

# Guía de Ética Empresarial

Nicaragua  
Abril 2006

<b>INTRODUCCIÓN</b>	3
<b>BASES PARA UNA GUÍA DE ÉTICA EMPRESARIAL</b>	4
<b>CONTENIDO DE LA GUÍA DE ÉTICA EMPRESARIAL</b>	4
<b>VALORES TRANSVERSALES</b>	4
El respeto a la dignidad humana	5
Pro-actividad	5
Responsabilidad	6
Lealtad	6
Veracidad	7
Profesionalidad	7
<b>ESTRUCTURA DE LA GUÍA DE ÉTICA EMPRESARIAL</b>	7
Relación con los empleados	8
Relación con clientes y proveedores	8
Clientes	8
Proveedores	9
Competencia	9
Relación con la comunidad	10
Comunicación e información al público (Publicidad)	10
Conflicto de interés	10
Temas ambientales	10
Prácticas financieras	11
Gobierno/Estado	11
Confidencialidad y lealtad	12
Gobierno corporativo (Juntas Directivas)	12
<b>Plan de Acción para la Implementación del Programa de Ética en los Negocios de Nicaragua</b>	13
Objetivos	13
Fase 1: Despertar el interés en la ética empresarial en Nicaragua	13
Fase 2: Preparar la guía general para el/los código(s) modelo(s)	13
Fase 3: Preparar un Manual de Ética Empresarial y otras herramientas de capacitación	13
Fase 4: Capacitar en ética empresarial	14
Fase 5: Establecer mecanismos de cooperación sector público y privado	14
Fase 6: Crear una iniciativa de ética empresarial sostenible a largo plazo	14

## 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***, en la cual damos a conocer los lineamientos generales para elaborar códigos de ética empresariales. Éste 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 promovemos valores éticos y morales para que sean el fundamento de decisiones acertadas no solamente para alcanzar elevados niveles de rentabilidad, sino que además coadyuven a garantizar un equilibrio armonioso con los consumidores y usuarios, el medio ambiente, nuestras familias, los trabajadores, el estado y la sociedad en su total. Así mismo, patentizamos que el mundo empresarial no puede esquivar su responsabilidad en una sociedad que urge profundas transformaciones.

La misión de este esfuerzo es mejorar y profundizar los avances logrados en los asuntos éticos empresariales, 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 los nicaragüenses. Con este documento queremos colaborar en la construcción participativa de una cultura ética contribuyendo al desarrollo económico con responsabilidad 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.

Es importante determinar las razones por las cuales es de suma importancia contar con un documento de esta 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 y nos permite tener una relación armoniosa con la empresa. 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 éstos demandan calidad y transparencia en los mercados. Es por esto, que 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.

En resumen, nada de lo expuesto en esta *Guía de Ética Empresarial* podrá ser una realidad sin personas 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 y apoyadas por la sociedad en general.

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

Una *Guía de Ética Empresarial* nos encamina a apropiarnos de paradigmas morales y éticos más acordes a los estándares occidentales de justicia y transparencia. 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. Debemos reconocer que la ética debe de ser parte integral de todos los actores de la empresa e impulsar un código de ética de manera simultánea con los actores con los que interactúa la empresa.

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

Con la globalización, se ve 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 como por ejemplo entre la empresa y sus colaboradores, la empresa y el municipio, el mercadeo responsable, los principios éticos del funcionamiento de una empresa moderna, y la empresa y el medio ambiente. Además, 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 motivando un crecimiento de criterios éticos en el trabajo.

La guía destaca el contenido 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. Recomendamos que para la elaboración de un código de ética se considere que éstos sean operativos y sectoriales, y que se adapten al tipo de negocio, por lo que existen variaciones que hacen imposible un sólo documento.

## **VALORES TRANSVERSALES**

Hemos diseñado estas recomendaciones que puestas en práctica nos darán las soluciones deseadas para operar dentro de un marco ético y transparente. Los valores humanos son esenciales para crear un ambiente ético y éstos deben de prevalecer en nuestras actitudes, como enfatizar la honestidad, el valor de la palabra y el ejemplo de

los empresarios y el gobierno para motivar cambios en los valores morales y cívicos de la población.

