ANEP

ASOCIACIÓN NACIONAL
DE LA EMPRESA PRIVADA

CÓDIGO DE ÉTICA EMPRESARIAL

ANEP EL SALVADOR

@ANEP El Salvador

Código de ética empresarial

A. Antecendentes

En el mundo actual, cada vez más globalizado, día a día aumenta la competencia, y las empresas deben idear maneras creativas e innovadoras para permanecer en los mercados y aumentar su participación en los mismos. En caso de no lograr competir, la consecuencia es quedar fuera del mercado.

Esta vertiginosa situación puede llevar a ejecutivos de empresas a enfrentarse a dilemas morales como infringir leyes y normas de conducta tradicionalmente aceptadas, con tal de lograr los objetivos y las metas estipuladas por las empresas. En los últimos años, se han conocido varios casos de fraude en los sectores de energía y financiero, obteniendo como resultado el aumento de la regulación y el control de parte de los gobiernos, sin que con ello deje de existir el riesgo de futuros fraudes.

Por lo anterior, es fundamental crear al interior de las empresas una cultura ética que abarque tanto el accionar de la empresa, como el comportamiento de todo el personal, a fin de que el trabajo desempeñado se realice con la lógica de la sana competencia, buscando ser mejores cada día en base a esfuerzo, innovación, creatividad, investigación, audacia; procurando una armonía con el ambiente, clientes, comunidad y gobierno. Esta cultura ética debe trascender a las demás empresas con las cuales existen relaciones comerciales, como los proveedores, acreedores y distribuidores.

Si bien las consecuencias del comportamiento anti-ético la experimentan las empresas, son las personas quienes toman decisiones que conducen a la empresa hacia prácticas éticas o no éticas.

Por ello, en muchos casos, las empresas teniendo como objetivo la sostenibilidad del negocio, han avanzado hacia la adopción de códigos de ética empresarial que marcan la línea de comportamiento de todo el personal, desde el colaborador más básico hasta el personal especializado, así como los niveles directivos y gerenciales, los accionistas y miembros de

junta directiva. En algunos casos, también se han venido exigiendo que empresas relacionadas, como proveedores y distribuidores, adopten códigos de ética empresarial, con el objetivo de lograr que toda la cadena productiva se rija por los mismos principios.

En El Salvador, varias Cámaras Empresariales han discutido, elaborado, adoptado e impulsado entre sus empresas socias, códigos de ética empresariales, asumiendo las características específicas de los diferentes mercados sectoriales; estos códigos de ética han hecho explícito valores, principios y conductas que se venían practicando en dichos sectores y que era necesario expresar claramente por escrito para consolidar su práctica e impulsar a las nuevas empresas a asumir la cultura de ética existente.

En los últimos años, se han elaborado los siguientes códigos de ética empresarial sectoriales:

- Código de Ética, Asociación Salvadoreña de Industriales.
- Código de Conducta, Asociación Azucarera de El Salvador.
- Código de Conducta, Asociación de Distribuidores de Vehículos.
- Código de Ética Empresarial, Cámara de Comercio e Industria de El Salvador.
- Código de Ética para la Industria de la Construcción, Cámara Salvadoreña de la Industria de la Construcción.
- Código de Autorregulación Publicitaria de El Salvador, Asociación Nacional de Anunciantes de El Salvador, Asociación Salvadoreña de Agencias de Publicidad y Asociación de Medios Publicitarios Salvadoreños.

A partir de estos códigos empresariales se evidencia el compromiso ético, el cual va más allá del mero cumplimiento de la ley. Con el objeto de avanzar en la divulgación y promoción de la cultura de ética, el sector privado inicia este documento de ENADE 2016 "El Salvador Libre de Corrupción" con la presentación de una propuesta marco del código de ética empresarial, como el fin de que las gremiales que pertenecen a ANEP promuevan entre sus socios la adopción de códigos de ética.

