

Códigos de ética de empresas petroleras en Colombia y sus raíces filosóficas

Structure and Philosophic Roots of Ethic Codes in Colombian Oil Industry

Códigos de ética de empresas petroleiras na Colômbia e suas raízes filosóficas

Iouri Gorbanev*

Fecha de recibido: abril de 2012

Fecha de aprobado: enero de 2013

Para citar este artículo: Gorbanev, Iouri (2013). Códigos de ética de empresas petroleras en Colombia y sus raíces filosóficas. *Universidad & Empresa* No. 23, p. 123-140.

RESUMEN

Objetivos: explorar los rasgos que caracterizan los códigos de conducta con el ánimo de comprender los parámetros de responsabilidad y desempeño ético que las empresas petroleras colombianas definen para sí mismas. *Método:* es un trabajo exploratorio y descriptivo que utiliza el método de estudio de caso múltiple. *Resultados:* los códigos se agrupan en tres categorías según su estructura: códigos de empresas globales; códigos de empresas locales, y códigos intermedios de empresas locales con ambiciones internacionales. *Conclusiones:* los códigos de las empresas globales son extensos y legalistas; los de las empresas locales con ambiciones internacionales, menos extensas que los códigos globales, pero mantienen su carácter legalista. Los códigos de empresas locales pequeñas son cortos y misionales por su tono. Prácticamente todos los códigos tienen sus raíces en la ética utilitaria.

Palabras clave: códigos de conducta, filosofía moral, sector petrolero.

* Periodista internacional, Instituto Estatal de Relaciones Internacionales de Moscú (1978); magister en Economía, Pontificia Universidad Javeriana, 2000. Profesor del Departamento de Administración, Pontificia Universidad Javeriana.

ABSTRACT

Objectives: exploring the codes of conduct in order to characterize the parameters of responsibility and ethical performance that Colombian oil companies define for themselves.

Method: the paper is exploratory and descriptive. We use the method of multiple case study.

Results: the codes are grouped into three blocks according to their structure: codes of conduct of multinational companies; codes of conduct of local companies with international ambitions, and codes of conduct of small local companies.

Conclusions: codes of global companies are extensive and legalistic. Codes of local companies with international ambitions are short and legalistic. Codes of small local companies are short and missionary. Virtually all codes have their roots in the utilitarian ethics.

Keywords: codes of conduct, moral philosophy, oil industry.

RESUMO

Objetivos: exploram-se os rasgos que caracterizam os códigos de conduta com o ânimo de compreender os parâmetros de responsabilidade e desempenho ético que as empresas petroleras colombianas definem em si. *Método:* é um trabalho exploratório e descritivo que utiliza o método de estudo de caso múltiplo. *Resultados:* os códigos se agrupam em três categorias conforme sua estrutura: códigos de empresas globais; códigos de empresas locais, e códigos intermédios de empresas locais com ambições internacionais. *Conclusões:* os códigos das empresas globais são extensos e legalistas; os das empresas locais com ambições internacionais são menos extensos que os códigos globais, mas mantêm seu caráter legalista. Os códigos de empresas locais pequenas são curtos e missionários por seu tom. Praticamente todos os códigos têm suas raízes na ética utilitária.

Palavras chave: códigos de conduta, filosofia moral, setor petrolero.

INTRODUCCIÓN

El código de ética es una relativa novedad en Colombia, donde cada vez más empresas, de manera voluntaria, optan por tenerlo. En la industria petrolera, las empresas que figuran en la lista de las 100 más grandes de Colombia, publicada por la revista *Semana*, tienen códigos de ética. Entonces, surge la pregunta: ¿cómo son, por su forma y contenido, los códigos de ética en la industria colombiana del petróleo?

Esta pregunta corresponde a un estado incipiente de investigaciones en el tema. Si bien existen numerosos trabajos sobre los códigos de ética de grupos y asociaciones profesionales de especialistas en salud, derecho y periodismo, los autores no conocen trabajos colombianos ni latinoamericanos que describan y comparen los códigos de ética de empresas petroleras ni de ningún otro sector industrial.

Es importante estudiar los códigos de ética de empresas petroleras, porque estas juegan un papel especial en la economía colombiana. La empresa más grande del país es Ecopetrol, y los hidrocarburos son el primer rubro de exportación de Colombia. Las empresas petroleras operan entre las comunidades vulnerables y ecosistemas frágiles en zonas alejadas, donde no llega el control de la sociedad civil.

En la caracterización de los códigos, los autores se guían por la metodología propuesta por Gaumnitz y Lere (2004), complementada por la investigación posterior.

Si bien los estudios internacionales de códigos de ética se caracterizan por no ser explícitos en cuanto a las raíces filosóficas de los mismos (Helin, Sandstrom, 2007), el presente trabajo pretende ser explícito en cuanto a este punto.

