

Guía  
de  
Ética Empresarial

Nicaragua  
Abril, 2004

|  |                                     |
|--|-------------------------------------|
| <b>I. INTRODUCCIÓN</b> .....   | <b>4</b>                            |
| <b>II. BASES PARA UNA GUÍA DE ÉTICA EMPRESARIAL</b> .....  | <b>5</b>                            |
| <b>III. CONTENIDO DE LA GUÍA DE ÉTICA EMPRESARIAL</b> .....  | <b>6</b>                            |
| A. VALORES TRANSVERSALES .....   | 6                                   |
| 1. EL RESPETO A LA DIGNIDAD HUMANA.....  | 6                                   |
| 2. CONCEPTO DE NOSOTROS MISMOS.....  | 7                                   |
| 3. PRO-ACTIVIDAD .....   | 7                                   |
| 4. AFÁN DE ALCANZAR LAS METAS .....  | 7                                   |
| 5. RESPONSABILIDAD .....   | 7                                   |
| 6. COHERENCIA DE VIDA.....   | 8                                   |
| 7. LEALTAD .....   | 8                                   |
| 8. VERACIDAD .....   | 8                                   |
| B. ESTRUCTURA DE LA GUÍA DE ÉTICA EMPRESARIAL .....  | 8                                   |
| 1. RELACIÓN CON LOS EMPLEADOS.....   | 9                                   |
| 2. RELACIÓN CON CLIENTES Y PROVEEDORES .....   | 9                                   |
| CLIENTES.....  | 9                                   |
| PROVEEDORES .....  | 10                                  |
| 3. COMPETENCIA.....  | 10                                  |
| 4. RELACIÓN CON LA COMUNIDAD.....  | 11                                  |
| 5. COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN AL PÚBLICO (PUBLICIDAD).....   | 11                                  |
| 6. CONFLICTOS DE INTERÉS .....   | 11                                  |
| 7. TEMAS AMBIENTALES .....   | 12                                  |
| 8. PRÁCTICAS FINANCIERAS .....   | 12                                  |
| 9. GOBIERNO / ESTADO .....   | 12                                  |
| 10. CONFIDENCIALIDAD Y LEALTAD .....   | 13                                  |
| 11. GOBIERNO CORPORATIVO (JUNTAS DIRECTIVAS) .....   | 13                                  |
| <b>PLAN DE ACCIÓN</b> .....  | <b>14</b>                           |
| OBJETIVOS.....   | 14                                  |
| FASE 1: DESPERTAR EL INTERÉS EN LA ÉTICA EMPRESARIAL EN NICARAGUA.....                             | 14                                  |
| <b>Actividades Fase 1:</b> .....   | 14                                  |
| FASE 2: PREPARACIÓN DE LA GUÍA GENERAL PARA EL/LOS CÓDIGO MODELO .....                             | 15                                  |
| <b>Actividades Fase 2:</b> .....   | 15                                  |
| FASE 3: PREPARACIÓN DE UN MANUAL DE ÉTICA EMPRESARIAL Y OTRAS HERRAMIENTAS DE<br>CAPACITACIÓN..... | 15                                  |
| <b>Actividades para la fase 3:</b> .....   | 15                                  |
| FASE 4: CAPACITACIÓN EN ÉTICA EMPRESARIAL .....  | 15                                  |
| <b>Actividades para la Fase 4:</b> .....   | 15                                  |
| FASE 5: ESTABLECER MECANISMOS DE COOPERACIÓN SECTOR PÚBLICO Y PRIVADO.....                         | 15                                  |
| <b>Actividades para la Fase 5:</b> .....   | 16                                  |
| FASE 6: CREANDO UNA INICIATIVA DE ÉTICA EMPRESARIAL SOSTENIBLE A LARGO PLAZO .....                 | 16                                  |
| <b>Actividades para la Fase 6:</b> .....   | 16                                  |
| PATROCINADO POR.....   | <b>ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.</b> |
| AMCHAM    COSEP .....  | <b>ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.</b> |

MIEMBROS DE LA COMISIÓN DE TRABAJO .....**ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.**  
APOYADO POR .....**ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.**

## I. INTRODUCCIÓN

En el marco del persistente proceso de globalización cobra una importancia relevante la iniciativa del sector empresarial a favor del fomento y desarrollo de una cultura ética en los negocios en el ámbito institucional, gremial y empresarial.