Es indudable que la divulgación y promoción de este tipo de instrumentos de adopción voluntaria, contribuirá de manera explícita a combatir diferentes prácticas de corrupción y anti-transparencia, logrando al mismo tiempo denunciar comportamientos alejados de la moral y la ética.

B. Ética empresarial y valores tranversales

La ética empresarial puede definirse como el conjunto de valores, normas y principios que invaden la cultura de la empresa para estar al servicio de la sociedad, logrando al mismo tiempo maximizar los intereses de sus accionistas.

El código de ética empresarial es un conjunto de principios rectores que deben ser un todo coherente e interpretado, individual y colectivamente, en términos de mejorar las normas y prácticas empresariales en relación con el ambiente, comunidad, Estado, proveedores y consumidores, a fin de obtener resultados tangibles en la construcción de una sociedad transparente, contribuyendo a una globalización socialmente sostenible.

La ética en el mundo empresarial promueve prácticas tales como competencia leal, clima de confianza, publicidad verdadera, así como deslegitima prácticas de corrupción, de hostigamiento laboral y discriminación, difamación y anuncios engañosos, lo cual conducirá hacia una armonía empresarial.

Los valores transversales mínimos que cualquier código de ética empresarial debe considerar siempre estarán vinculados con los ideales y creencias de la sociedad, tales como los siguientes:

- **Responsabilidad:** cumplir obligaciones y dar resultado; mantener el cuidado al tomar decisiones.
- **Respeto:** consideración y comprensión de los demás, valorando sus intereses y necesidades.
- **Transparencia:** sinceridad y honradez en la forma de ser y de actuar.
- **Innovación/creatividad:** capacidad de crear y generar nuevas ideas, conceptos y procesos.
- **Integridad:** expandir la acción de la empresa más allá de lo económico, recorriendo distintos ámbitos de relaciones.

C. Hacia una cultura de la integridad

La riqueza de un código de ética se fundamenta en su naturaleza de autorregulación. De manera voluntaria y por convicción, adoptar un código de ética muestra un compromiso por construir una sociedad libre de corrupción. Indudablemente el cambio no sucede a partir de un texto, sino que es a partir de su implementación y ejecución que se establecen los cimientos de una nueva cultura de la integridad.

La cultura de la integridad es lo opuesto a una sociedad corrupta basada en la cultura de la "viveza". La falta de integridad empresarial, además de suponer un perjuicio en términos de imagen, trae consigo grandes pérdidas en la cuenta de resultados.

Pero fomentar una cultura de integridad requiere a menudo alejarse de comportamientos que van en contra de la lógica de la ganancia presente. No siempre resulta fácil hacer lo correcto. Más bien, la sensación de recibir penalizaciones financieras por tomar la decisión éticamente correcta puede traer efectos indeseados en el corto plazo, pero que aseguran la sostenibilidad de la empresa en el mediano y largo plazo.

La cultura viene a ser una forma común de pensar, la cual impulsa una forma común de actuar; esa forma común que el sector privado busca es un actuar respetuoso, honesto e íntegro. La sociedad salvadoreña se ha acostumbrado a un ambiente de poca transparencia, y ha sido atrapada por una cultura de la viveza, donde se justifica y legitiman actos y actitudes de corrupción.

El primer paso en la búsqueda de integridad es una dimensión y exposición de principios rectores básicos que abarquen más allá de los cumplimientos legales. Si bien ésta condición es necesaria, no resulta suficiente. Una alta integridad conlleva algo más que respetar las leyes y redactar un código de ética; la excelencia moral llega como resultado de un hábito que se construye día a día.

Por tanto, el siguiente paso en pro de la construcción de una cultura de integridad es la difusión y la implementación activa de un código de ética en todas las empresas socias de las gremiales que pertenecen a ANEP, quienes al estar consciente del retorno económico y social que conlleva el combate a la corrupción adopten la propuesta marco del código de ética según la realidad económica de cada sector.

