

Contenido

I.	Aspectos preliminares	4
	Presentación	4
	Relevancia, principios y alcance de un Código de Ética.....	4
	¿Qué es un Código de Ética?	4
	¿Por qué contar con un Código de Ética?	4
	¿Es suficiente la redacción de un código para asegurar una conducta ética en los funcionarios?.....	5
	¿Por qué no elaborar un solo código de ética para el sector público?	5
II.	Metodología para la elaboración y socialización de un Código de Ética.....	6
	Paso 1. Diagnóstico y planificación del proyecto.....	6
	Paso 2: Diseño del Plan Comunicacional	7
	Paso 3: Difusión del proyecto a los miembros de la institución.....	7
	Paso 4: Levantamiento de información.....	8
	Paso 5: Redacción del Código.....	9
	Recomendaciones generales	9
	Redacción del cuerpo del código.....	9
	Documento borrador y versión final.....	10
	Paso 6: Socialización y Capacitación	10
	Acciones de socialización.....	10
	Acciones de capacitación	11
III.	Sobre los canales de denuncia y de las responsabilidades	12
IV.	Anexos	13
	Anexo 1: Sugerencia de contenidos de un Código de Ética o Conducta	13
	Anexo 2: Integrantes mesa Agenda Anticorrupción-UNCAC 2015:	14

I. Aspectos preliminares

Presentación

Con fecha 19 de mayo de 2015, la Presidenta de la República solicitó, a través del Oficio N° 1025, la colaboración de la Contraloría General de la República, para que por intermedio del proyecto “Autoevaluación Participativa y Representativa de la UNCAC”, (Agenda Anticorrupción-UNCAC 2015) proponga orientaciones y lineamientos generales que les sirvan a los servicios públicos en la elaboración de sus respectivos Códigos de Ética.

Dicha solicitud se enmarca dentro de la Agenda de Probidad y Transparencia en los Negocios y la Política dada a conocer por la Presidenta de la República, con fecha 11 de mayo pasado, en la cual se incorporaron 14 medidas administrativas y 18 medidas legislativas.

Entre las medidas administrativas se encuentra la de establecer la obligación de los servicios públicos de redactar un Código de Ética para la Función Pública, a fin de fijar altos estándares de comportamiento para el desempeño de los funcionarios públicos.

Los lineamientos siguientes son producto del trabajo de la mesa constituida en el marco de la segunda fase del proyecto antes individualizado, cuyos integrantes se consignan en el anexo 2 de este documento.

Relevancia, principios y alcance de un Código de Ética

¿Qué es un Código de Ética?

- Un Código de Ética es entendido como una herramienta que permite convenir participativamente los estándares éticos y legales que caracterizan a una institución, relevándolos con el objetivo de generar una convivencia laboral basada en valores comunes.
- Corresponde a la sistematización de aquellos valores y conductas que reflejan la cultura, misión, visión y objetivos estratégicos de la institución, considerando además su vínculo con el marco legal que rige las conductas de los funcionarios públicos.
- Establece un marco de referencia general respecto del actuar esperado, proporcionando un criterio claro y consensuado que permite a las personas adecuar su conducta hacia el buen ejercicio de sus funciones.

¿Por qué contar con un Código de Ética?

- Un instrumento de este tipo permite promover estándares éticos y contar con un marco común de conducta para todas las autoridades y funcionarios.
- Los códigos de ética ayudan a los funcionarios a mejorar sus “competencias éticas”, permitiéndoles tomar decisiones que vallan en beneficio del bien común. Debido a la naturaleza compleja de la acción pública, en el día a día surgen nuevas situaciones que ponen a los funcionarios constantemente a prueba y los enfrentan a dilemas éticos.

- Mejora el clima laboral al promover obligaciones y derechos comunes, fomentando un ambiente de respeto e igualdad dentro de la Administración Pública.
- Conduce a un ambiente que propicia mayor responsabilidad y compromiso de los funcionarios, favoreciendo la acción eficaz del actuar institucional, condición indispensable para que la ciudadanía sienta confianza respecto de la labor de los servicios y del Estado, pues, la cultura ética nos protege a todos, ciudadanos, funcionarios e instituciones.

