

FORMA Y CONTENIDO DE LOS CÓDIGOS DE ÉTICA DE EMPRESAS PETROLERAS EN COLOMBIA

Shape and content of ethic codes in Colombian oil industry

Yuri Gorbaneff
Elsa Margarita Uribe G.
Guillermo Hoyos
Universidad Javeriana (Colombia)

YURI GORBANEFF

MAGISTER EN ECONOMÍA, PROFESOR DEL DEPARTAMENTO DE
ADMINISTRACION, PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA.
yurigor@javeriana.edu.co

ELSA MARGARITA URIBE G.

PHD, CONSULTORA.
emuribe@javeriana.edu.co

GUILLERMO HOYOS

PHD, DIRECTOR DEL INSTITUTO DE BIOÉTICA, PONTIFICIA
UNIVERSIDAD JAVERIANA.
guillermo.hoyos@gmail.com

RESUMEN

Objetivos: Se exploran 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. Se utiliza el modelo de Gaumnitz y Lere (2004) para clasificar los códigos.

Resultados: Los códigos se agrupan en tres categorías según su estructura: códigos de empresas globales, los de empresas locales y los 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 extensos que los códigos globales pero mantienen su carácter legalista; los 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.

ABSTRACT

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

Method: The paper is exploratory and descriptive. We use the method of multiple case study and a model of Gaumnitz and Lere (2004) in order to classify the codes.

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; 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.

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 100 empresas más grandes de Colombia, publicada por la revista *Semana*, tienen códigos de ética. Surge la pregunta: ¿Cómo son por su forma y contenido los códigos de ética en la industria colombiana de petróleo?

Esta pregunta corresponde a un estado incipiente de investigaciones en el tema. 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, si bien existen numerosos trabajos sobre los códigos de ética de grupos y asociaciones profesionales de especialistas en salud, derecho y periodismo.

Es importante estudiar los códigos de ética de empresas petroleras porque estas empresas juegan un papel especial en la economía colombiana.

La empresa más grande del país es Ecopetrol. Los hidrocarburos son el primer rubro de exportación de Colombia.

Las empresas petroleras operan entre las comunidades vulnerables y ecosistemas frágiles en zonas alejadas adonde no llega el control de la sociedad civil.

Este trabajo es una primera aproximación que pretende dejar abierta la puerta para que otros investigadores avancen en el estudio del tema.

En la caracterización de los códigos los autores se guían por la metodología propuesta por Gaumnitz y Lere (2004), complementada por la investigación posterior. 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). En este trabajo se intenta ser explícito en cuanto a este punto. Si bien el trabajo está pensado para un auditorio especializado, su redacción lo hace accesible para el público general.

Este artículo está compuesto por las secciones siguientes: 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. 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 generará 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 este 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, en las organizaciones existen tres dimensiones estructurales que restringen y habilitan una acción: *la significación* (transmite significados a los miembros organizacionales), *legitimación* (transmite normas) y *la dominación* (transmite la relación de autoridad). Unos códigos utilizan lenguaje para transmitir significados para miembros organizacionales y otras 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. Este método ya fue utilizado por Stohl, y Popova (2009). Las seis variables que hacen parte del modelo de Gaumnitz y Lere (2004) son:

- **Extensión del Código:** se refiere a la cantidad de declaraciones de principios y secciones distintas que contiene el código.
- **Enfoque:** se refiere al tipo específico de tópicos que se abordan en el código.
- **Contenido temático:** es la dimensión que orienta las relaciones entre los temas a través de los múltiples códigos.
- **Nivel de detalle:** se comporta como una medición que identifica el número medio de principios por tema de cada código individual.
- **Forma:** refleja la distribución de los diferentes temas a lo largo del código.
- **Tono:** Refleja la reacción emocional que tiene un código. Este 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 lo 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, 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 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 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, 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, 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; 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 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, derecho al ambiente sano. Stohl et al. (2009) utilizan en su estudio las 6 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, líneas de acción, prever un mecanismo que garantice el cumplimiento del código.

En cuanto a las raíces filosóficas de los códigos, es oportuno acudir a la clasificación 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; *ética teleológica*, o utilitarista, que evalúa una acción según sus consecuencias; 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.