D. Insumos para propuesta marco del código de ética empresarial

Además de tomar como insumo los códigos de ética empresarial elaborados por las gremiales socias de ANEP que se mencionaron anteriormente, también se realizó una investigación sobre el contenido de códigos de ética del sector privado en otros países, tales como Colombia, Nicaragua, España y Estados Unidos.

De manera simultánea, se realizó una revisión bibliográfica de las principales fuentes internacionales en las materias concernientes, tales como los "Principios rectores sobre las empresas y los derechos humanos" y los "Objetivos del Desarrollo Sostenible", ambos documentos de Naciones Unidas, así como documentación de Transparencia Internacional.

Finalmente, se estudiaron y consideraron diversos aspectos de los ocho Convenios Fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo, siendo estos:

- Convenio sobre la libertad sindical y la protección del derecho de sindicación, 1948. Número 87.
- Convenio sobre el derecho de sindicación y de negociación colectiva, 1949. Número 98.
- Convenio sobre el trabajo forzoso, 1930. Número 29.
- Convenio sobre la abolición del trabajo forzoso, 1957. Número 105.
- Convenio sobre la edad mínima, 1973. Número 138.
- Convenio sobre las peores formas de trabajo infantil, 1999. Número 182.
- Convenio sobre igualdad de remuneración, 1951. Número 100.
- Convenio sobre la discriminación (empleo y ocupación), 1958. Número 111.

Dado que las actividades de una empresa incluyen sus acciones y sus omisiones, en donde sus relaciones abarcan no solo a las relaciones con sus socios comerciales sino que también considera toda la cadena de valor relacionada con sus operaciones y la diversidad de insumos que se han tomado en consideración, se busca que la propuesta del código de ética empresarial no sólo impulse un marco voluntario donde prevalezcan políticas y

procedimientos que rijan las actividades y relaciones comerciales de las empresas en el sentido más amplio posible, sino también concilie lo anterior de forma explícita con patrones respecto a la forma en que las empresas contribuyen al bien común de la sociedad.

E. Objetivos

- Fomentar la ética empresarial, promoviendo que las gremiales que pertenecen a ANEP impulsen la adopción de un código de ética empresarial entre sus empresas socias.
- Concientizar a la comunidad empresarial salvadoreña de los beneficios directos y las externalidades positivas de elaborar, aprobar y adoptar un código de ética empresarial.
- Identificar todas las dimensiones éticas en las relaciones entre colaboradores y empresarios, para promover su papel en el desarrollo de la actividad productiva de la empresa.
- Fomentar compromisos éticos de las empresas hacia el medio ambiente, trascendiendo las obligaciones legales.
- Elaborar un marco ético entre comunidad y empresa, desarrollando valores que armonicen la empresa dentro de su entorno comunitario.
- Diagramar principios éticos entre el consumidor y la empresa, fomentando el bienestar del consumidor desde el respeto mutuo y la integridad.
- Fomentar una relación armónica y transparente entre los competidores del mercado.
- Desarrollar aspectos éticos básicos que toda empresa debe tener hacia sus proveedores, en base a una relación de mutuo beneficio.
- Identificar pilares éticos fundamentales entre la empresa y los accionistas, en busca de una buena administración, transparente y eficiente.
- Impulsar un marco ético para fomentar la colaboración entre las empresas y el Estado, con el fin de desarrollar un trabajo integral y transparente fundamental para el desarrollo de toda sociedad.

F. Propuesta marco del código de ética empresarial

La propuesta marco del código de ética empresarial contiene los siguientes apartados:

1. Con los colaboradores
2. Con el ambiente
3. Con la comunidad
4. Con los clientes-consumidores
5. Con la competencia
6. Con los proveedores
7. Con los accionistas
8. Con el Estado

