

Guía para la construcción de Códigos de Ética y Conducta Empresarial



Cultura de Integridad

●●○ NIVELINTERMEDIO

El 4 de diciembre de 2023 el Gobierno del Presidente Boric lanzó la primera Estrategia Nacional de Integridad Pública (ENIP), instrumento de política pública, orientado a mejorar los estándares de transparencia e integridad del país.

Una de las medidas de su plan de acción es la “elaboración de estándares para códigos de ética empresariales”, la que se llevó a cabo el año 2025 en el marco de la 9° Semana Regional de Integridad Empresarial en América Latina, organizada por Alliance for Integrity y la Cámara Chileno-Alemana de Comercio e Industria (AHK), mediante un taller impulsado por la Comisión Asesora Presidencial para la Integridad Pública y Transparencia del Ministerio Secretaría General de la Presidencial.

En dicho taller participaron más de 30 personas, entre oficiales de cumplimiento, encargados de prevención del delito de distintas empresas chilenas y latinoamericanas, profesionales autónomos, así como otros expertos en la materia. Fruto de ese trabajo identificando patrones y áreas de consenso que conforman los criterios básicos para la construcción de códigos de ética empresariales que se recogen en esta guía.

El resultado de ese trabajo donde se identificaron patrones y áreas de consenso que conforman los criterios básicos para la construcción de códigos de ética empresarial, es lo que se recoge en el documento que te presentamos a continuación.

FGE

FUENTE: el texto de esta portadilla se elaboró a partir de extractos de la introducción de la “Guía para la construcción de Códigos de Ética y Conducta Empresarial”.



GUÍA PARA LA CONSTRUCCIÓN DE **Códigos de Ética y Conducta Empresarial** 2025

El 4 de diciembre de 2023 el Gobierno del Presidente Boric lanzó la primera Estrategia Nacional de Integridad Pública (ENIP), instrumento de política pública, orientado a mejorar los estándares de transparencia e integridad del país.

Una de las medidas de su plan de acción es la “Elaboración de estándares para códigos de ética empresariales”, la que se llevó a cabo en el marco de la 9° Semana Regional de Integridad Empresarial en América Latina, organizada por Alliance for Integrity y la Cámara Chileno-Alemana de Comercio e Industria (AHK), mediante un taller impulsado por la Comisión Asesora Presidencial para la Integridad Pública y Transparencia del Ministerio Secretaría General de la Presidencia.

En dicho taller participaron más de 30 personas, entre oficiales de cumplimiento, encargados de prevención del delito de distintas empresas chilenas y latinoamericanas, profesionales autónomos, así como otros expertos en la materia. Fruto de ese trabajo identificando patrones y áreas de consenso que conforman los criterios básicos para la construcción de códigos de ética empresariales que se recogen en esta guía.



Criterios para la Construcción de Códigos de Ética y Conducta Empresarial

1. MARCO GENERAL DEL CÓDIGO

Para la elaboración del código deberá considerarse:

a. Recomendaciones nacionales e internacionales

Los códigos deben tener presente las recomendaciones internacionales (OCDE y OIT) y la normativa nacional. En el caso de las multinacionales es importante considerar experiencias comparadas y analizar puntos específicos.

b. Definición de tipo de código

Especificar si se construirá un código de ética o un código de conducta, entendiendo que idealmente será una herramienta que deberá guiar la conducta de los directores y los trabajadores, fortaleciendo buenas prácticas e identificando dilemas éticos propios de cada empresa. Teniendo en cuenta los aspectos relacionados con los aspectos de género

c. Enfoque

El código debe ser construido con lineamientos que protegan y respeten los derechos humanos y medio ambiente, como también que incluyan perspectiva de género, diversidad e inclusión.

d. Contexto

Considerar al momento de la elaboración del código el área de la industria a la que se pertenece y el tamaño de la empresa.

e. Orientación del código

Especificar la orientación del código determinando el público objetivo del mismo, es decir, el nivel profesional o técnico de quienes serán receptores y si abarca proveedores, beneficiarios, ciudadanía entre otros. En este aspecto, es importante evitar la confusión de que existen códigos distintos según el tipo de público. Cada organización debe contar con un único código, que puede ser comunicado de diferentes maneras según el público al que va dirigido.