En lo que sigue, el artículo está compuesto por las siguientes secciones: Resumen de literatura, Instrumentos y métodos, Resultados, Discusión y conclusiones.

RESUMEN DE LITERATURA

El *código de ética* es un documento escrito que contiene estándares morales que ayudan a orientar la conducta del empleado y de la organización (Schwartz, 2005). Según el enfoque de estructuración de Giddens (1979), el código de ética es una forma de discurso organizacional situado en un sistema social complejo e interpretado por personas en el contexto concreto. El código refleja la intención ética, las prioridades de la organización, los temas importantes y no importantes para ella; es el instrumento de medida que la organización ofrece a la comunidad para evaluar su propia postura ética.

La contradicción entre el código y la práctica no es sostenible por mucho tiempo, porque generaría la desmotivación, el cinismo en el personal, y la deslegitimación de la organización. Por eso, se puede considerar el código de ética como uno de los principales instrumentos para llevar la responsabilidad social a la práctica. En el presente trabajo los códigos no se consideran como documentos aislados que ejercen cierto efecto en las organizaciones, sino como parte documental de la cultura organizacional que hace evidente su estructura que restringe o habilita cierta acción (Canary, Jennings, 2008; Giddens, 1979). De acuerdo con Giddens, dentro de las organizaciones existen tres dimensiones estructurales que restringen y habilitan una acción: significación (transmite significados a los miembros organizacionales), legitimación (transmite normas), y dominación (transmite la relación de autoridad). Unos códigos utilizan un lenguaje para transmitir significados para miembros organizacionales y diferentes audiencias; otros, reproducen estructuras organizacionales que restringen o habilitan cierta acción.

Helin y Sandstrom (2007) hacen un resumen de literatura sobre los códigos de ética hasta 2005. Clasifican los trabajos de acuerdo con el método utilizado y encuentran que los trabajos carecen de una explícita referencia teórica. Los autores no citan un interesante trabajo de Gaumnitz

y Lere (2004), que hace un aporte al método de estudio de códigos de ética permitiendo su comparación —método ya utilizado por (Stohl, Stohl y Popova, 2009). Las seis variables que hacen parte del modelo de Gaumnitz y Lere (2004) son:

1. *Extensión del código*: se refiere a la cantidad de declaraciones de principios y secciones distintas que contiene el código.
2. *Enfoque*: se refiere al tipo específico de tópicos que se abordan en el código.
3. *Contenido temático*: es la dimensión que orienta las relaciones entre los temas a través de los múltiples códigos.
4. *Nivel de detalle*: se comporta como una medición que identifica el número medio de principios por tema de cada código individual.
5. *Forma*: refleja la distribución de los diferentes temas a lo largo del código.
6. *Tono*: refleja la reacción emocional que tiene un código. El código puede tener el tono prescriptivo o de prohibición, manifestar la inspiración legalista o misional.

Long y Driscoll (2007) continuaron formulando criterios para caracterizar códigos. Según los autores, para

describir códigos, es deseable identificar si la empresa los adopta por razones estratégicas, para proyectar legitimidad de la organización, o por razones de principios. Es importante saber si el código identifica al responsable de asegurar el cumplimiento del código, y cuál es su posición en la organización.

Canary y Jennings (2008) encontraron que para describir códigos, es importante saber si estos formalizan la norma ética y la ubican en el campo legal o no lo hacen; si promueven los intereses de la compañía, qué tipo de control privilegian: el formal o el autocontrol, y en qué medida reflejan y reproducen la estructura organizacional y su estructura de autoridad.

Schwartz (2005) encuentra que en la literatura sobre los códigos está ausente el análisis normativo, es decir, no se identifican tipos de valores que promueve el código ni su fundamento filosófico.

Si Gaumnitz y Lere (2004) se concentran en los aspectos formales, Lugli, Kocollari y Nigrisoli (2009) ofrecen una serie de criterios para evaluar el contenido de los códigos: la función explícita del código, según lo establecido en el código mismo —por ejemplo, preservar la imagen y reputación de la empresa—; prevenir conductas ilegales; los principios generales declarados en el código —por ejemplo, el cumplimiento de

leyes, honestidad, transparencia, imparcialidad e independencia en la toma de decisiones—; integridad; los valores sociales que permiten obtener la legitimidad —por ejemplo, el enfoque en el usuario, la responsabilidad social, el diálogo con la comunidad, la protección del medio ambiente, y la importancia del factor humano en la organización—; las relaciones con los *stakeholders*; las reglas de conducta en cuanto a la corrupción, información reservada, política de recursos humanos, conflictos de interés, la información contable, y la competencia justa; qué funciones de control se prevén para garantizar la implementación del código; las garantías de protección para los denunciantes; qué sanciones se establecen por violar el código, y de qué manera el código se refiere a leyes y otras normas estatales.