1. Con los colaboradores

- Respetar y promover la vida familiar de los colaboradores. Por ser la familia el lugar en el que se aprenden y consolidan los valores y las virtudes, se debe asumir el compromiso de conciliar las necesidades del trabajo con el tiempo que los colaboradores dedican a su vida familiar, es decir, promover un balance entre trabajo y tiempo libre.
- Reconocer que los colaboradores son fundamentales en el desarrollo de la actividad económica y productiva de las empresas, por lo que existe un compromiso de velar por la calidad de vida laboral, a través de prestaciones adicionales, capacitaciones, desarrollo personal y profesional, así como la promoción de una vida sana.
- Reconocer la necesidad de capacitar al personal con el apoyo de las entidades responsables de la formación técnica y profesional, con el fin de fortalecer y potenciar el desarrollo de las capacidades del talento humano, incluyendo a las personas con discapacidad.
- Fomentar la responsabilidad personal de los colaboradores. Implementar programas que favorezcan una mayor identificación con la visión y misión de la empresa, y contribuyan al respeto de la confidencialidad interna de la empresa.

- Promover empleos de calidad y productividad, que desarrollen el potencial del colaborador y que respondan a una remuneración justa.
- Promover y fomentar la igualdad entre los colaboradores, rechazando todo tipo de discriminación, tales como orientación sexual, condición física, estatus socioeconómico, discapacidad o grupo étnico, con el fin de desarrollar profesionalmente a la persona dentro de la organización.
- Exigir la erradicación del trabajo infantil, como compromiso de la empresa en todas sus dimensiones, exigiendo a proveedores, contratistas o sub contratistas el mismo nivel de compromiso, reconociendo que el trabajo infantil impacta negativamente en el desarrollo físico, psicológico y social de la niñez.
- Procurar la inclusión laboral de las personas con discapacidad, quienes deberán estar certificadas por las instituciones públicas correspondientes.
- Establecer espacios de sala cuna en las empresas, en donde las madres puedan brindar atención a sus hijos e hijas sin dejar de lado sus tareas laborales.
- Fomentar en los procesos de selección, contratación y promoción un trato imparcial a los candidatos, en base a la experiencia, conocimientos y habilidades técnicas que el puesto requiera.
- Fomentar un clima laboral armónico en las empresas, estableciendo condiciones de respeto en el cumplimiento bilateral de las obligaciones derivadas de la relación laboral existente.
- Implementar y promover una cultura de seguridad y salud ocupacional en los distintos centros de trabajo, como herramienta para fomentar el bienestar de los colaboradores, tomando las medidas adecuadas para prevenir y mitigar todo tipo de condición riesgosa o precaria en el lugar de trabajo.
- Garantizar procedimientos de negociación voluntaria entre el empleador y el colaborador, eliminando toda forma de trabajo coercitivo o forzoso para implementar las condiciones de empleo más favorables.
- Respetar el derecho de sindicación de los colaboradores, garantizando la libertad de expresión en su empleo, en el marco que las leyes determinen.
- Respetar la integridad y la dignidad de los colaboradores, apoyando la protección de los derechos fundamentales a favor de los colaboradores, establecidos en la Constitución y demás leyes vigentes de la República.

2. Con el ambiente

- Cumplir con exactitud las normas ambientales, velando por su respeto y sostenibilidad, mediante la erradicación de acciones que promuevan infringir normas y regulaciones que dañen o pongan en peligro al ambiente.
- Asegurar el cumplimiento de las leyes ambientales a través de un dialogo con las autoridades responsables de velar por su cumplimiento.
- Diseñar e implementar una política ambiental, que establezca los lineamientos bajo el cual las empresas regirán su accionar.
- Promover un enfoque preventivo, basado en una Eficiencia de Recursos y Producción más Limpia, RSP, que favorezca al ambiente a lo largo de toda la cadena productiva de la empresa.
- Garantizar la eficiencia y sostenibilidad de las operaciones de la empresa, procurando el menor uso posible de recursos, insumos y materiales, reduciendo al mínimo posible su impacto al ambiente.
- Compensar todos los impactos negativos causados en el ambiente a lo largo del ciclo de vida del producto.
- Medir, reducir y compensar el uso del recurso hídrico, la contaminación atmosférica, el uso de energía eléctrica y la utilización de combustibles fósiles en la gestión empresarial.
- Desarrollar mecanismos de optimización, reuso, reciclaje, tratamiento y disposición de aguas residuales.
- Garantizar una adecuada gestión de los residuos sólidos provenientes del proceso productivo de la empresa, acorde al giro económico, la manera de

reutilizar y reciclar los residuos sólidos, según el caso.