2. CARACTERÍSTICAS

El código debe caracterizarse por:

a. Lenguaje claro

El código debe redactarse con un "lenguaje claro" y contener ejemplos prácticos para facilitar su implementación.

b. Extensión

El código debe ser un documento breve y estructurado, leíble y práctico. Resultaría adecuado apoyarse en protocolos y procedimientos anexos, para que no sea tan extenso.

c. Idioma

En el caso de códigos para empresas multinacionales, debe estar en todos los idiomas locales.

d. Aplicación

El código debe regular la conducta tanto de trabajadores como directivos y socios. Además, se debe incluir normas y ejemplos prácticos que coincidan con los entornos laborales. Asimismo, considerar las situaciones acontecidas con proveedores de la empresa, ya que es necesario realizarles procesos de debida diligencia, para no contratar con alguna empresa donde exista algún conflicto de interés. Un conflicto de interés ocurre cuando una persona o entidad tiene intereses contrapuestos que pueden comprometer su imparcialidad y objetividad en la toma de decisiones. Esto sucede cuando sus intereses personales, financieros o profesionales influyen en sus decisiones, en lugar de actuar de manera imparcial en beneficio del bien común

3. ANTECEDENTES PREVIOS A LA CONSTRUCCIÓN DEL CÓDIGO

Previo a la elaboración del instrumento mismo, se deberá realizar:

a. Determinación de clima organizacional y cultura de compliance

Es importante identificar el clima organizacional, entendiéndolo como el ambiente

interno de una empresa, compuesto por las percepciones, actitudes y sentimientos de los empleados sobre aspectos como la cultura, la comunicación, las condiciones laborales y la estructura jerárquica. Mientras que la cultura del compliance se refiere a el conjunto de valores, principios y prácticas dentro de una organización que promueve el cumplimiento de las leyes, regulaciones y normas éticas. Considerar ambos conceptos es indispensables al inicio de la creación del código, ya que esto establece el punto de partida para el trabajo que se va a desarrollar.

b. Diagnóstico de objetivos estratégicos

El análisis inicial debe en primer lugar determinar los objetivos estratégicos de la organización, y luego un levantamiento de los principales procesos para alcanzar, esos objetivos.

c. Rol de la empresa en la comunidad

Identificar el rol de la empresa en la comunidad, como su actividad comercial puede impactarla, y considerar esto en la elaboración del código.

d. Matriz de riesgo

Es indispensable elaborar una matriz de riesgo que identifique los principales procesos y sus riesgos asociados (mapeo de riesgos corporativos) y, finalmente, establecer los controles necesarios para mitigarlos. Entre los riesgos a considerar se incluyen los conflictos de intereses, la confidencialidad y las zonas grises, como también los riesgos en virtud del giro de la empresa, lo que cambia en cada organización. La identificación de riesgos debe realizarse de manera colaborativa, en reuniones con las distintas áreas de la empresa, no solo con el área de control. Para ello, se debe conformar un Comité de Riesgos, que determinará el nivel de riesgo tolerado y definirá las medidas preventivas correspondientes.

e. Responsable del diagnóstico

Es indispensable designar un responsable interno del diagnóstico, que por regla general en las empresas es el Compliance Officer o encargado de cumplimiento de la organización, sin perjuicio del rol que pueda jugar una asesoría externa.

4. PRINCIPIOS PARA LA ELABORACIÓN DEL CÓDIGO

En la elaboración del código se deberá considerar:

a. Compromiso del más alto nivel

Es indispensable contar con la voluntad del gobierno corporativo, incluido directorio y gerencia, involucrándolos durante todo el proceso de construcción de los códigos y es necesario que se especifique como se evidencia el compromiso de estos.

b. Participación de todos los integrantes de la empresa

Se debe considerar a todas y a todos los integrantes de la empresa, argumentando que la cocreación del código es lo que le otorgará legitimidad.

c. Opinión de los trabajadores

Es necesario realizar encuestas, entrevistas y grupos focales que recojan la opinión de los trabajadores. También debe considerar

la participación de los sindicatos. Esto genera compromiso y, además, se traduce en que el código no sea percibido como algo impuesto verticalmente.

d. Equipo multidisciplinario

La elaboración del código es una tarea de construcción horizontal, que debe incluir a las unidades de recursos humanos, área financiera, comercial, control de gestión y jurídica, entre otras.

e. Participación de terceros y socios de negocios

Además del trabajo interno de la empresa, es importante crear espacios de consulta con socios de negocios, actores de la sociedad civil y comunidades locales para identificar sus intereses. Para ello, se deben definir las partes interesadas y organizar reuniones donde se practique una escucha activa.