Stohl et al. (2009), continuando con los criterios para caracterizar el contenido de los códigos, proponen identificar la generación de responsabilidad social a la que pertenece el código. Los códigos de primera generación centran su atención en el cumplimiento de las normas legales; los de segunda, en la responsabilidad ante los *stakeholders*, y los de tercera, en los derechos colectivos que pueden ser realizados solo a través de participación, cooperación y acuerdo —por ejemplo, el derecho a vivir en paz, y el derecho al ambiente sano—. Los autores (2009) utilizan

en su estudio las seis dimensiones de Gaumnitz y Lere (2004).

En Colombia, se hizo un estudio de códigos de ética. Rodríguez y Díaz (2004), con base en códigos de ética de varias organizaciones, hacen una propuesta metodológica para construir códigos de ética, que deben contener la definición de la organización, sus valores y sus líneas de acción, además de prever un mecanismo que garantice el cumplimiento del código.

En cuanto a las raíces filosóficas de los códigos, es oportuno acudir a la clarificación de las doctrinas éticas en tres grupos: la ética aristotélica, o de virtud, que evalúa una acción de acuerdo con la intención de la persona; la ética teleológica, o utilitarista, que evalúa una acción según sus consecuencias, y la ética deontológica, o kantiana, que evalúa la acción según su aproximación a la ley universal (White, 1993). Últimamente, se agrega la ética discursiva de Habermas (1985), quien, basándose en Kant, propone la comunicación como el mecanismo para llegar al consenso ético.

La literatura revisada fue utilizada para analizar la estructura, el contenido y las raíces filosóficas de los códigos.

INSTRUMENTOS Y MÉTODOS

Este es un trabajo exploratorio y descriptivo. Se enfoca en seis empresas

petroleras que figuran en el informe sobre las cien empresas más grandes de Colombia en la revista *Semana* en 2010.

Se utiliza la clasificación de Gaumnitz y Lere (2004), ya aplicada en la literatura (Stohl et al., 2009), complementada con las variables que se utilizaron por otros autores (Long y Driscoll, 2007; Rodríguez y Díaz, 2004; Lugli et al., 2009, y Stohl et al., 2009). Las variables para caracterizar los códigos con sus respectivos indicadores están resumidas en la tabla 1.

Los desarrollos y aportes posteriores por varios autores al método de Gaumnitz y Lere (2004) en la dimensión contenido temático se señalan a continuación en la tabla 2:

Los códigos fueron descargados de los sitios de las empresas en Internet, si estaban disponibles, y se solicitaron directamente cuando no estaban publicados en las páginas respectivas. Se estudiaron los códigos de BP, Oxy, Ecopetrol, Pacific Rubiales, Mansarovar, y Nexen. Se contó la cantidad de temas y de principios por tema y, en general, se caracterizó el tono de cada documento. Con estos datos, se construyó la base para el análisis.

Para clasificar los códigos según las perspectivas morales, se utilizaron tres corrientes básicas: la tradición

Tabla 1. Variables e indicadores para caracterizar los códigos de ética de Gaumnitz y Lere (2004)

<i>Variable</i>	<i>Indicador</i>
Extensión	Cantidad de declaraciones de principios que existen en el código.
Enfoque	Cantidad de tópicos que contiene el código.
Nivel de detalle	Cantidad promedio de principios por tema; esto ofrece una idea del nivel de detalle que presentan los temas expuestos en el código.
Forma	Énfasis en temas distintos o en un tema particular.
Contenido temático	Describe en palabras los temas del código, junto con la cantidad de principios por tema expresada en números.
Tono	Reacción emocional e impresión subjetiva que produce el código. ¿El código prescribe o prohíbe?
	Reacción emocional e impresión subjetiva que produce el código. ¿Es legalista o misional?
	Reacción emocional e impresión subjetiva que produce el código. ¿Predominan expresiones positivas o negativas?

Fuente: elaboración del autor a partir de Gaumnitz y Lere (2004).

Tabla 2. Prismas de la variable de contenido temático

Mecanismo de cumplimiento	¿El código identifica el cargo responsable por asegurar el cumplimiento del código y canales de comunicación? (Long & Driscoll, 2007; Rodríguez & Díaz, 2004).
	¿Se establecen sanciones por violar el código?
	¿Se establecen sanciones por denuncia malintencionada?
	¿Se ofrecen garantías de anonimato y seguridad contra las posibles represalias por reportar fallas éticas? (Lugli et al., 2009).
	¿Se establece compensación a personas perjudicadas por posible conducta irresponsable de la organización?
Objetivos estratégicos	¿Preservar la imagen, legitimidad y reputación de la empresa? (Long & Driscoll, 2007)
	Buen uso de activos de la empresa.
	¿Hacer explícitos los valores de la empresa? (Lugli et al., 2009)
Regulación estatal	¿Se promueve cumplimiento de leyes y regulación estatal? (Lugli et al., 2009; Benson, 1989).
	¿Se aborda el tema de la contabilidad correcta?