- Implementar programas de reciclaje y búsqueda de energías renovables, así como la producción de bienes biodegradables.
- Incorporar criterios de sostenibilidad dentro de las políticas de compras para todos los insumos, obras y servicios necesarios para la gestión empresarial.
- Promover el reemplazo de materiales o máquinas obsoletas que contaminen el ambiente, mediante la inversión en tecnología que garantice la conservación de ecosistemas y favorezcan el desarrollo sostenible.
- Concientizar y promover una cultura ambiental mediante campañas y prácticas educativas para sensibilizar, motivar y fomentar iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental, tanto al personal de la empresa como a los grupos y actores con los cuales existe relación permanente.
- Establecer alianzas comerciales con empresas comprometidas con el ambiente al mismo nivel de la empresa, con el fin de adquirir prácticas innovadoras y expandir la responsabilidad ambiental.
- Fomentar una industria verde que genere la creación de empleos verdes, que contribuyan a crear oportunidades de empleo decente, incrementar la eficiencia de los recursos y construir sociedades sostenibles de bajo carbono, constituyendo una dinámica integral en la conservación del ambiente, desarrollo económico e inclusión social.

3. Con la comunidad

- Establecer una relación de cooperación con los grupos o comunidades en riesgo, relacionados directamente con la empresa, prestando especial atención cuando enfrenten consecuencias negativas que requieren prevención y mitigación del perjuicio.
- Respetar los recursos fundamentales para la reproducción material de la comunidad, mediante su uso racional y eficiente de los recursos, sin comprometer la sostenibilidad.
- Crear un mecanismo de evaluación del impacto real y potencial que las actividades de la empresa tendrán sobre la comunidad, en la elaboración o producción de sus insumos o recursos con el fin de identificar, prevenir, mitigar y responder a las consecuencias negativas, estableciendo compensaciones por externalidad provocadas por las actividades propias de la empresa o que tengan relación directa.
- Monitorear permanentemente los riesgos que afecten a la comunidad mediante un proceso continuo, en función de la evolución del contexto operacional de la empresa.
- Desarrollar proyectos que beneficien al desarrollo y productividad de la comunidad, enfocando esfuerzos a la población expuesta a un mayor riesgo de vulnerabilidad o de marginación.
- Solidarizarse con la comunidad en iniciativas que mejoren la calidad de vida de las personas y fomenten el desarrollo de las mismas, en materia como educación, salud, deportes y ocio.
- Priorizar la contratación de personas que residan en el entorno comunitario, para involucrar a la comunidad en el desarrollo de la empresa.
- Apoyar a la comunidad en materia de seguridad, para generar un entorno donde se proteja su salud y el desarrollo de las actividades cotidianas.
- Brindar apoyo económico y técnico a la comunidad ante posibles catástrofes naturales o emergencias nacionales.

4. Con los consumidores y clientes

- Brindar la mejor calidad del producto procurando ir más allá de las regulaciones, según el ciclo del producto y altos estándares sanitarios, buscando la excelencia de los bienes y servicios de la empresa.
- Promover una vida sana y saludable, que potencie el desarrollo físico y psicológico de la sociedad, fomentando el mayor impacto positivo con los productos o servicios que ofrezca la empresa.
- Garantizar que los bienes y servicios cumplan todas las disposiciones ofertadas y acordadas, que se entreguen en el tiempo pactado y cumplan las disposiciones sobre pesas y medidas.

