

**APROXIMACIÓN A LA RESPONSABILIDAD MORAL DE
LAS EMPRESAS DESDE LA ÉTICA ORGANIZACIONAL.
EL CASO VOLKSWAGEN**

Área de investigación: Ética y organizaciones

Juan Alberto Amézquita Zamora

Tecnológico de Monterrey, Campus Guadalajara
México
ja.amezquita@itesm.mx

José Carlos Vázquez Parra

Tecnológico de Monterrey, Campus Guadalajara
México
jcvazquezp@itesm.mx

Florina Guadalupe Arredondo Trapero

Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey
México
farredon@itesm.mx

XXI
CONGRESO
INTERNACIONAL
DE
CONTADURÍA
ADMINISTRACIÓN
E
INFORMÁTICA



APROXIMACIÓN A LA RESPONSABILIDAD MORAL DE LAS EMPRESAS DESDE LA ÉTICA ORGANIZACIONAL. EL CASO VOLKSWAGEN



Resumen

El presente artículo presenta la contraposición de la responsabilidad de las empresas en cuanto colectivos (List y Pettit) con la responsabilidad de sus miembros, propuesta por el individualismo metodológico (Velasquez), siguiendo un método argumentativo. Este trabajo toma como referencia para el análisis el caso de la manipulación de informes de emisión de contaminantes por parte de Volkswagen. La intención de este texto es afirmar la responsabilidad de las empresas en cuanto agentes colectivos, que cuentan con la capacidad de responder ante el entorno social en el que se desempeñan y al que impactan a través de sus acciones. Por medio de un análisis de argumentación ética, se busca profundizar en el estudio, análisis y comprensión de la responsabilidad colectiva, cuestión relevante y necesaria de ser abordada por las consecuencias que la actividad empresarial genera en el entorno, como porque las respuestas que demos al respecto nos permitirán determinar qué podemos exigir a las empresas como miembros de la comunidad moral.

Palabras Clave: Responsabilidad moral, responsabilidad colectiva, empresas, individuo.

1. Introducción

La responsabilidad moral empresarial es un tema de gran actualidad, en el que todavía hay mucho por decir y analizar. En el inicio del llamado “escándalo de las emisiones” de Volkswagen, las miradas del mundo se fijaron en quien era el director ejecutivo de la marca, Martin Winterkon, responsabilizándolo en gran medida por lo sucedido, ya que según un informe del 2014, preparado específicamente para Winterkon, el director conocía los problemas de las emisiones de coches diésel en Estados Unidos, no dando una atención especial por parte del equipo directivo¹. Sin embargo, después de pedir perdón a millones de clientes, simplemente presentó su renuncia, creando grandes expectativas sobre lo que sucedería a partir de ese

¹ Volkswagen admite que su exjefe conocía en 2014 el fraude de las emisiones, 2016.

momento². El nuevo director, Matthias Mueller, se dispuso no únicamente a recuperar la confianza perdida hacia toda la empresa, sino que también se planteó el objetivo de investigar a fondo y fincar responsabilidades sobre los hechos a personas concretas de la empresa, pudiendo ofrecer así mayor certidumbre y una pronta solución al problema³. Sin embargo, ¿es factible hablar de una responsabilidad individual en un acto organizacional?



Para que alguien pueda ser considerado responsable desde un punto de vista causal debe tener el poder de actuar, ejercerlo y generar consecuencias⁴. Al momento de determinar la responsabilidad, incluso cuando falta la intención del agente, “las consecuencias de un acto, aun cuando puedan tener un carácter fortuito e inintencionado, siempre generan una u otra clase de responsabilidad, ya sea de índole moral, política o jurídico-penal, habida cuenta de que alguien debe responder del daño causado⁵”. Sin embargo, una añeja tradición filosófica, que inicia desde Aristóteles, ha señalado que solo se pueden considerar propiamente responsables a aquellos agentes que son capaces de ejercer sus acciones a partir de una decisión libre, pues de esa manera “distinguimos entre lo que nos pasa y lo que hacemos, entre los sucesos y la acción. Bajo esta perspectiva, somos responsables, en definitiva de lo que está en nuestro poder hacer a partir de lo que hay⁶”.

La acción libre y responsable debe ser el fruto de un deseo deliberado de aquello que está a nuestro alcance según los medios con los que contamos⁷.