Continúa

Códigos de ética de empresas petroleras en Colombia y sus raíces filosóficas

Honestidad	¿Se promueve la honestidad y la transparencia? (Lugli et al., 2009; Benson, 1989)
	¿Se prohíbe la conducta corrupta de dar y recibir obsequios que hacen pensar en el soborno?
	¿Se promueve la imparcialidad e independencia en la toma de decisiones? ¿Se promueve la TD sin prejuicios, sin sesgos incompatibles con los mejores intereses de los clientes, empleados, accionistas, y el sector financiero?
	¿Se aborda el tema de conflictos de interés?
Integridad	Coherencia entre lo que se dice y lo que se hace.
Medio ambiente	¿Se expresa la preocupación por la protección del medio ambiente? (Lugli, 2009; Kocollari & Nigrisoli, 2009)
Comunidad	¿Se alienta el diálogo con y el respeto por la comunidad? (Lugli et al., 2009; Benson, 1989)
	¿Se alienta la participación de la empresa en proyectos de desarrollo locales?
	¿Se alienta la contratación de empleados locales?
Usuario	¿Se hace énfasis en el usuario? ¿Se expresa la aspiración a brindar productos y servicios de alta calidad? (Lugli et al., 2009)
Ambiente laboral	¿Se expresa la importancia del factor humano en el manejo de la empresa? (Lugli et al., 2009; Benson, 1989)
	¿Se garantiza la seguridad industrial?
	¿Se promueve la transparencia en el tema de recursos humanos?
	¿Se prohíbe la discriminación y el acoso?
	¿Se abordan las relaciones entre los empleados?
	Énfasis en la conducta digna de los empleados y en el trato digno por parte del jefe. ¿Es el jefe quien debe dar ejemplo de conducta digna?
	¿Se prohíbe el trabajo de menores y el trabajo forzado?
	¿Se respeta el sindicato?
Contratistas y proveedores	¿Se promueve el trato justo a los proveedores y contratistas? (Lugli et al., 2009)
	¿Están los contratistas y los proveedores obligados a seguir el código?
Mercados y competencia	¿Se promueve la honestidad en la información económica y financiera que la empresa entrega a los mercados, inversionistas y público en general? (Lugli et al., 2009; Benson, 1989)
	¿Se promueve la competencia justa?

Continúa

Mercados y competencia	¿Se aborda el manejo de la información reservada, privilegiada, y de propiedad intelectual?
	¿Se formulan políticas de comunicaciones externas?
Derechos individuales	¿El código protege los derechos de primera generación (centra la atención en el cumplimiento de normas legales)? (Stohl et al., 2009)
	El código protege los derechos de segunda generación (centra la atención en la responsabilidad ante los empleados y otros grupos directamente relacionados con la empresa).
	El código protege los derechos de tercera generación (son derechos no individuales sino colectivos, y pueden ser realizados solo a través de participación, cooperación y acuerdo: derecho de vivir en paz y en un ambiente sano).

Fuente: elaboración del autor a partir de los aporte de Long y Driscoll, 2007; Rodríguez y Díaz, 2004; Lugli et al., 2009; Benson, 1989; Kocollari y Nigrisoli, 2009, y Stohl et al., 2009.

consecuencialista, la tradición deontológica, y la ética aristotélica de virtud. A partir de la revisión literaria, se elaboraron criterios de inclusión. Para que un código clasifique como consecuencialista (utilitarista), es suficiente que sea instrumental, para lograr objetivos pragmáticos de competitividad, rentabilidad y posicionamiento estratégico. Para clasificar un código como deontológico, es necesario que, en vez de apuntar a un objetivo pragmático, plantee el cumplimiento de la norma moral abstracta. Para clasificar un código como aristotélico, los investigadores deben encontrar evidencia de que el código promueve la reflexión colectiva sobre situaciones laborales y estrategias con miras a desarrollar el carácter moral de los empleados.

RESULTADOS

De acuerdo con la *extensión*, los códigos se pueden agrupar en tres ca-

tegorías. La primera esta compuesta por los códigos extensos de empresas globales como BP y Oxy (200-300 principios); la segunda, por los códigos cortos de empresas locales como Nexen y Mansarovar (20-30 principios); la tercera, por Ecopetrol y Pacific Rubiales (PR), que ocupan una posición intermedia (60-100 principios), como se presenta en la figura 1.

El *enfoque*, o la *cantidad de temas*, es aproximadamente proporcional al número de principios. Los códigos globales y PR abarcan 30-40 temas, mientras que los códigos locales presentan menos de 15 temas. Ecopetrol ocupa una posición intermedia con 28 temas.

En cuanto al *nivel de detalle*, los dos códigos globales tratan los temas con más detalle (promedio 6,5-6,7 principios por tema) que los demás códigos (2,1-4,7), como se muestra en la figura 1.