¿Es suficiente la redacción de un código para asegurar una conducta ética en los funcionarios?

- Un Código de Ética no es suficiente para garantizar que una organización cumpla con él. Es necesario que se acompañe de una estructura que apoye su implementación y difusión continua, por medio del establecimiento de un sistema de consultas, denuncias y sanciones, seguimiento, monitoreo y actualización anual, de esta forma, la ética se “vive” en la institución.
- Al mismo tiempo debiese estar publicada en los sitios web de los servicios.

¿Por qué no elaborar un solo código de ética para el sector público?

- Las entidades públicas poseen características particulares que las hacen diferenciarse unas de otras, es así que aunque se compartan ciertos valores como la probidad, la transparencia y la eficiencia, entre otros, es necesario que cada organismo identifique de forma representativa sus propios valores y riesgos.
- Un Código de Ética o Conducta debe ser el reflejo participativo de quienes lo deberán cumplir, únicamente en ese contexto tendrá validez, por ello los lineamientos siguientes son solo referenciales, con el objeto de que sirva de piso para aquellos códigos que cada organización implemente.

II. Metodología para la elaboración y socialización de un Código de Ética.

La elaboración y socialización de un Código de Ética requiere contar con una metodología que guíe el proceso, siendo sus características principales la participación, integración y coherencia con sus funciones, valores, normativa y cultura organizacional. A continuación se presentan las etapas que, como mínimo, debe contener esta metodología:



Paso 1. Diagnóstico y planificación del proyecto

Corresponde a una reunión inicial entre la alta dirección de la institución y el equipo a cargo de la coordinación del proyecto de elaboración y socialización del código, en la cual deben tratarse, al menos, los siguientes puntos:

Diagnóstico inicial: es parte esencial de la elaboración del código, pues permite identificar áreas débiles que presentan un potencial riesgo a la probidad y ética de la institución. El objetivo del diagnóstico, por tanto, es establecer la situación actual de la organización desde un punto de vista general y estratégico generando un contexto para la planificación de actividades.

Planificación del proyecto: consiste en la definición de los objetivos, enfoque de la estrategia comunicacional y los hitos principales que se plasmarán en el cronograma de actividades, entre otros aspectos.

Paso 2: Diseño del Plan Comunicacional

Basado en la estrategia comunicacional que apoyará la implementación del proyecto, por medio del cual se informará a los funcionarios sobre el proyecto y sus etapas las fechas y mecanismos a través de los que se realizará el levantamiento de información, la redacción del código, las capacitaciones posteriores y las instancias de difusión entre otros aspectos.

Se recomienda que la estrategia comunicacional sea creativa, cercana y participativa utilizando algunas de las siguientes herramientas dependiendo de los recursos disponibles y cultura de la organización:

- Afiches;
- Correos Institucionales;
- Infografías;
- Presentaciones;
- Videos o cápsulas e-learning;
- Notas en medios de comunicación institucional (intranet, boletín interno, mailing, etc.).

Paso 3: Difusión del proyecto a los miembros de la institución

Es el primer paso en la materialización del plan comunicacional y corresponde a una actividad inicial con el objeto de comunicar a todos los funcionarios acerca del proyecto de elaboración y difusión del Código de Ética. Dicha actividad debe contar con la participación o respaldo visible de la plana directiva y deberá incluir temas como:

- Importancia del proyecto para la institución y para los funcionarios.
- Explicación de la metodología.
- Cronograma de actividades señalando en qué etapas y cómo se solicitará la participación de los funcionarios.
- Explicar si habrá participación también en la redacción del código o si se recibirán ideas al respecto.
- Comunicar la estrategia comunicacional.
- Presentar al grupo que estará a cargo de coordinar el proyecto y sus datos de contactos.