Los empresarios hemos asentado las bases para alcanzar el objetivo propuesto, mediante el proceso de discusión y análisis de la Guía de Ética Empresarial donde dimos a conocer los lineamientos generales para elaborar Códigos de Ética. Este proceso nos facilitó la definición de objetivos más específicos, las acciones a seguir para su implementación, los recursos necesarios y la calendarización de las tareas a cumplir.

De esta manera, los empresarios mejoramos las condiciones para cumplir nuestras metas empresariales y al mismo tiempo, estamos abonando para una fructífera cosecha de los mejores valores éticos y morales para que sean el fundamento de decisiones acertadas no solamente para alcanzar elevados niveles de rentabilidad, sino que además coadyuve a garantizar un equilibrio armonioso con los consumidores y usuarios, el medio ambiente, nuestras familias, los trabajadores, el estado y la sociedad civil en su total.

Es justo reconocer los avances que los nicaragüenses hemos alcanzado durante los últimos años en materia de ética pública y empresarial. Nos referimos a la Ley de Defensa del Consumidor, la Ley de Contrataciones del Estado y su Reforma, el proceso de discusión de una Ley de Competencia, la Ley de Normalización Técnica y Calidad, la Ley de Metrología y la creación de la Oficina de Ética Pública.

Del nivel de avance de la ética empresarial dependerá en gran medida el efectivo acceso fluido a los mercados internacionales y al capital de inversión, así como una garantía real de la calidad de los bienes y servicios que se transan en el mercado doméstico, especialmente en el mercado de bienes de consumo, en el financiero y en el laboral.

Patentizamos que el mundo empresarial no puede esquivar su responsabilidad en una sociedad que urge de profundas transformaciones, pues coexiste una responsabilidad directa en la participación de los asuntos públicos que interesan a todos por igual.

En resumen, nada de lo expuesto en esta Guía de Ética Empresarial, podrá ser una realidad sin hombres de bien y sin los recursos adecuados. No obstante, no dudamos que como producto de la fructífera dinámica de grupo que ha prevalecido en la elaboración de esta Guía, resultado de un intercambio amplio entre los empresarios y representantes de la sociedad civil, pasará a marchar con paso firme del pensamiento a la acción, con iniciativas apuntaladas por el sector privado apoyadas por la sociedad civil.

La misión es mejorar y profundizar los avances logrados en los asuntos éticos, pues el mínimo retroceso conducirá al país a la senda del atraso absoluto, alejando así la posibilidad de elevar el nivel de vida de todos nicaragüenses.

Con este documento queremos colaborar en la construcción participativa de una cultura ética, ya que estaremos contribuyendo al desarrollo económico con justicia social, garantizando la prestación de bienes y servicios de la mejor calidad, garantizando a los consumidores y usuarios información suficiente y adecuada que les permita hacer efectivos sus derechos, en especial el de libre escogencia, cumpliendo con las condiciones de calidad e idoneidad de bienes y servicios.

Antes de discutir el tema de la Guía de Ética Empresarial, es importante determinar las razones por las cuales es de suma importancia contar con un documento de tal naturaleza en la Nicaragua de hoy. Las razones se pueden clasificar en aquellas de carácter filosófico y aquellas de carácter práctico.

Desde el punto de vista filosófico, una Guía de Ética Empresarial es necesaria porque es una herramienta más para la consecución del bien común de la sociedad nicaragüense. Simplemente, la Guía de Ética Empresarial nos permite acercarnos a la armonía de las relaciones de la empresa con el resto de la sociedad. Desde el punto de vista práctico, una Guía de Ética Empresarial nos permitirá tener mejor acceso a los mercados de los países más desarrollados del mundo, ya que ellos enfatizan mucho la importancia de los Códigos de Ética en las empresas. El acceso a mercados con más capacidad económica debe traducirse en expansión para nuestras empresas y por ende, en mayores ingresos y utilidades.