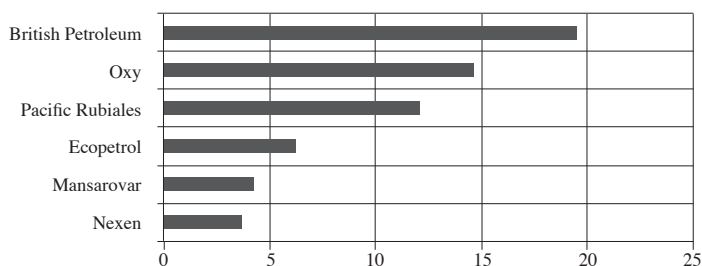


Figura 1. Número de principios por tema

En los códigos globales y PR predomina el *tono* de prohibición; en los códigos locales, el de prescripción. Mientras que los códigos globales y PR son legalistas, con numerosas alusiones a la ley, los códigos locales son misionales. En los códigos

globales y PR predominan expresiones negativas que prohíben ciertas conductas. En los códigos locales predominan expresiones positivas que invitan a comportarse de cierta manera. Los *temas prioritarios* en los códigos figuran en la tabla 3:

Tabla 3. Temas prioritarios en los códigos

		Nexen	Mansarovar	Ecopetrol	Pacific Rubiales	Oxy	British Petroleum
Mecanismo de cumplimiento	¿El código identifica el cargo responsable por asegurar el cumplimiento del código y canales de comunicación? (Long & Driscoll, 2007; Rodríguez & Díaz, 2004).			5	8	3	9
	¿Se establecen sanciones por violar el código?		1	1		4	
	¿Se establecen sanciones por denuncia malintencionada?				2		
	¿Se ofrecen garantías de anonimato y seguridad contra las posibles represalias por reportar fallas éticas? (Lugli et al., 2009).		1	2	4	5	3
	¿Se establece compensación a personas perjudicadas por posible conducta irresponsable de la organización?						

Continúa

		<i>Nexen</i>	<i>Mansarovar</i>	<i>Ecopetrol</i>	<i>Pacific Rubiales</i>	<i>Oxy</i>	<i>British Petroleum</i>
Objetivos estratégicos	¿Preservar la imagen, legitimidad y reputación de la empresa? (Long & Driscoll, 2007).			3		3	1
	Buen uso de activos de la empresa.	1		10	12	4	3
	¿Hacer explícitos los valores de la empresa? (Lugli et al., 2009).						
Regulación estatal	¿Se promueve el cumplimiento de leyes y la regulación estatal? (Lugli et al., 2009; Benson, 1989).	1	2	2	8	6	13
	¿Se aborda el tema de la contabilidad correcta?		7	2	9	8	16
Honestidad	¿Se promueven la honestidad y la transparencia? (Lugli et al., 2009; Benson, 1989).		3	2			
	¿Se prohíbe la conducta corrupta de dar y recibir obsequios que hacen pensar en el soborno?	3	3	1	9	18	45
	¿Se promueve la imparcialidad e independencia en la toma de decisiones? ¿Se promueve la TD sin prejuicios, sin sesgos incompatibles con los mejores intereses de los clientes, empleados, accionistas, y sector financiero?					8	
	¿Se aborda el tema de conflictos de interés?				13		10
Integridad	Coherencia entre lo que se dice y lo que se hace.	2	2	3			2
Medio ambiente	¿Se expresa la preocupación por la protección del medio ambiente? (Lugli, 2009; Kocollari & Nigrisoli, 2009)	2		8		5	5
Comunidad	¿Se alienta el diálogo con y el respeto por la comunidad? (Lugli et al., 2009; Benson, 1989).	3		3		4	3
	¿Se alienta la participación de la empresa en proyectos de desarrollo locales?	3					1
	¿Se alienta la contratación de empleados locales?	2					1