- Proveer productos y servicios que respeten y garanticen la privacidad, confidencialidad y seguridad del consumidor, acorde al giro de la empresa, con el objetivo de proteger la información del cliente.
- Promover el respeto a la integridad de los derechos de los consumidores dentro de un marco de transparencia, mediante relaciones de credibilidad y confianza, garantizando el cumplimiento de las expectativas ofrecidas a los consumidores.
- Garantizar a los consumidores el acceso a bienes y servicios a precios competitivos, evitando alzas injustificadas e irresponsables en los precios de los productos.
- Garantizar la integridad ética del producto, en las prácticas comerciales, los precios, la distribución, los procesos de reclamos, la divulgación de las características y el uso adecuado del producto, el marketing y la publicidad responsable.
- Facilitar y promover el conocimiento al consumidor de información actualizada, accesible y verificada, de tal forma que dispongan de información suficiente, oportuna y fiable acerca del impacto en la salud, ambiente y social de los productos o servicios entre los que puede optar, como por ejemplo riesgos o efectos secundarios, si éstos existieran.
- Promover campañas de publicidad que tengan como objetivo mejorar el conocimiento y educación del consumidor, respecto a los productos y servicios que se ofrecen, respetando las regulaciones establecidas en el marco publicitario y utilizando publicidad competente y calificada, del Código de Autoregulación de Publicidad del Consejo Nacional de Publicidad, CNP.
- Expresar con claridad los componentes que conforman los productos ofrecidos por las empresas en sus respectivas etiquetas, indicando incluso el grado de transformación del producto en el ciclo de vida; por ejemplo, indicando el porcentaje de organismos genéticamente modificados, lo cual indica un rastreo transparente a lo largo de la cadena alimentaria de todos los productos y transformaciones.
- Promover mecanismos de diálogo transparente y permanente con el consumidor, tanto para brindar información sobre el producto, como para resolver inconformidades, teniendo en cuenta la inclusión de los consumidores con discapacidad.
- Atender de forma rápida y eficaz los reclamos o inconformidades de los consumidores, mediante soluciones alternas de conflicto que busquen resolver divergencias entre empresa y consumidor, en búsqueda de la satisfacción del cliente.
- No aventajarse de posibles posiciones dominantes, evitando prácticas abusivas en la cadena de distribución entre mayoristas, minoristas, hasta llegar al consumidor; para generar un ambiente de confianza y fomentar el beneficio mutuo.

5. Con la competencia

- Velar por una cultura de autorregulación entre los competidores, apoyando la formación de una comunidad empresarial con valores éticos, que persigue la consecución de un mercado libre y competitivo, que garantice igualdad de condiciones para todos, consciente de su responsabilidad en la búsqueda de una mejor sociedad.
- Fomentar un entorno de competencia justa donde se realicen prácticas leales y se fomente el juego limpio con el fin de respetar la reputación, imagen e integridad de los competidores, evitando todo tipo de denigración hacia otras empresas.
- Respetar las regulaciones establecidas en el marco publicitario del Código de Autorregulación Publicitaria del Consejo Nacional de Publicidad, CNP, y utilizar publicidad calificada, honesta y respetuosa.
- Respetar la información confidencial de las empresas competidoras, tanto tácticas de venta, captación de clientes mediante prácticas anticompetitivas, como la contratación de colaboradores de la competencia a fin de obtener información confidencial.
- Respetar las disposiciones que regulan la propiedad intelectual, velar por su observancia, y delimitar el uso de éste, bajo un periodo de tiempo adecuado de recuperación de inversión en las investigaciones desarrolladas, con el objetivo

de garantizar las condiciones de un mercado competitivo.

- Evitar prácticas como acuerdos entre competidores y no competidores, abusos de posición dominante y concentraciones o fusiones que claramente afectan el mercado.
- Rechazar y denunciar el uso de prácticas ventajosas y anticompetitivas como sobornos, extorsiones, filtración de información, pagos o cualquier otro tipo de recurso anticompetitivo que irrespeten los derechos de los demás agentes productivos, tales que limiten, desplacen o perjudiquen la sana competencia.