Cada Institución puede realizar esta actividad de acuerdo a sus características propias, así por ejemplo, en el caso de las instituciones con presencia regional, se pueden realizar videoconferencias o presentaciones utilizando un método cascada, es decir, entregando la información a las jefaturas regionales para que sea transmitida por éstas a sus respectivos equipos.

Paso 4: Levantamiento de información.

Deben ser los propios funcionarios, a través de un proceso de reflexión y discusión quienes definan los valores, principios y conductas relevantes para la institución que deban ser abordados en el Código de Ética. El proceso debe ser participativo, representativo y transversal considerando las características de cada servicio en cuanto a su dotación, tipo de trabajo, mandatos, organización, entre otros aspectos, pudiendo utilizar una o más de las siguientes metodologías:

Cuadro 1: Metodologías para el levantamiento de información

Metodología	Ventajas	Desventajas
Foros en la intranet institucional: se pueden utilizar de manera inicial para levantar información o para evaluar información ya levantada por otro método. Una persona capacitada en el tema debe actuar como moderador. Debe establecerse un periodo durante el cual el foro permanecerá abierto.	<ul style="list-style-type: none"> ◦ Permite la participación de todos los funcionarios de la institución (que tengan acceso a un PC). ◦ Los funcionarios pueden participar desde su propio puesto de trabajo y en el horario que mejor les acomode. 	<ul style="list-style-type: none"> ◦ Es impersonal. ◦ Se limita la posibilidad de mantener un diálogo fluido. ◦ Supone que el servicio cuente con la tecnología para habilitar una herramienta de estas características.
Entrevistas en profundidad: dependiendo de la dotación del servicio, se selecciona en el organigrama cierto número de funcionarios de la dotación, procurando que representen todos los niveles jerárquicos.	<ul style="list-style-type: none"> ◦ Permite establecer un diálogo fluido. ◦ Proporciona información con alto grado de detalle. 	<ul style="list-style-type: none"> ◦ Es costoso en términos de tiempo. ◦ Interrumpe las labores cotidianas de los funcionarios entre 30 y 45 minutos.
Grupos focales: consisten en la definición de grupos representativos, se utilizan para validar o levantar información.	<ul style="list-style-type: none"> ◦ Permite conocer, complementar e integrar distintas visiones en torno a un tema. 	<ul style="list-style-type: none"> ◦ En general las personas tienden a igualar sus opiniones con los demás participantes y se pierde información valiosa. ◦ Interrumpe las labores cotidianas de los funcionarios por dos horas aproximadamente.
Casillas de correo: consiste en la habilitación de casillas de correo electrónico a las que se pueden dirigir comentarios, dudas, aportes y/o propuestas.	<ul style="list-style-type: none"> ◦ Permite la participación de todos los funcionarios de la institución (que tengan acceso a un PC). ◦ Los funcionarios pueden participar desde su propio puesto de trabajo y en el horario que mejor les acomode. 	<ul style="list-style-type: none"> ◦ No garantiza anonimato. ◦ Es impersonal. ◦ Se limita la posibilidad de mantener un diálogo fluido.
Benchmarking de códigos de ética o conducta: Este levantamiento de información es necesario y se trata de la revisión comparativa contemplando instituciones nacionales e internacionales que tengan una misión, tipo de trabajo u otro parámetro clave similar al de la entidad. Es complementario a la forma que se elija de levantar información interna.	<ul style="list-style-type: none"> ◦ Permite identificar valores, grupos de interés, conductas y buenas prácticas que pueden ser aplicables a la institución. 	

Independientemente de la(s) metodología(s) a utilizar, se debe realizar un informe con el resumen consolidado de la información levantada respecto a los valores de la institución, los riesgos de faltas a la probidad y la ética, y

todos los elementos que puedan apoyar la redacción del código. En este informe no se deben entregar datos que puedan identificar a las personas entrevistadas.

Paso 5: Redacción del Código.