Continúa

Códigos de ética de empresas petroleras en Colombia y sus raíces filosóficas

		<i>Nexen</i>	<i>Mansarovar</i>	<i>Ecopetrol</i>	<i>Pacific Rubiales</i>	<i>Oxy</i>	<i>British Petroleum</i>
Usuario	¿Se hace el énfasis en el usuario?						
	¿Se expresa la aspiración a brindar productos y servicios de alta calidad? (Lugli et al., 2009)	2		2	2	3	
Ambiente laboral	¿Se expresa la importancia del factor humano en el manejo de la empresa? (Lugli et al., 2009; Benson, 1989).	4		3	6	3	1
	¿Se garantiza la seguridad industrial?	1		5	5	10	13
	¿Se promueve la transparencia en el tema de recursos humanos?	2	2			0	3
	¿Se prohíbe la discriminación y el acoso?	3		6	6	10	4
	¿Se abordan las relaciones entre los empleados?			4	1	0	
	Conducta digna por parte de los empleados, y trato digno por parte del Jefe. ¿El jefe debe dar ejemplo de conducta digna?	2	1	4	3	9	18
	¿Se prohíbe el trabajo de menores y el trabajo forzado?	1				0	3
	¿Se respeta el sindicato?	1				0	1
Contratistas y proveedores	¿Se promueve el trato justo a los proveedores y contratistas? (Lugli et al., 2009).	2			2	11	
	¿Están los contratistas y los proveedores obligados a seguir el código?	1		1		3	9
Mercados y competencia	¿Se promueve honestidad en la información económica y financiera que la empresa entrega a los mercados, inversionistas, y al público en general? (Lugli et al., 2009; Benson, 1989).		1	1			1
	¿Se promueve la competencia justa?	3	0			15	14
	¿Se aborda el manejo de la información reservada, privilegiada, y la propiedad intelectual?		3	2	12	22	30
	¿Se formulan políticas de comunicaciones externas?		3	3	6		5

Continúa

		<i>Nexen</i>	<i>Mansarovar</i>	<i>Ecopetrol</i>	<i>Pacific Rubiales</i>	<i>Oxy</i>	<i>British Petroleum</i>
Derechos individuales	¿El código protege derechos de primera generación? (Stohl et al., 2009).	2	1	1	1	3	1
	El código protege derechos de segunda generación (centra la atención en la responsabilidad ante los grupos directamente relacionados con la empresa: motivo de ganancia y empleados).	2	0	1		5	1
	El código protege derechos de tercera generación (son derechos no individuales sino colectivos, y pueden ser realizados solo a través de participación, cooperación, y acuerdo: derecho de vivir en paz y en un ambiente sano).	1	1				

Fuente: elaboración del autor.

Los códigos globales, PR y Ecopetrol identifican al responsable del cumplimiento del código. En todos los casos, el *mecanismo de cumplimiento* se basa en la denuncia. La eficacia de este sistema depende de la probabilidad de detectar y reportar la acción antiética, y de la probabilidad de castigo. Los códigos globales, PR y Ecopetrol tratan de facilitar el acceso a los ejecutivos responsables del cumplimiento del código y los canales de comunicación para el denunciante, así como de proteger al denunciante de las posibles represalias. Los códigos globales, PR y Ecopetrol establecen medidas explícitas de protección para los denunciantes: “Se prohíben represalias, sin embargo, Corporación se reserva el derecho a disciplinar a aquel que acusa sin razón en la verdad y exactitud de la información o a sabien-

das proporciona información falsa o hace acusaciones falsas. Esto no significa que Usted tiene que estar en lo cierto pero significa que debe creer que está proporcionando información veraz” (Pacific Rubiales, 2007). Lo mismo en el código de Ecopetrol: “Instancias consultadas garantizarán en todo momento el máximo respeto a los derechos de las personas presuntamente implicadas en un posible incumplimiento. Igualmente se asegurará que, previo a la emisión de cualquier juicio de valor, personas implicadas puedan sin ningún tipo de coacciones dar todas las justificaciones y explicaciones que consideran pertinentes en la defensa de su actuación” (Ecopetrol, 2010).

Sin embargo, en el tema del cumplimiento de los códigos se percibe ambivalencia. Ningún código utiliza

la auditoría ética. Tampoco acepta publicar las violaciones del código, resultados de investigaciones y medidas tomadas. Por ejemplo, el código de Ecopetrol dice: “Las respuestas a las consultas se informarán mediante actas de resolución que solo se pondrán a disposición de las partes interesadas”. Probablemente, esta disposición evidencia la no aceptación del conflicto, propia de la cultura organizacional latinoamericana (Elvira & Dávila, 2005).

Las empresas globales, PR y Ecopetrol establecen los mecanismos para dar a conocer el código. Solo en el código de Ecopetrol se ve que este documento fue elaborado con la participación de los trabajadores, lo que hace pensar en la tradición ética aristotélica de virtud. En otros casos, son documentos redactados por las directivas y enviados para la información y cumplimiento. BP ordena a sus empleados en Colombia seguir el código diseñado en su casa matriz, redactado en inglés.

Para ser comprendidos y cumplidos, los códigos deben ser claros, y no siempre lo son. Por ejemplo, Ecopetrol dice: “Me declaro impedido cuando me veo involucrado en una decisión donde se genera un conflicto de intereses personal o familiar”, pero no define qué es el conflicto de intereses. Lo mismo pasa con la información reservada: “Prevengo la

fuga de la información estratégica o de carácter confidencial”, sin definir ninguno de los dos conceptos.

Solo códigos globales y PR establecen sanciones explícitas por violar el código, que van desde la acción disciplinaria no especificada hasta el despido. Los códigos locales, Ecopetrol incluido, no lo hacen.