5. CONTENIDOS BÁSICOS DEL CÓDIGO

El código deberá incluir los siguientes contenidos:

a. Valores organizacionales

Los valores de la empresa deben manifestarse detalladamente en el código para que

sea una herramienta propia y auténtica que refleje la cultura interna. Sobre estos valores se debe producir el alineamiento estratégico de toda la organización.

b. Acciones preventivas

El código debe comprender acciones preventivas de conductas que puedan constituir infracciones o delitos, estableciendo directrices sobre comportamiento ético recomendable, respecto de las siguientes áreas:

- i. Normas sobre contratación para prevenir los conflictos de intereses, procedimientos e instrumentos para informar el conflicto y deberes de abstención.
- ii. Políticas de contratación a ex altos funcionarios públicos, puerta giratoria y los periodos de enfriamiento que se determinen.
- iii. Políticas de lobby y prohibición de influencia indebida, protocolos sobre regalos e invitaciones que se reciban o se otorguen a terceros, especialmente funcionarios públicos.
- iv. Políticas de donaciones empresariales.
- v. Prevención de delitos económicos, de lavados de activos, financiamiento del terrorismo y financiamiento de la proliferación de armas de destrucción masiva.
- vi. Normas para respetar y proteger la libre competencia; datos personales; seguridad de la información; derechos de los

consumidores y propiedad intelectual, entre otros.

- vii. Establecer estándares para prevenir cualquier forma de acoso laboral.
- viii. Perspectiva de género, entendida de manera amplia, abarcando tanto a mujeres como a disidencias sexo genéricas, quienes pueden estar en situaciones de especial vulnerabilidad. El instrumento deberá contemplar el principio de igualdad y no discriminación a lo largo de todo su contenido. Y normas de prevención del acoso sexual.
- ix. Normas sobre Derechos Humanos y Conducta Empresarial Responsable.

c. Roles

El código debe considerar los siguientes actores para su construcción:

- i. Oficial de ética, de cumplimiento o encargado de prevención de delitos, con la debida autonomía y la provisión de recursos suficientes. Cuya función principal es velar por el cumplimiento de las leyes, regulaciones y normas internas que rigen la actividad de la organización. Su responsabilidad es garantizar que la empresa opere de manera ética, legal y en conformidad con los estándares regulatorios aplicables.
- ii. Comité de ética que aplique el código. Entendiendo este como un grupo multidisciplinario encargado de velar

por el cumplimiento de los principios éticos dentro de la organización. Su función principal es promover, supervisar y garantizar que las decisiones y acciones de la empresa estén alineadas con los valores y normas éticas establecidas.

d. Canal de denuncia

Es fundamental definir claramente los canales de denuncia, asegurando que sean accesibles tanto para los trabajadores como para externos. Las denuncias deben ser manejadas con estricta confidencialidad, ofreciendo la opción de mantener la reserva o anonimato. Se pueden utilizar plataformas electrónicas con encriptación u otros medios (línea

telefónica o correo electrónico). Además, el canal de denuncia debe generar un informe con los temas y consultas recibidas, para ser considerados en futuras actualizaciones. Como buena práctica se recomienda la externalización del canal de denuncias como protocolo de confidencialidad de la información. Además, se recomienda que existan 2 encargados de la recepción de las denuncias, en caso de que una de ellas tenga relación con el investigador

f. Tratamiento de denuncias

Para la tramitación de las denuncias es necesario que se establezcan plazos claros y precisos, y que se dé a conocer el flujograma de la tramitación de la denuncia.

6. DIFUSIÓN Y SENSIBILIZACIÓN

a. Estrategia de difusión

Deberá considerarse inducción, capacitación y actualización; desarrollada internamente y para externos a la organización, para quienes se establecerán programas específicos para proveedores y empresas subcontratadas.

b. Canales diversos

Se podrán utilizar correos electrónicos, boletines, intranet y reuniones, para informar a todos los trabajadores y terceros.

c. Actualización

Se deberán realizar capacitaciones periódicas tanto para la difusión del código como para dar a conocer nuevas normativas legales y de cumplimiento. Además, cualquier modificación o actualización del código debe ser comunicada de manera oportuna para asegurar que todos los miembros de la organización estén informados y actualizados.

d. Ejemplos

Los programas de capacitación deberán incluir ejemplos concretos de conflictos de

integridad o dilemas éticos para facilitar la comprensión y aplicación práctica del código.

7. MONITOREO Y SEGUIMIENTO

a. Monitoreo

Establecer un calendario para la revisión periódica del código, generalmente cada 1-2 años, y evaluar si han ocurrido cambios en el entorno legal, regulatorio o en las operaciones de la organización que requieran modificaciones. Se deben realizar análi-

sis periódicos para identificar áreas de riesgos y posibles infracciones éticas.

También se debe recopilar opinión de los trabajadores, directivos y partes interesadas externas sobre la eficacia y relevancia del código actual.