Recomendaciones generales

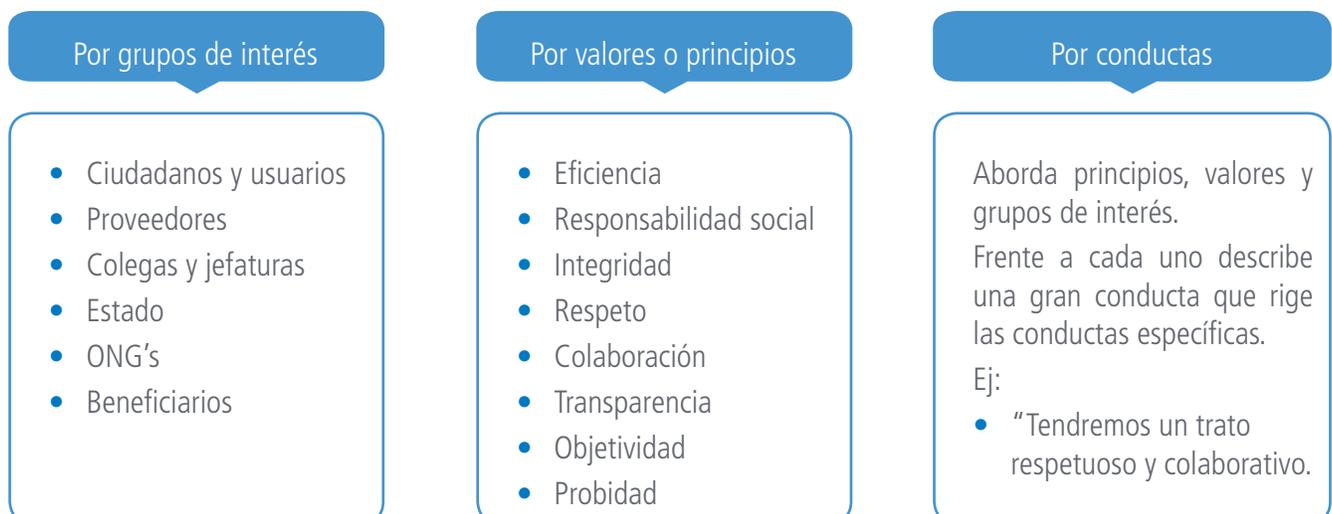
- Se recomienda que el código se redacte de un modo que sea fácil de entender y asimilar por todos los funcionarios, considerando el lenguaje y tiempo verbal que sea más acorde a la cultura de la institución. Se sugiere escribir en primera persona plural (nosotros), utilizando un tono positivo no coercitivo.
- El código debiese ser breve y referirse a las conductas y ámbitos más importantes y atingentes a la labor de la institución de acuerdo al diagnóstico realizado, por lo tanto, no debiese ser una repetición o resumen de la legislación de probidad.
- El código no debiese ser ambiguo, debe explicar claramente las acciones recomendadas, por ejemplo, no debiera escribirse “evitemos los conflictos de intereses” (a menos que sea un título que se desarrolle mediante conductas), debe definirse y ejemplificarse en base a situaciones puntuales.

Redacción del cuerpo del código

Un código de ética o conducta puede redactarse de las siguientes maneras:

- Por grupos de interés: ciudadanos, proveedores, funcionarios, beneficiarios, entre otros.
- Por valores o principios que refuercen el marco estratégico de la organización.
- Por conductas: conductas esperadas, obligatorias y valoradas.

Cuadro 2: esquemas de redacción



Los valores que se identifiquen participativamente deben reforzar la misión del organismo de forma directa y positiva. Los valores deben enumerarse y explicarse con ejemplos en el código. En la práctica, es bueno formar una palabra con los valores para efecto que los funcionarios y otros grupos de interés los recuerden. Por ejemplo: REIR (respeto, eficacia, integridad, reputación).

El código debe tratar con mayor profundidad aquellas conductas de mayor riesgo en la institución de acuerdo al diagnóstico inicial y al levantamiento de información. De igual forma, dichas conductas deben ejemplificarse utilizando situaciones cotidianas identificadas por los funcionarios, integrando a su vez, las buenas prácticas de la experiencia internacional.