Las normas de comportamiento están explícitas en los códigos globales, PR y Ecopetrol, así como el tema de las relaciones entre los empleados. BP y Ecopetrol reconocen la importancia del factor humano para el éxito de la organización, lo que evidencia sus orígenes utilitaristas, y exigen la transparencia en la gestión humana. Ningún código plantea la necesidad para la empresa de ganar la confianza de los empleados.

Los códigos globales y PR toman muy en serio el *acoso* por razones de “[...] género, raza, orientación sexual, color, etnia, estado civil, situación familiar, ciudadanía, estado de ex combatiente, edad o discapacidad” (PR, año). En otros códigos, este no es un tema importante.

Las petroleras no hacen énfasis en el *servicio al cliente* ni expresan la preocupación por la alta calidad de sus productos. Solo BP y Ecopetrol mencionan al usuario como *stakeholder*.

La preocupación por la protección del *medio ambiente* y el cumplimiento de la normatividad ambiental está presente en todos los códigos.

Los códigos no prestan mucha atención a la toma de decisiones imparcial e independiente, sino se concentran en el *conflicto de intereses*, que se define como “[...] actividades que impiden correcto desempeño de sus funciones o que pueden afectar su juicio o capacidad para actuar en beneficio de la Corporación” (PR).

El tema central para los autores de los códigos es la *corrupción*. Los códigos globales indican el precio máximo que puede tener un obsequio, por encima del cual el obsequio se considera un soborno.

Competir de manera justa es una preocupación que solo muestran las empresas globales y Nexen. Sus códigos prohíben a los empleados mantener conversaciones con la competencia, las cuales pueden ser interpretadas como interés en hacer acuerdos anticompetitivos.

La mayor preocupación de los autores de los códigos es la *reputación* de la empresa, lo que muestra sus raíces utilitaristas. Ecopetrol dice: “Soy consciente de que como funcionario represento la Empresa en todo momento por lo que me esfuerzo por mantener una presentación personal adecuada y proyectar imagen inta-

chable evitando cualquier conducta laboral o personal que deteriore el buen nombre y la reputación de la Empresa. Mis actuaciones responden a la dignidad y responsabilidad del cargo” (2010).

Los códigos exigen *disciplina*, dedicación, y el buen uso de los recursos de la empresa, incluidos el correo electrónico, Internet y teléfono. Los códigos globales y PR reconocen el derecho a usar estos recursos para los fines personales de manera limitada, y advierten que dicho uso no debe ser excesivo ni causar detrimento a la empresa. Ecopetrol, de manera un poco arcaica, insiste en el principio clásico de la prevalencia del bien común sobre el interés particular, lo que evidencia sus raíces utilitaristas.

La preocupación por la *comunidad* en los sitios de operaciones está presente en todos los códigos, menos en el de PR. El código de Oxy dice:

Compromisos de Oxy se extienden más allá de sus empleados. Para la comunidad en que la Compañía opera, tal compromiso incluye la observancia de leyes del país, respeto de valores culturales de las comunidades, incluidas las comunidades indígenas [...] prestando atención a la auto suficiencia, sostenibilidad, salud, medio ambiente y haciendo negocios como miembros responsables de la sociedad. Antes de empezar operaciones en un país extranjero,

la Compañía va a evaluar el impacto social para atender temas locales así como el riesgo de seguridad y, hasta donde la ley lo permite, va a buscar la pre-aprobación por comunidades locales afectadas por las operaciones de la Compañía para minimizar el impacto negativo en la comunidad y en las operaciones de la Compañía”.

El fragmento hace evidentes las raíces utilitaristas del código. Mansarovar (2009) va más allá y exige “[...] respetar derechos humanos, crear oportunidades de empleo, ejercer impacto positivo sobre desarrollo local, mejorar la inversión social para garantizar mejoras tangibles en condiciones de vida de las comunidades locales, participar en proyectos de desarrollo para garantizar sostenibilidad y coherencia social”, lo que hace pensar en la inspiración deontológica de los autores.

En ningún caso se establece la *compensación a las personas perjudicadas* por posible conducta no ética de la empresa o sus empleados.

Todos los códigos protegen los derechos de *primera y segunda generación*, es decir, los derechos individuales y los derechos de los grupos directamente relacionados con la empresa, como son los empleados, lo que evidencia sus raíces utilitaristas o aristotélicas. En cuanto a los derechos colectivos de tercera generación, que se realizan a través de la

participación y cooperación, como por ejemplo, el derecho de vivir en paz, estos derechos solo figuran en el código de Mansarovar y Nexen.

La *honestidad en la información económica y financiera* que las empresas entregan a los mercados no es la prioridad: solo BP y Ecopetrol plantean este tema. En cambio, el tema que sí preocupa a todas las empresas es la filtración de la información reservada.