El propósito de esta guía es el de establecer un modelo de los principios y estándares generales que son aceptados en las transacciones internacionales de negocios.

## **II. BASES PARA UNA GUÍA DE ÉTICA EMPRESARIAL**

Una Guía de Ética Empresarial nos encamina ha apropiarnos de paradigmas morales y éticos más acordes a los estándares occidentales de justicia y transparencia.

Además, las organizaciones internacionales financieras multilaterales, hacedoras de opinión, cada día exigen con más ahínco, Códigos de Ética Corporativos. En este sentido podemos afirmar que una Guía de Ética Empresarial es un paso trascendental en la ruta correcta a llenar estos requisitos.

Es importante recordar que la Ética no debe ser impuesta por medio de la coerción sino por medio de la persuasión y el convencimiento.

Reconocer que la ética debe de ser integral de todos los actores de un entorno e impulsar códigos, de manera simultanea con los actores con los que interactúan las empresas.

### **III. CONTENIDO DE LA GUÍA DE ÉTICA EMPRESARIAL**

En el mundo de la Globalización se puede percibir el aumento del papel de la empresa privada, la tendencia de un cambio del poder de estados nacionales a la “comunidad corporativa” y crecientes interdependencias en este mundo actual, como por ejemplo entre la empresa y sus colaboradores, la empresa y el municipio, el mercadeo responsable, principios éticos del funcionamiento de una empresa moderna; y la empresa y el medio ambiente. Se desarrollan también más proyectos del carácter “Asociación Empresa Privada – Sector Público”.

Este rol cada vez más preponderante de la empresa privada, ha llevado a los gobiernos, agencias internacionales, instituciones multilaterales a analizar el entorno ético del sector privado que ha motivado un crecimiento de criterios éticos en el trabajo de las empresas privadas.

La Guía debe destacar los contenidos de las relaciones comerciales, considerando el efecto de la competencia extranjera, igual que los aspectos humanos de la libre competencia y el beneficio a los consumidores nicaragüenses.

Es recomendable que para la elaboración de un código de ética se debe considerar que estos sean operativos, y sectoriales y que se adapten al tipo de negocio ya que hay variaciones que hacen imposible un solo documento.

#### **a. VALORES TRANSVERSALES**

Hemos diseñado estas recomendaciones que puestas en practica nos darán las soluciones deseadas de operar dentro de un marco ético y transparente.

Los valores humanos son esenciales para crear un ambiente ético, y estos deben de prevalecer en nuestras actitudes, a como son el enfatizar la honestidad, el valor de la palabra y el ejemplo de los empresarios y el gobierno para motivar cambios en valores de la población.

##### **1. El respeto a la dignidad humana**

El respeto a la dignidad de la persona, es el valor primario y universal con muchas consecuencias. Ubicarlo como primer valor no es sólo una necesidad lógica sino una declaración de finalidad respecto a la concepción de la empresa.

Pero ¿Cómo lograr este respeto? Habrá que vivir normas en cada una de nuestras áreas de acción pero con ese mismo orden: de lo más íntimo a lo más externo, como veremos a continuación.

## **2. Concepto de Nosotros Mismos**

Es el esforzarnos por ser mejores personas en todo sentido y por ser personas libres, responsables; con unidad y coherencia de vida y con aspiraciones.

Conocer y utilizar al máximo nuestra capacidad operativa para satisfacer cualquier necesidad propia, la de otros miembros de la organización y, en particular de nuestros clientes.

## **3. Pro-actividad**

Es la capacidad de accionar y no sólo de reaccionar. Es la decisión firme de tomar las iniciativas, correr riesgos razonables, planificar y luchar por alcanzar nuestras metas e ideales.

La actitud de servicio nos estimula a mejorar los procedimientos, actitudes y características de los servicios que ofrecemos.

Conviene recordar que debemos desarrollar nuestra iniciativa para nuestras sugerencias a los distintos gerentes, e incluso a los directores del consejo de administración, sean una muestra del empeño que tenemos en mejorar profesionalmente.

