

Información editorial

Freudenberg Group
Höhnerweg 2 – 4
69469 Weinheim, Alemania

Editor
Freudenberg & Co. KG
Comunicación Corporativa
Teléfono: +49 6201 80 0
CorporateCommunications@freudenberg.com
www.freudenberg.com

Diciembre de 2015
Ref.: FRE1017ES