El resumen de literatura sería incompleto sin mencionar los intentos de organismos internacionales de influenciar el desarrollo de códigos. *Global Compact*, iniciativa formulada por la ONU, establece 10 principios de conducta organizacional en el campo de derechos humanos, relaciones laborales, medio ambiente, anticorrupción. La organización Internacional de Trabajo, por su lado, viene formulando principios en los temas de libertad de asociación, trabajo forzado, trabajo infantil, seguridad industrial, etc.

INSTRUMENTOS Y METODOS

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 utilizaron otros autores (Long & Driscoll, 2007; Rodríguez & Díaz, 2004; Lugli et al., 2009; Stohl et al., 2009). Las variables para caracterizar los códigos, con sus respectivos indicadores, están resumidas en la tabla 1.

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

VARIABLE	INDICADOR
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. ¿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 propia a partir de Gaumnitz y Lere (2004).

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

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 e comunicación? (Long & Driscoll, 2007; Rodríguez & Díaz, 2004)
	¿Se establecen sanciones por violar el código?
	¿Se establecen sanciones por denuncia mal intencionada?
	¿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
	¿Hace 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?
Honestidad	¿Se promueve la honestidad y transparencia? (Lugli et al., 2009; Benson, 1989)
	¿Se prohíbe 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, sector financiero?
	¿Se aborda el tema de conflictos de interés?
Integridad	Coherencia entre los que se dice y se hace
Medio ambiente	¿Se expresa la preocupación por la protección del medio ambiente? (Lugli et al., 2009)
Comunidad	¿Se alienta el diálogo con y respeto por la comunidad? (Lugli et al., 2009; Benson, 1989)
	¿Se alienta participación de la empresa en proyectos de desarrollo locales?
	¿Se alienta contratación de empleados locales?
Usuario	¿Se hace el énfasis en el usuario? ¿Se expresa la aspiración a brindar productos y servicios de alta calidad? (Lugli et al., 2009)

Continúa...

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 discriminación y el acoso?
	¿Se abordan relaciones entre los empleados?
	Conducta digna de empleados y el trato digno por parte del Jefe. ¿El jefe debe dar ejemplo de la conducta digna?
	¿Se prohíbe el trabajo de menores y trabajo forzado?
	¿Se respeta el sindicato?
Contratistas y proveedores	¿Se promueve trato justo a los proveedores y contratistas? (Lugli et al., 2009)
	¿Contratistas y proveedores están obligados a seguir el código?
Mercados y competencia	¿Se promueve 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?
	¿Se aborda el manejo de la información reservada, privilegiada y propiedad intelectual?
	¿Se formulan políticas de comunicaciones externas?
Derechos individuales	¿Código protege derechos de 1a generación (centra atención en cumplimiento de normas legales)? (Stohl et al., 2009)
	¿Código protege derechos de 2a generación (centra atención en responsabilidad ante los grupos directamente relacionados con la empresa: motivo de ganancia y empleados)?
	¿Código protege derechos de 3ª 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 propia a partir de diversos autores.

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,

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.

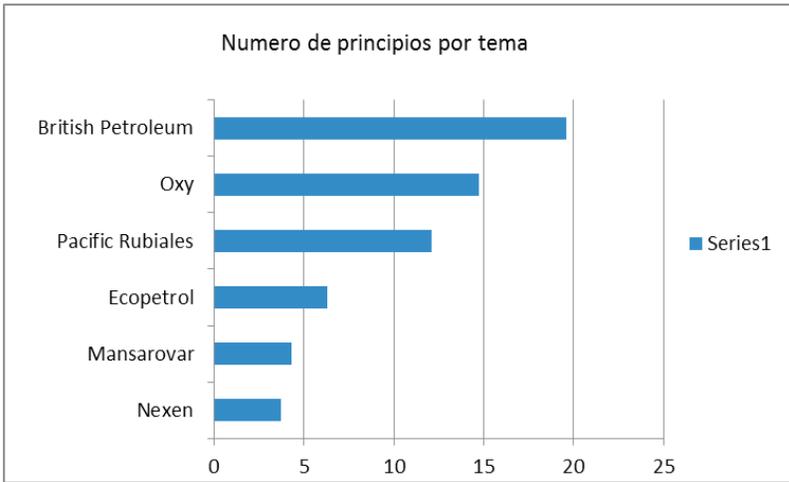
Para clasificar los códigos según las perspectivas morales se utilizaron tres corrientes básicas: la tradición consecuencialista, deontológica y la ética aristotélica de virtud. A partir de la literatura se elaboraron criterios de inclusión. Para que un código clasifique como *consecuencialista* (utilitarista) es suficiente que el código 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 estratégicas con miras a desarrollar el carácter moral de los empleados.