## **4. Afán de alcanzar las metas**

Nuestra pro actividad es particularmente importante al orientar nuestros esfuerzos a proponernos metas para alcanzar nuestros objetivos, y para apoyar a los demás en este esfuerzo sabemos que lo mejor es ejecutar nuestro trabajo sin pretextos o excusas. Dar un adecuado seguimiento a las metas personales, a diario, redunda en beneficio de todos porque todos obtendríamos resultados.

## **5. Responsabilidad**

Entendemos este valor como la voluntad de asumir las consecuencias de nuestras acciones, responder por los resultados y no sólo por los esfuerzos.

Nuestro negocio debe ser un negocio de confianza y de prudente apreciación del riesgo, y la confianza, recordamos todos con frecuencia, se genera cuando nuestras acciones son predecibles porque siempre son éticas. Por esto se requiere observar todas las normativas vigentes con rigor y mantener la actitud de proceder siempre con justicia.

## **6. Coherencia de vida**

Para generar y transmitir esa confianza nos apoyamos en nuestra vida personal. El ámbito de nuestro mundo privado–personal y familiar es un valioso incentivo para nuestro trabajo diario.

A partir de eso, tenemos en cuenta que para actuar de manera inmediata y espontánea en la dirección correcta, nos comportamos como somos en todos los aspectos de nuestra vida. Por eso procuramos ser coherentes con nuestro estilo de vida profesional: de por sí exigente y ejemplar.

## **7. Lealtad**

Debemos de buscar alternativas a esas propuestas que no son éticas en nuestras negociaciones diarias y mantener nuestra lealtad a la cultura de ética de nuestra empresa.

## **8. Veracidad**

La veracidad es el reflejo de la realidad sin alteraciones. Es importante aclarar a nuestras contrapartes cuando estamos transmitiendo datos y cuando estamos transmitiendo nuestra opinión en torno a hechos, situaciones, etc. Asimismo, debemos evitar contar los hechos a medias pues dicha transmisión de información se convierte en una mentira.

La veracidad tiene réditos aún desde el punto de vista económico, cualquier persona prefiere hacer negocios con alguien que tiene un “record” de decir siempre la verdad que con alguien que no siempre dice la verdad o dice la verdad a medias.

# **B. ESTRUCTURA DE LA GUÍA DE ÉTICA EMPRESARIAL**

Cuando tomamos decisiones en nuestro trabajo diario tenemos en cuenta que el derecho primario a proteger es el de la Empresa y de nuestros clientes porque somos administradores de bienes a terceros.

Las transacciones dentro y fuera de una empresa, se identificaron en 11 elementos o títulos que se deben analizar e incluir dentro de la Guía de Ética Empresarial, y que listamos a continuación:



## 1. Relación con los Empleados

- Promover el trabajo decente sustentado en los principios y derechos fundamentales del trabajo que figuran en la Declaración de la Oficina Internacional del Trabajo (OIT) de 1998, ratificados por Nicaragua
- Respetar la dignidad humana y los derechos inalienables de los trabajadores y colaboradores especificados en las leyes nacionales, cumpliendo con el marco legal establecido en nuestro país para remuneración y pago de sus prestaciones sociales, de salud, seguridad social y pensiones.
- Promover un vocabulario de respeto, amistad y compañerismo entre los diferentes actores dentro de la empresa.
- Promover en los empleados y colaboradores el respeto hacia la empresa, los clientes, proveedores y demás agentes con que se relacionan.
- Promover políticas de remuneración en base al merito laboral, productividad e índices de desempeño
- Promover su desarrollo integral, capacitación y bienestar. Crear políticas y planes empresariales que fomenten el desarrollo del personal
- Desarrollar planes de beneficios sociales que promuevan la estabilidad laboral
- Crear condiciones dignas de trabajo y de seguridad laboral. Promover acciones y condiciones donde los empleados se sientan partícipes en el desarrollo de la empresa
- Divulgar los valores de una cultura ética al interior de la empresa basados en aspectos antes mencionados como respeto a la dignidad humana, remuneraciones justas, igualdad, honestidad, así como ambiente de reciprocidad entre empleador y empleado
- Estos principios no limitan el derecho de una empresa a esforzar disciplinas a sus fuerzas de trabajo de acuerdo a las leyes laborales del país

## 2. Relación con Clientes y Proveedores

### ***Clientes***

- Declarar al cliente como el Centro de nuestra actividad y fundamento de la empresa.
- Tratar a los clientes dentro de un marco de transparencia y ética, promoviendo controles de calidad acordes a lo que la empresa ofrece a los clientes, garantizando las expectativas deseadas, desarrollando ambientes de credibilidad y confianza.