Todas las actividades que se regulen deben ser posibles, reales en la práctica y significar una contribución sustantiva al comportamiento ético de los funcionarios, evitando poner ejemplos como el siguiente: "por ningún motivo utilizaremos el computador para ver nuestro correo electrónico personal".

Documento borrador y versión final

El primer borrador se debe publicar o circular entre los funcionarios que hayan participado en el proceso de levantamiento de la información. En el caso de que éste haya sido extensivo a toda la organización, se recomienda definir una instancia de reflexión a realizar por los equipos de trabajo. Las sugerencias deben estar enfocadas a mantener los principios, valores y conductas definidas previamente, no encauzarse en proponer cambios a la redacción.

Finalizada la redacción del código se puede realizar un concurso de ilustración o diseño entre los mismos funcionarios. Si no, solicitar tres propuestas de ilustración o diseño y publicarlas para que sean votadas por los funcionarios. El diseño del código es muy importante para facilitar su uso y lectura.

Paso 6: Socialización y Capacitación

Un proceso de socialización debe permitir que todos los funcionarios, indistintamente de su función, cargo, jerarquía o tipo de contratación conozcan y se capaciten respecto al contenido del Código de Ética.

La socialización no debe ser un proceso único en el tiempo, debe considerarse un plan que permita realizar una difusión permanente, que tenga como objetivo final que este código sea un motivo de reflexión sobre comportamientos éticos dentro de cada organización, y que permita que la ética y la probidad estén presentes de manera constante dentro del actuar de cada funcionario.

Esta difusión puede realizarse por distintos medio, ya sea en formatos escritos, en plataformas virtuales u otros, dependiendo de las posibilidades de cada institución. Lo relevante es no olvidar esta etapa como parte permanente, debiendo ser monitoreada de manera adecuada.

También es recomendable que el Código de Ética sea conocido por las Partes Interesadas Externas de la entidad, lo que ayuda a prevenir situaciones de riesgo, como por ejemplo, la entrega de regalos.

Acciones de socialización

Debido a que el Código de Ética busca la integración de conductas y valores, es recomendable considerar, en la socialización, espacios de reflexión, análisis y actividades prácticas donde los equipos de trabajo elaboren productos como minutas de reunión, relatos, fotogramas y otros recursos audiovisuales relativos al código.

Lo anterior permite abordar este tema de manera cercana por todos los funcionarios, apelando a las experiencias vividas y lecciones aprendidas, para que, de esta manera los equipos, además de comprender y hacer suyo el contenido del Código, logren establecer criterios comunes frente a situaciones reiteradas propias de la naturaleza de su trabajo. Algunos puntos que podrían ser considerados en esta etapa son:

- Flexibilidad para la definición de horario, lugar, estructura de grupos de trabajo y tipos de actividad. Por ejemplo, si la cantidad de funcionarios lo permite se puede realizar una jornada de trabajo con la totalidad de la dotación, en otros casos podrían realizarse actividades de bajada tipo cascadas, preparando a los jefes intermedios y que luego de ello se vaya haciendo la socialización hacia los respectivos equipos; o bien, podría complementarse con actividades e-learning.
- Definición de encargados que lideren las actividades, entregándoles previamente las herramientas metodológicas necesarias para orientar el trabajo grupal. Es fundamental para el éxito de la actividad que existan líderes claros y sean responsables de llevar el proceso a cabo.
- Luego de las actividades de socialización se debe generar una difusión de los resultados o productos desarrollados (reflexiones, minutas, relatos relacionados con el código, etc.) utilizando espacios institucionales para difundirlas permitiendo al funcionario identificarse con el tema, por tanto deben utilizar un lenguaje cercano, con acciones de corto y mediano plazo, que reflejen el trabajo realizado por los equipos.

Se recomienda que exista un equipo que lidere este proceso en su totalidad (puede ser el mismo equipo que coordinó el proyecto de elaboración), con el fin de darle una estructura y seguimiento al trabajo que se realice en toda la organización, el cual además será un apoyo en caso de dudas o problemas durante el proceso.