La preocupación por la *seguridad industrial* y el ambiente sano de trabajo es típica para todos los códigos, excepto el de Mansarovar.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

La industria petrolera colombiana utiliza los códigos de ética como un refuerzo disciplinario, para lo cual les concede un carácter y tono legal. Tal vez por eso los códigos, excepto los de Nexen y Mansarovar, no van más allá de la primera y segunda generación de derechos humanos. Concebidos como documentos disciplinarios, los códigos se diseñan por las directivas y se comunican para su cumplimiento. Los autores de los códigos olvidan que el proceso de construcción del código vale más que el código mismo (Scalet, 2006; Giddens, 1979). Solo Ecopetrol menciona que su código fue elaborado por los trabajadores, aunque tampoco

dice en qué período de tiempo. La hipótesis disciplinaria se confirma por el hecho de que ningún código establece la fecha de su vencimiento y su obligatoria revisión. Todo lo contrario: los códigos globales y PR advierten que estos documentos pueden ser actualizados sin previo aviso, y que las versiones electrónicas prevalecen sobre cualquier versión impresa.

Diseñados para controlar la conducta de los empleados, los códigos, excepto el de Nexen, no hacen explícito el dilema de prisioneros, que surge cuando la persona trata de hacer cumplir la norma ética.

Las raíces filosóficas de los códigos de las empresas grandes se encuentran en el utilitarismo, mientras que Ecopetrol y empresas locales gravitan hacia la ética de la virtud. Solo Mansarovar se acerca al polo kantiano.

El aporte de este trabajo es limitado y consiste en caracterizar los códigos de ética colombianos. De esta manera, se abre una discusión que puede ser continuada con los estudios de los efectos prácticos que los códigos ejercen en la vida organizacional.

BIBLIOGRAFÍA

- Aristóteles (2001), *Ética a Nicómaco*, Calvo Martínez, J. L. (trad.), Madrid: Alianza.
- Benson, G. (1989), "Codes of Ethics". En: *Journal of Business Ethics*, 8: 305-319.
- Camps, V., Guariglia, O. & Salmerón, F. (1992), "Concepciones de la ética". En: Trotta (eds.), *Enciclopedia Iberoamericana de Filosofía* (vol. 2).
- Canary, H. & Jennings, M. (2008), "Principles and influence in codes of ethics: a centering resonance analysis comparing pre and post Sarbanes. Oxley codes of ethics". En: *Journal of Business Ethics*, 80: 263-278.
- Ecopetrol (2010), "Código de ética". Consultado el 23 de abril de 2010, en: www.ecopetrol.com.co
- Elvira, M. & Dávila, A. (2005), "Cultura y administración de recursos humanos en América Latina". En: *Universia Business Review*, s. v.: 28-45.
- Gaumnitz, B. & Lere, J. (2004), "A Classification Scheme for Codes of Business Ethics". En: *Journal of Business Ethics*, 49: 329-335.
- Giddens, A. (1979), *Central Problems in Social Theory: Action, Structure and Contradiction in Social Analysis*. California: Berkley University.
- Habermas, J. (1985), *Conciencia moral y acción comunicativa*, Barcelona: Península.
- Helin, S. & Sandstrom, J. (2007), "An inquiry into the study of corporate codes of ethics". En: *Journal of Business Ethics*, 75: 253-271.

- Kant, I. (2007), *Fundamentación para la metafísica de las costumbres*, Madrid: Espasa Calpe.
- Long, B. & Driscoll, C. (2007), "Codes of ethics and the pursuit of organizational legitimacy: theoretical and empirical contributions". En: *Journal of Business Ethics*, 77: 173-189.
- Lugli, E., Kocollari, U. & Nigrisoli, C. (2009), "The codes of ethics of S&P/MIB Italian companies: an investigation of their contents and the main factors that influence their adoption". En: *Journal of Business Ethics*, 84: 33-45.
- Mansarovar (2009), *Política de responsabilidad social corporativa*, Bogotá: Mansarovar.
- Pacific Rubiales (2007), "Código de conducta y ética empresarial". Consultado el 23 de abril de 2010, en: www.pacificrubiales.com
- Rodríguez, M. & Díaz, A. (2004), "Códigos éticos: construcción colectiva del carácter organizacional. El caso de la Universidad Nacional de Colombia, sede Manizales". En: *Innovar* 24: 39-55.
- Scalet, S. (2006), "Prisoner's dilemmas, cooperative norms and codes of business ethics". En: *Journal of Business Ethics*, 65, 4: 309-323.
- Schwartz, M. (2005), "Universal moral values for corporate codes of ethics". En: *Journal of Business Ethics*, 59: 27-44.
- Semana (2010), "100 empresas más grandes de Colombia". En: *Semana*, 1460.
- Stohl, C., Stohl, M. & Popova, L. (2009), "A new generation of corporate codes of ethics". En: *Journal of Business Ethics*, 90: 607-622.
- White, T. (1993), *Business ethics*. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.