- Las empresas deben de desarrollar una cultura de servicio al cliente dentro de toda la estructura organizativa de la empresa para garantizar la excelencia.
- Cumplir las disposiciones legales y reglamentarias sobre pesas, medidas y metrología.
- Promover estándares de calidad.

### ***Proveedores***

- Definir políticas y normas claras dentro de relaciones empresa, acreedores y proveedores. Mantener lealtad y ética hacia los proveedores desarrollando controles administrativos dentro de la empresa para evitar actos anti-éticos
- Hacer a proveedores y acreedores partícipes de crecimiento de la empresa construyendo relaciones y alianzas de largo plazo
- Desarrollar mecanismos de información y control que eviten actos ilícitos entre empleados de mandos intermedios tanto del lado de los proveedores y acreedores
- Promover la relación ganar-ganar que permita el desarrollo de la empresa y proveedores (Desarrollo de alianzas de desarrollo mutuo)
- Fomentar relaciones de intercambio comercial con empresas que funcionen dentro de un marco de ética
- Cumplir cabalmente con las obligaciones legales y contractuales
- Crear mecanismos hábiles de mediación y arbitraje entre proveedores y las empresas para la solución de las controversias y evitar los costosos mecanismos legales

### **3. Competencia**

- Aplicar las leyes de competencia que rigen en el país
- Cumplir las disposiciones que regulan la propiedad intelectual y velar por su observancia.
- Cumplir las disposiciones sobre promoción de la competencia y prácticas comerciales restrictivas en los mercados nacionales.
- Desarrollar soluciones alternas de conflicto para resolver disputas entre empresa y consumidor
- Actuar con lealtad, transparencia y buena fe en las relaciones comerciales con los competidores.
- Concertar mecanismos de vigilancia y seguimiento para garantizar la transparencia de los procesos de contratación pública y privada.
- Apoyar la formación de una comunidad empresarial con valores éticos, consciente de su responsabilidad en la búsqueda de la justicia social.

- Amiguismo y nepotismo son dos ejemplos que se deben de considerar en ciertas ocasiones que afectan la competencia.
- Evitar la promoción de monopolios

#### **4. Relación con la Comunidad**

- Reconocer que las empresas tienen su relación con la comunidad, que envuelven la veracidad, la honestidad, y el control de calidad promoviendo que no haya monopolios y carteles que afecten a la comunidad.
- Reducir trámites y reconocer los riesgos que significan los controles, los comportamientos que promocionan reacciones indeseables.
- Resistir el crimen y la corrupción, y entender que el crimen y la corrupción son poco rentables para todos.
- Fortalecer los procedimientos organizativos de cada empresa para que permitan como primer paso la aplicación de un código de ética.
- Abstenerse de la realización de actos ilegales en detrimento de terceros.

#### **5. Comunicación e Información al Público (Publicidad)**

- La información presentada al público en general debe de ser clara, precisa y honesta, y promover la publicidad que lleve congruencia entre los productos y/o servicios que se ofrecen
- No utilizar publicidad para competencia desleal y desprestigiar a otros sin base, para descalificar a competidores
- Derecho del consumidor a ser informado correctamente de los productos y sus contenidos
- Publicidad apegada al marco jurídico que contemple la ley de defensa al consumidor y que sea detallada con veracidad, y que pueda ser verificable
- Un producto debe de detallar sus ingredientes básicos, la calidad nutricional de los alimentos, fecha abierta, sus verdaderos beneficios, y los daños que puede causar a la salud

#### **6. Conflictos de Interés**

- No conjugar intereses económicos de empleados con suplidores.
- No se debe permitir que un trabajador en el Estado beneficie empresas relacionadas a él o familiares.