6. Con los proveedores

- Reconocer la responsabilidad ética de la empresa más allá de sus propias actividades, exigiendo a los proveedores el mismo estándar ético.
- Promover acuerdos que generen alianzas de desarrollo mutuo, en donde ambas partes creen valor de una manera equilibrada, evitando el abuso de posiciones dominantes hacia los proveedores, con el fin que ambas partes estén totalmente satisfechas con el acuerdo.
- Promover la formalización de las empresas con las que se mantienen relaciones comerciales.
- Desarrollar mecanismos de información y control que eviten negociaciones fraudulentas y anticompetitivas entre personal de la empresa con colaboradores de la empresa proveedora, tales como compensaciones basadas en dinero o especie, sobornos, regalos, extorsiones, entre otros. Los mecanismos deben incluir esquemas seguros de denuncia.
- Seleccionar a los proveedores en base a la idoneidad de sus productos o servicios, así como de precios competitivos, condiciones de entrega y calidad, siempre que se apeguen a los estándares éticos de la empresa.
- Proveer información veraz, transparente y completa en las cláusulas de negociación, para facilitar el cumplimiento con los compromisos acordados vinculados a una comunicación fluida con los proveedores.
- Respetar las condiciones de pago por los productos, plazos de facturación y tarifas estipuladas, fortaleciendo un sistema de confianza y bienestar entre ambas partes relacionadas.
- Crear mecanismos hábiles de mediación y arbitraje entre proveedores y las empresas para la solución de conflictos.

7. Con los accionistas

- Buscar la satisfacción de todos los accionistas por medio de una buena administración, transparente y eficiente, que maximice resultados en todos los ámbitos
- Promover prácticas de creación de valor compartido y de inversión social empresarial para agregar valor a la empresa.
- Promover una cultura de un buen gobierno corporativo, incluyendo criterios de eficiencia, equidad entre los accionistas, responsabilidad, transparencia y respeto de los derechos, especialmente los derechos de propiedad.
- Promover valores éticos y morales dentro de la junta directiva que contribuyan a evitar los conflictos de interés entre los directores.
- Promover la participación efectiva de los accionistas en asambleas generales, para garantizar el derecho de información y voto en las decisiones de la empresa.
- Velar por la incorporación de los principios éticos en la gerencia de la empresa, de tal forma que expandan las disposiciones acordadas por los accionistas.
- Evitar acciones arbitrarias y de nepotismo que puedan afectar a los accionistas de una empresa.
- Establecer esquemas de incentivos y de controles para garantizar que los intereses de los administradores de la empresa estén alienados con los intereses de los accionistas, a efectos de disminuir las asimetrías de información y combatir los problemas de “agente-principal” relacionados con selección adversa, riesgo moral y señalización.

- Establecer mecanismos a través de los cuales la administración hace explícitos hechos o situaciones que pudieran suponer o llegar a ocasionar conflicto de intereses entre los accionistas y la administración.

- Informar puntual y oportunamente la situación financiera, económica y las perspectivas de la empresa a los propietarios o accionistas, con el objetivo de proveer la información necesaria en la toma de decisiones.

- Garantizar la transparencia y honestidad en la presentación de contratos, informes y documentos en todas las áreas y niveles jerárquicos de la empresa, especialmente la financiera.

- Mantener la confidencialidad de los antecedentes, datos, registros y documentos a los que tengan acceso los colaboradores, por razón de sus funciones en la empresa, incluso después de haber cesado en ellas.

- Hacer frente al pago y cumplimiento de las deudas y obligaciones de la empresa sin dilaciones ni incumplimientos injustificados y proceder al cobro de sus créditos con la diligencia que el caso requiera.

- Cumplir las normas y principios de contabilidad generalmente aceptados y establecer los sistemas internos y externos de control y gestión del riesgo, adecuados a las características de la empresa, permitiendo orden y transparencia en todo el proceso administrativo y contable.