RESULTADOS

De acuerdo con la **extensión**, los códigos se pueden agrupar en tres categorías. La primera está 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 observa en la gráfica 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. 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 observa en la gráfica 1.



Gráfica 1. Número de principios por tema

En los códigos globales y PR predomina el **tono** de prohibición; en los códigos locales, de prescripción. Mientras 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 comunes 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

Continúa...

		Nexen	Mansarovar	Ecopetrol	Pacific Rubiales	Oxy	British Petroleum
	¿Se establecen sanciones por violar el código?		1	1		4	
	¿Se establecen sanciones por denuncia mal intencionada?				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?						
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 cumplimiento de leyes y regulación estatal? (Lugli et al., 2009; Benson, 1989)	1	2	2	8	6	13

Continúa...

		Nexen	Mansarovar	Ecopetrol	Pacific Rubiales	Oxy	British Petroleum
	¿Se aborda el tema de la contabilidad correcta?		7	2	9	8	16
Honestidad	¿Se promueve la honestidad y transparencia? (Lugli et al., 2009; Benson, 1989)		3	2			
	Se prohíbe 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, sector financiero?					8	
	¿Se aborda el tema de conflictos de interés?				13		10
Integridad	Coherencia entre los que se dice y se hace	2	2	3			2
Medio ambiente	¿Se expresa la preocupación por la protección del medio ambiente? (Lugli et al., 2009)	2		8		5	5

Continúa...

		Nexen	Mansarovar	Ecopetrol	Pacific Rubiales	Oxy	British Petroleum
Comunidad	¿Se alienta el dialogo con y respeto por la comunidad? (Lugli et al., 2009; Benson, 1989)	3		3		4	3
	¿Se alienta participación de la empresa en proyectos de desarrollo locales?	3					1
	¿Se alienta contratación de empleados locales?	2					1
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

Continúa...

		Nexen	Mansarovar	Ecopetrol	Pacific Rubiales	Oxy	British Petroleum
	¿Se prohíbe discriminación y el acoso?	3		6	6	10	4
	¿Se abordan relaciones entre los empleados?			4	1	0	
	Conducta digna de empleados y el trato digno por parte del Jefe. ¿El jefe debe dar ejemplo de la conducta digna?	2	1	4	3	9	18
	¿Se prohíbe el trabajo de menores y trabajo forzado?	1				0	3
	¿Se respeta el sindicato?	1				0	1
Contratistas y proveedores	¿Se promueve trato justo a los proveedores y contratistas? (Lugli et al., 2009)	2			2	11	
	¿Contratistas y proveedores están 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 público en general? (Lugli et al., 2009; Benson, 1989)		1	1			1

Continúa...

		Nexen	Mansarovar	Ecopetrol	Pacific Rubiales	Oxy	British Petroleum
	¿Se promueve la competencia justa?	3	0			15	14
	¿Se aborda el manejo de la información reservada, privilegiada y propiedad intelectual?		3	2	12	22	30
	¿Se formulan políticas de comunicaciones externas?		3	3	6		5
Derechos individuales	¿Código protege derechos de 1ª generación? (centra atención en cumplimiento de normas legales) (Stohl et al., 2009)	2	1	1	1	3	1
	¿Código protege derechos de 2ª generación? (centra atención en responsabilidad ante los grupos directamente relacionados con la empresa: motivo de ganancia y empleados)	2	0	1		5	1

Continúa...

		Nexen	Mansarovar	Ecopetrol	Pacific Rubiales	Oxy	British Petroleum
	¿Código protege derechos de 3ª 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 propia.

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 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, la Corporación se reserva el derecho a disciplinar a aquel que acusa sin razón en la verdad y exactitud de la información o a sabiendas 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 y redactado en inglés.

Para ser comprendidos y cumplidos, los códigos deben ser claros. 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.