### **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? Normando cada una de nuestras acciones de lo más íntimo a lo más externo, a como veremos a continuación:

- **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.
- **Credibilidad**  
Confianza en alguien por sus cualidades, logros y los hechos positivos que respaldan su conducta.
- **Integridad**  
Entereza y rectitud de conducta; vivir de acuerdo con principios y valores éticos; probidad y coherencia personal.
- **Honestidad**  
Conducta recta, que lleva a observar normas y compromisos, teniendo en cuenta principios y valores éticos.

### **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 dar sugerencias a los distintos gerentes, e incluso a los directores del consejo de administración, para que sean una muestra del empeño que tenemos en mejorar profesionalmente.

- **Aíán de alcanzar la 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, redundará en beneficio de todos porque todos obtendríamos resultados.

- **Iniciativa**

Afán de hacer las cosas, de encontrar salidas y soluciones; capacidad de innovación y decisión para replantear las cosas.

## **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, y nuestras acciones deben ser predecibles porque siempre son éticas, observando todas las normativas vigentes en la empresa con rigor.

- **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.

- **Confidencialidad**

Quizá el activo más importante que manejamos es la información que generan nuestras decisiones de negocios. La usamos libre y ágilmente, pero para la finalidad establecida: la permanencia en el largo plazo de nuestra empresa. Como se trata de información propietaria, no la compartimos, ni siquiera de manera indirecta o casual, con otras personas ajenas a nuestra área de trabajo, porque difícilmente podrían comprender el valor de lo que sabemos y no podrían distinguir cuál constituye información confidencial y cuál no.

## **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.

- **Compromiso**

Convertir una promesa en realidad; cumplir lo prometido, pactado u ofrecido formal o informalmente.

## **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 “récord” de decir siempre la verdad que con alguien que no siempre dice la verdad o dice la verdad a medias.

- **Transparencia**

Sinceridad en el actuar, en el pensar y en el decir; conducta clara, disposición a que la propia actuación esté sometida a normas y reglas claras.

## **Profesionalidad**

Respuesta eficaz en la gestión que facilite un servicio de excelencia con conciencia económica, amor al trabajo y la convicción de brindar lo mejor de sí con alto sentido del deber social adquirido.

- **Laboriosidad**

Uno de los activos más valiosos al servicio de todos los miembros de la empresa es el tiempo que dedicamos a nuestro trabajo diario. Se trata de un tiempo productivo, eficaz y eficiente. Por eso a ninguno de nosotros se le ocurre restar horas a la ejecución de las tareas entre manos.

- **Disciplina**

Seguir unas normas y unos procedimientos necesarios, procurando vivirlos más por convencimiento que por la imposición autoritaria de las mismas.

- **Perseverancia**

Luchar constantemente a lo largo del tiempo por alcanzar las metas propuestas, aunque surjan dificultades.

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

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

Se identificaron 11 relaciones de la empresa que se deben analizar e incluir en la *Guía de Ética Empresarial*. Estas relaciones incluyen las transacciones dentro y fuera de la empresa, las cuales listamos continuación:

### **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, los derechos y obligaciones 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 con base en el 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.
- Promover acciones y condiciones donde los empleados se sientan partícipes en el desarrollo de la empresa.
- Promover la divulgación de los valores de una cultura ética al interior de la empresa basados en aspectos antes mencionados como respeto a la dignidad humana, honestidad, así como ambiente de reciprocidad entre empleador y empleado.
- Estos principios no limitan el derecho de una empresa a esforzar disciplinas a su recurso humano de acuerdo a las leyes laborales del país.

### **Relación con clientes y proveedores**

#### **Cientes**

- Declarar al cliente como el centro de nuestra actividad y fundamento de nuestra 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 las 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 del crecimiento de la empresa construyendo relaciones y alianzas de largo plazo.
- Desarrollar mecanismos de información y control que eviten actos ilícitos entre empleados tanto del lado de los proveedores y acreedores como de la empresa.
- 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.