- No utilizar un cargo en empresas con fines de lucro personal o de terceros, o tráfico de influencia.
- Regalías, comisiones y honorarios costeados por la empresa para beneficio propio.
- Nepotismo puede afectar a los accionistas de una empresa

## **7. Temas Ambientales**

- Utilizar dentro de las posibilidades técnicas y de mercado, tecnologías limpias que garanticen la conservación del ecosistema, y abstenerse de utilizar indebidamente productos, procesos y tecnologías que de manera comprobada lesionen el medio ambiente.
- Desarrollar alianzas con empresas que actúen responsablemente frente al medioambiente
- Considerar dentro de la elaboración del código de la empresa la defensa del medioambiente
- Promover una atmósfera de responsabilidad dentro de la misma empresa
- Publicar buenas practicas y mostrar beneficios de ellos

## **8. Prácticas Financieras**

- Promover la transparencia en las transacciones del gerente financiero y el contador público manteniendo el compromiso de los directivos de la empresa
- Fijar normas de la contabilidad aplicable para todos dentro de la empresa (controles, informaciones, etc.);
- Mantener auditorias externas de una manera periódica, asegurándose de tener siempre al día los documentos financieros de la empresa
- Crear un clima dentro de la empresa, donde se puedan tocar temas financieros en caso de necesidad independiente del puesto
- Promover la formalización de la micro, pequeña, y mediana empresa con las que hacen negocios.
- Informar con veracidad sobre la situación económica y financiera de la empresa

## **9. Gobierno / Estado**

- Colaborar con el cumplimiento de los fines del Estado a través de la estricta observancia de las obligaciones en materia laboral, tributaria, administrativa, comercial y contractual. Empresas que manejan bien todas estas relaciones con el estado son empresas bien manejadas

- Insertar todas las actividades empresariales dentro del marco jurídico formal
- Exigir oportunamente del estado la observancia de la ética pública
- Ser pro-positivo, pro-activo y presentar propuestas al estado para que contribuyan a la mayor eficacia de la gestión pública.
- En caso de contratación con las entidades estatales, respetar los principios de transparencia, responsabilidad y economía y cumplir con la plenitud de los requerimientos del estatuto contractual de la administración pública y relacionada.
- Suministrar información veraz y oportuna para que haya auto calificación y auto clasificación en el Registro Único de Proveedores del Estado.
- Observar una actitud ética frente a los servidores públicos.
- Abstenerse de regalías que puedan influenciar o comprometer al funcionario público.
- Abstenerse de participar en situaciones que impliquen reales o potenciales conflictos de intereses cuando existe la posibilidad de representar al estado y a la vez el sector privado.
- No utilizar información confidencial que le pertenece al estado y sus instituciones en beneficio personal y de la empresa.
- Actuar con ética en los procesos de contratación directa, licitaciones y concursos y cumplir rigurosamente las obligaciones que de ellos deriven.
- No aceptar el dar o recibir soborno, coimas, o mordidas, igual que la extorsión o cualquier presencia de estas.

## **10. Confidencialidad y Lealtad**

- Determinar los niveles de confidencialidad acorde al giro de la empresa, y comunicarlos a los empleados para su cumplimiento y prever responsabilidades ulteriores.
- Evitar acciones como el espionaje industrial y comercial, sobornos, acceso ilícito a lugares, robo e intervención de líneas telefónicas así como contratar empleados de la competencia a fin de obtener información confidencial y buscar datos confidenciales entre los empleados y los clientes de la competencia.
- Proteger la información personal de nuestros empleados.
- Promover planes de incentivos laborales, sociales y económicos para fomentar la lealtad de los empleados hacia la empresa
- Promover la lealtad en las transacciones diarias con los empleados, clientes y proveedores