- Facilitar a los auditores de la empresa, externos e internos, toda la información y explicación que requieran para realizar su trabajo, mediante la presentación exacta, actualizada y honesta de los registros de la empresa.

- Evitar el mal uso de los recursos de la empresa, así como la toma de regalías, comisiones y honorarios costeados por la empresa para beneficio propio.

- Elaborar y mantener vigente un plan de sucesión en los puestos clave de la empresa, de modo que la continuidad de ésta no dependa de la permanencia de ningún administrador ni directivo.

8. Con el Estado

- Buscar entendimiento y cooperación con los órganos del gobierno, con el fin de llegar a acuerdos transparentes que generen un ambiente de confianza, generando valor para ambas partes pero principalmente en beneficio del país.

- Relacionar y fomentar la ética pública con la ética privada en búsqueda del bien común, trabajando contra la corrupción en todas sus formas, mediante mecanismos internos que garanticen transparencia en todas las áreas, manteniendo relación con funcionarios públicos.

- Promover el cumplimiento efectivo de las leyes, normas y reglamentos establecidos por el gobierno y autoridades competentes, a nivel municipal, nacional e internacional.

- Insertar todas las actividades empresariales dentro del marco jurídico formal, promoviendo el cumplimiento de las obligaciones legales hacia el Estado a través de la estricta observancia en materia laboral, tributaria, administrativa, comercial y contractual, evitando usar los vacíos legales para prescindir de las responsabilidades que le atañen a la empresa.

- Brindar al Estado informes transparentes y oportunos, sobre la situación laboral y financiera de la empresa, según sea solicitada.

- Rechazar y denunciar el uso de prácticas deshonestas y anti-competitivas, incluidas extorsiones y sobornos, para beneficiarse de posibles contratos o acuerdos con el gobierno.

- Eliminar y denunciar casos de lavado de dinero y activos financieros, mediante una política interna eficiente de auditoria rendición de cuentas en las transacciones financieras y comerciales de la empresa.

- Abstenerse de brindar regalías que puedan influenciar o comprometer al funcionario público, con el fin de evitar conflictos y promover la ética en el sector público.

- Seguir con transparencia y rectitud los mecanismos y obligaciones de licitación, concursos y contratación de administración pública, evitando cualquier tipo de distorsión en el proceso, tales como regalos o sobornos a los funcionarios públicos, como obtención de

información reservada o acuerdos entre empresas para manipular el proceso y su resultado, es decir, mecanismos de competencia desleal.

- Actuar con transparencia en la entrega y desarrollo de documentos, informes y contratos, en todos los ambientes que conciernan, facilitando información veraz y completa a las autoridades competentes.
- Brindar productos y servicios de calidad a las entidades públicas de acuerdo a lo establecido en los contratos respectivos, y en beneficio de las necesidades de la población.
- Abstenerse de participar en situaciones que impliquen conflictos de intereses reales o potenciales, cuando existe la posibilidad de representar al Estado y a la vez el sector privado.
- Tomar medidas y planes de acción para evitar que la propia empresa obtenga beneficios extraordinarios de manera ilícita, a través de la ayuda de funcionarios y colaboradores públicos.
- No utilizar información confidencial que le pertenece al Estado y sus instituciones para ventaja o beneficio, personal o de la empresa.
- Apoyar proyectos públicos que sean de beneficio para la sociedad salvadoreña, contribuyendo según la actividad económica de cada empresa, respetando los principios de transparencia, responsabilidad y economía, mediante el cumplimiento de los requerimientos del estatuto contractual de la administración pública.
- Ser propositivo y pro-activo en la presentación de propuestas a los órganos del gobierno para que contribuyan a la mayor eficacia de la gestión pública, partiendo desde un análisis real de los obstáculos propios, acorde a los beneficios del país.
- Exigir al Estado la observancia de la ética pública, el cumplimiento de procesos con transparencia, denunciando actos de arbitrariedad o corrupción.