La política respecto a los **empleados** esta explícita en los códigos globales, PR y Ecopetrol, así mismo 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). Para otros códigos no es un tema importante.

Las petroleras no hacen el 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 que 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 enumeran y dan ejemplos de conductas corruptas y soborno, indicando el techo en dólares para el precio de un obsequio razonable que no se considera soborno.

La **contabilidad correcta**, parece, es importante solo para las empresas globales, PR y Ecopetrol.

Competir de manera justa es la preocupación solo para las empresas globales y Nexen. Sus códigos prohíben a los empleados mantener las conversaciones con la competencia que pueden ser interpretadas como el 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 una imagen intachable, 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.

Los códigos exigen la **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 mas 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 loca-

les, participar en proyectos de desarrollo para garantizar sostenibilidad y coherencia social” (Mansarovar, versión 1 de abril de 2009), 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 para el de Mansarovar.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Los códigos estudiados se dirigen a dos audiencias: de manera explícita a los empleados y de manera implícita a otros *stakeholders*, asegurándolos de la actuación socialmente responsable de la empresa. Los códigos insisten en el cumplimiento de la ley. Lo que podría parecer trivial, no lo es para las petroleras que, con su mentalidad global, necesitan recordar a sus empleados la necesidad de conocer y respetar las normas locales y transmitir a la comunidad donde operan el mensaje de respeto por la norma local.

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 disciplina- rios, los códigos son diseñados 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 ven- cimiento y la obligatoria revisión. Todo lo contrario: los códigos globales y PR advierten que estos documentos pueden ser actua- lizados 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, lo que permite al futuro inves- tigador concentrarse en cierto tipo de códigos y estudiar su efecto sobre la cultura, desempeño, estrategia y su eficacia para imponer ética en el negocio y trabajo.

REFERENCIAS

Benson, G. (1989). Codes of Ethics. *Journal of Business Ethics*, 8, 305-319 (Ebsco).

Camps, V., Guariglia, O. & Salmerón, F. (1992). Concepciones de la ética. *Enciclopedia Iberoamericana de Filosofía*, Vol. 2. Madrid: Trotta.

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. *Journal of Business Ethics*, 80, 263 - 278.

Ecopetrol (2010). *Código de ética*. Bogotá. Recuperado de www.ecopetrol.com.co

Elvira, M. & Dávila, A. (2005). Cultura y administración de recursos humanos en América Latina. *Universia Business Review*, 28 - 45.

Gaumnitz, B. & Lere, J. (2004). A Classification Scheme for Codes of Business Ethics. *Journal of Business Ethics*, 49, 329 - 335 (Ebsco).

Giddens, A. (1979). *Central problems in social theory: action, structure and contradiction in social analysis*. Berkley: Universidad de California.

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. *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. *Journal of Business Ethics*, 77, 173 - 189.

Lugli, E., Kocollari, U. & Nigrisoli, Ch. (2009). The codes of ethics of S&P/MIB Italian companies: an investigation of their contents and the main factors that influence their adoption. *Journal of Business Ethics*, 84, 33 - 45.

Mansarovar (2009). *Política de responsabilidad social corporativa*. Versión 0, 1 de abril de 2009. Bogotá.

Pacific Rubiales (2007). *Código de conducta y ética empresarial*. Recuperado de www.pacificrubiales.com

Rodríguez, M^a del P. & Díaz, A. F. (2004). Códigos éticos: construcción colectiva del carácter organizacional. El caso de la Universidad Nacional de Colombia, sede Manizales. *Innovar*, 24, 39 - 55.

Scalet, S. (2006). Prisoner's dilemmas, cooperative norms and codes of business ethics. *Journal of Business Ethics*, 65 (4), 309 - 323.

Schwartz, M. (2005). Universal moral values for corporate codes of ethics. *Journal of Business Ethics*, 59, 27 - 44.

Semana. (2010). 100 empresas más grandes de Colombia. *Semana*, ed. 1460.

Stohl, C. Stohl, M. & Popova, L. (2009). A new generation of corporate codes of ethics. *Journal of Business Ethics*, 90, 607 - 622.

White, T. (1993). *Business ethics*. Upper Saddle River, N.J.: Prentice Hall.