Acciones de capacitación

Las capacitaciones sobre los contenidos del código deben ser anuales o bianuales, se debe incluir información sobre el informe de monitoreo como parte de un proceso de rendición de cuentas de la institución. Adicionalmente y según lo señala el Instructivo Presidencial N° 001, de 2015, sobre buenas prácticas laborales en el desarrollo de personas en el Estado, la presentación del Código de Ética debe ser incorporada como contenido obligatorio dentro de los programas y/o acciones de inducción para los nuevos funcionarios; sin perjuicio que, por su importancia, debe ser también considerado en programas de capacitación para el resto de los funcionarios del servicio.

III. Sobre los canales de denuncia y de las responsabilidades

Es recomendable definir una estructura de apoyo: todo código debe ser cumplido, por lo tanto, es necesario establecer responsables y canales permanentes de denuncia (coordinadores de integridad, línea de denuncias, comité de integridad, etc.).

Las Instituciones deberán definir los mecanismos para canalizar las denuncias de situaciones y acciones que atenten contra los principios y conductas establecidas en el Código de Ética o Conducta.

El Código de Ética generado por cada entidad es el reflejo de una orden de servicio del superior jerárquico; en esa virtud quienes los transgredan tendrán las responsabilidades administrativas consignadas en los respectivos estatutos que rigen el actuar de los funcionarios.

En el caso de detectarse hechos que contravengan otras leyes y normativas aplicables a los funcionarios públicos, se deberá respetar los mecanismos establecidos en la legislación.

IV. Anexos

Anexo 1: Sugerencia de contenidos de un Código de Ética o Conducta.

A continuación se presenta un índice de temas que podrían integrar un código de ética o conducta. Cada institución puede seleccionar éstos u otros principios atinentes a sus características y darles contenido.

Contenido	
Ciudadanos, usuarios o entes fiscalizados	Puerta Giratoria
Proveedores	Participación ciudadana
Participación en la asociación de funcionarios	Delitos funcionarios (soborno y tráfico de influencias)
Colegas y Jefaturas	Trabajo externo
Estado	Ambiente laboral de respeto
Mercado público	Cultura de mérito
ONG'S	Derecho a opinar
Beneficiarios	Derecho a una evaluación objetiva
Principios de respeto, eficiencia e igualdad	Derecho a capacitación
Manejo de información	Ventas al interior de la institución
Denuncia de actividades sospechosas o delictuales	Acoso laboral
Transparencia y acceso a la información pública	Acoso sexual
Conflictos de intereses	Abuso de poder
Inhabilidades	Protección laboral
Uso y cuidado de bienes fiscales	Oportunidades de desarrollo
Prohibiciones	Vida social acorde con la dignidad del cargo
Datos privados e información reservada o privilegiada	Relaciones con otros poderes del Estado
Lobby o gestión de intereses	Protección del Medio Ambiente
Regalos, otros beneficios e invitaciones	Canales y procedimiento de denuncia
Incompatibilidades	

Anexo 2: Integrantes mesa Agenda Anticorrupción-UNCAC 2015:

Integrantes
Asociación Chilena de Municipalidades
Asociación de Aseguradoras de Chile
Asociación de Bancos e Instituciones Financieras
Cámara Chilena de la Construcción
Chile Transparente, Capítulo Chileno de Transparencia Internacional
Confederación de la Producción y el Comercio
Comisión Defensora Ciudadana y Transparencia
Consejo de Defensa del Estado
Consejo para la Transparencia
Cuidadano Inteligente
Dirección de Compras y Contratación Pública
Dirección General de Crédito Prendario
Fundación Casa de la Paz
Fundación Generación Empresarial
Fundación Proacceso
Ministerio de Justicia
Ministerio de Relaciones Exteriores
Ministerio Público de Chile
Poder Judicial
Red Pacto Global Chile
Servicio Civil
Sociedad Nacional de Minería
Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras Chile
Unidad de Análisis Financiero
Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo
Contraloría General de la República