## **11. Gobierno Corporativo (Juntas Directivas)**

- Promover requisitos éticos y morales dentro de la junta directiva, para tener éxito en sus funciones.
- Ser responsable en la toma de decisiones contables de la empresa (accountability).
- Se deben evitar los conflictos de interés entre los miembros de las Juntas Directivas y que estas estén entrelazadas en compañías de grupos relacionados;
- Las Juntas Directivas deben de preocuparse por crear un comportamiento ético en las empresas.
- Los gobiernos corporativos deben de cumplir las leyes y promover la promulgación de leyes anticorrupción y que se apliquen sin excepción incluyendo las sanciones apropiadas.
- Respetar las relaciones con otras empresas con las que se tengan relaciones de negocios, siempre respetando contratos de negociación.
- La misión y visión de las empresas deben de tener consideraciones éticas con respecto a la responsabilidad social de la empresa.
- Abrir las Juntas Directivas a ser más representativas de las comunidades;

## **Plan de Acción para la Implementación del Programa de Ética en los Negocios de Nicaragua**

### **Objetivos**

1. Generar conciencia sobre la importancia de la ética, la transparencia y rendición de cuentas en los negocios,
2. Brindar al sector privado las herramientas y la capacidad necesaria para implementar un programa de ética empresarial en sus propias compañías o empresas,
3. Integrar al sector público y privado en un dialogo sobre la ética y la transparencia en los negocios,
4. Asistir al sector privado en el desarrollo de mecanismos para generar conciencia e implementar prácticas éticas a largo plazo.

### **Fase 1: Despertar el interés en la Ética Empresarial en Nicaragua**

#### **Actividades Fase 1:**

- Crear un “Grupo de Trabajo” integrado por un amplio espectro de organizaciones de la sociedad civil del sector privado y otras organizaciones representativas (Abril – Mayo 2003)

## **Fase 2: Preparación de la Guía General para el/los Código Modelo**

### **Actividades Fase 2:**

- Inicia la preparación de una Guía o Código Modelo (Mayo 2003)
- Realización de videoconferencia con el grupo de trabajo, USDOC, y representantes de la Embajada para evaluar el progreso alcanzado en el desarrollo de la guía y el plan de acción. (Junio/Julio 2003)
- Borrador de la Guía Modelo (Agosto 2003)
- Presentación de la Guía al sector privado (30 de Octubre 2003)
- Enriquecimiento de la Guía en taller de consulta (10 de febrero 2004)
- Disseminación y solicitud de comentarios acerca de la Guía al sector privado nicaragüense, en vías al Manual de Ética. (Febrero/Marzo 2004)

## **Fase 3: Preparación de un Manual de Ética Empresarial y otras herramientas de capacitación**

### **Actividades para la fase 3:**

- Preparación de Manual de Ética Empresarial (Febrero-marzo 2004)
- Compromiso de implementación del Manual en "X" empresas y organizaciones empresariales (Abril 2004)
- Desarrollo de otras herramientas y recursos de capacitación empresarial

## **Fase 4: Capacitación en Ética Empresarial**

### **Actividades para la Fase 4:**

- Iniciar la preparación de un taller de ética empresarial que brindaría capacitación general sobre ética empresarial a las compañías nicaragüenses.
- Iniciar la preparación de un programa más intenso (ya sea en los Estados Unidos o en Nicaragua) e identificar a los participantes.
- Desarrollo e implementación de las capacitaciones
- Organización de 2 a 3 talleres conducidos por participantes del programa de capacitación, con la participación de representantes del gobierno de Nicaragua en al menos uno de éstos

## **Fase 5: Establecer Mecanismos de Cooperación Sector Público y Privado**

**Actividades para la Fase 5:**

- Patrocinio de una mesa redonda con miembros del Grupo de Trabajo y representantes del gobierno de Nicaragua para discutir el progreso alcanzado por el sector privado en la adopción de prácticas éticas y transparentes.

**Fase 6: Creando una Iniciativa de Ética Empresarial Sostenible a Largo Plazo****Actividades para la Fase 6:**

- Participación en las actividades sobre ética empresarial del sector privado nicaragüense
- Apoyo a los participantes de los programas de capacitación para que puedan implementar programas de ética en toda Nicaragua.
- Utilizando a los participantes como recurso, se brinda apoyo para la creación de Centros de Excelencia en los Negocios (por ejemplo centros de capacitación e Información)
- Se motiva al Grupo de Trabajo para que promueva los temas de ética empresarial y transparencia fuera del Departamento de Managua.



## Miembros de la Comisión de Trabajo



*Apojado por*