### **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 eliminar 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 social.
- Evitar el amiguismo y nepotismo, dos actos que se deben de considerar en ciertas ocasiones que afectan la competencia.
- Evitar la promoción de monopolios.

## **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 cárteles 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.

## **Comunicación e información al público (Publicidad)**

- La información presentada al público en general debe de ser clara, precisa y honesta.
- 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.
- Respetar el derecho del consumidor a ser informado correctamente de los productos y sus contenidos.
- Realizar 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.

## **Conflicto 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.
- Abstenerse de tomar regalías, comisiones y honorarios costeados por la empresa para beneficio propio.
- Evitar el nepotismo, puede afectar a los accionistas de una empresa.

## **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 medio ambiente.
  - Considerar dentro de la elaboración del código de la empresa la defensa del medio ambiente.
  - Promover una atmósfera de responsabilidad dentro de la misma empresa
  - Publicar buenas prácticas y mostrar beneficios de ellas.

### **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 auditorías 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 las micro, pequeña y mediana empresa con las que se hacen negocios.
- Informar con veracidad sobre la situación económica y financiera de la empresa.

### **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.
- 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 brindar 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 para beneficio personal o de la empresa.
- Actuar con ética en los procesos de contratación directa, licitaciones y concursos, cumpliendo rigurosamente las obligaciones que de ellos deriven.
- No aceptar dar o recibir soborno, coimas, mordidas, extorsionar o cualquier presencia de éstas.

### **Confidencialidad y lealtad**

- Determinar los niveles de confidencialidad acorde al giro de la empresa, 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.

### **Gobierno corporativo (Juntas Directivas)**

- Promover valores éticos y morales dentro de la Junta Directiva, para tener éxito en sus funciones.
- Asumir responsabilidades administrativas en la toma de decisiones y en el suministro de información.
- Evitar los conflictos de interés entre los miembros de las Juntas Directivas que estén entrelazados en compañías de grupos relacionados.
- Las Juntas Directivas deben preocuparse por crear un comportamiento ético en las empresas.
- Los gobiernos corporativos deben 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.
- Contemplar dentro de la misión y visión empresarial fundamentos éticos 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 diálogo 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: Preparar la guía general para el/los código(s) modelo(s)**

#### **Actividades Fase 2**

- Iniciar la preparación de una guía o código modelo. (Mayo 2003)
- Realizar 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)
- Preparar borrador de la guía modelo. (Agosto 2003)
- Presentar la guía al sector privado. (30 de octubre 2003)
- Enriquecer la guía en taller de consulta. (10 de febrero 2004)
- Diseminar y solicitar comentarios acerca de la Guía al sector privado nicaragüense, en vías al manual de ética. (Febrero - Marzo 2004)

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

#### **Actividades Fase 3**

- Preparar la Guía de Ética Empresarial. (Febrero - Marzo 2004)
- Establecer compromiso de implementación del manual en “X” empresas y organizaciones empresariales. (Abril 2004)

- Desarrollar otras herramientas y recursos de capacitación empresarial.

#### **Fase 4: Capacitar en ética empresarial**

##### **Actividades Fase 4**

- Iniciar la preparación de un taller de ética empresarial que brindaría capacitación general sobre ética empresarial a las compañías nicaragüenses. (Abril 2006)
- Iniciar la preparación de un programa más intenso (ya sea en los Estados Unidos o en Nicaragua) e identificar a los participantes. (Julio 2006)
- Desarrollar e implementar las capacitaciones.
- Organizar 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 Fase 5**

- Patrocinar 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: Crear una iniciativa de ética empresarial sostenible a largo plazo**

##### **Actividades Fase 6**

- Participar en las actividades de ética empresarial con el sector privado nicaragüense.
- Apoyar a los participantes de los programas de capacitación para que puedan implementar programas de ética en toda Nicaragua.
- Utilizar a los participantes como recurso, se brindara apoyo para la creación de Centros de Excelencia en los Negocios (por ejemplo, centros de capacitación e información).
- Motivar al Grupo de Trabajo para que promueva los temas de ética empresarial y transparencia fuera del Departamento de Managua.