Justamente porque el agente actúa de manera deliberada y voluntaria, puede ser considerado responsable, digno de aprecio y elogio moral o de censura y condena⁸. Como puede verse, esta concepción de la responsabilidad pone especial énfasis en las facultades humanas de conocimiento y elección como fuente de dichas acciones, de manera que se establece un vínculo esencial entre la responsabilidad y el ejercicio de tales facultades⁹.

² Dimite presidente de Volkswagen, 2015

³ Varnholt, 2015

⁴ Ruíz, 2003; Santamaría, 2012

⁵ Aramayo, 1998, p.34

⁶ Roldán, 1998, Pp. 55

⁷ Climént, 2012

⁸ EN, 1109b-1113b . Para las citas en español de la *Ética nicomáquea* se usa la traducción de María Araujo y Julián Marías, publicada en Madrid por el Centro de Estudios Políticos y Constitucionales (1999).

⁹ Vincent, 2011





En este sentido, el escándalo de las emisiones dio un giro inesperado cuando en octubre del 2015 varios ingenieros de Volkswagen reconocieron su responsabilidad en la manipulación de motores de diésel, declarando que el programa informático destinado a trucar datos de las pruebas de contaminación había sido instalado desde el 2008. La empresa imputó la responsabilidad de la maniobra fraudulenta a “un pequeño grupo de personas”, suspendiendo a ciertos empleados de sus labores, entre los que figuró el jefe de investigación y desarrollo de la filial Audi, Ulrich Hackenberg. Sin embargo, según las confesiones de estos empleados, la responsabilidad debería más bien recaer en los requerimientos mismos de la empresa, ya que: “era técnicamente imposible fabricar el motor EA 189, desarrollado por Volkswagen en 2005, respetando a la vez los topes de emisión de gases contaminantes y los imperativos de costos¹⁰”.

Entonces, y replanteando a la pregunta, ¿podemos atribuir a las empresas la responsabilidad de los agentes que actúan de una manera deliberada y libre dentro de ella? Tanto el lenguaje ordinario como el lenguaje académico lo hacen. Por ejemplo, Arrieta y de la Cruz, consideran que el proceso de actuación de las empresas es análogo al proceso de actuación de los agentes individuales, y asumen el mismo análisis que presenta Aristóteles para comprender la acción deliberada aplicándolo a las empresas¹¹. El lenguaje que utilizan estas autoras para hablar de la responsabilidad de las empresas presupone la comprensión de estas como entidades inteligentes, las cuales son capaces de asumir las consecuencias de sus actos, así como de elegir a partir de razones qué estrategias implementarán y qué instrumentos utilizarán para cumplir con sus fines. Esto podría explicar claramente por qué para algunas instituciones internacionales como el Departamento de Justicia de los Estados Unidos, la Comisión Europea o la Comisión Federal de Comercio, Volkswagen es responsable como empresa de sus acciones, independientemente de lo que pueda imputarse a sus empleados, convicción que se traduce en la posibilidad de emitir multas que le costarían a la empresa hasta 18,000 millones de dólares¹². La responsabilidad que señalan estos tres organismos depende claramente de diferentes argumentos, por ejemplo, el Departamento de Justicia de los Estados Unidos señala que Volkswagen ha violado de manera deliberada la Clean Air Act, al instalar en cerca de 600,000 coches equipados con motores diésel un sistema que les

¹⁰ Ingenieros de Volkswagen, 2015

¹¹ Arrieta y de la Cruz, 2005, p. 33

¹² Kleinman, 2016

permitió falsear las emisiones de gases contaminantes¹³, la Comisión Federal de Comercio considera que la violación se ha dado al engañar a los consumidores con su campaña publicitaria de “diésel limpio”¹⁴, mientras que la Comisión Europea se enfoca en la manipulación efectuada para pasar los controles de emisión de óxido de nitrógeno, así como por las desviaciones en emisiones de dióxido de carbono y de datos de consumo¹⁵.



A pesar de lo dicho, la atribución de la responsabilidad a las empresas no es un tema fácil de dirimir, y ha resultado ser un asunto muy discutido desde hace bastantes años en la literatura académica¹⁶. La cuestión determinante para muchos autores será determinar si las empresas son agentes capaces de una acción deliberada, y por tanto agentes morales, porque ello justificaría que se les atribuya responsabilidad; de no ser así, habría que decir que las empresas no son responsables de nada de lo que hacen¹⁷. Danley¹⁸ refiere que en la posibilidad de considerar a las empresas como agentes responsables están implicados al menos tres temas de gran importancia. En primer lugar, la licitud de atribuir predicados morales en general a las empresas, como los derechos o las obligaciones. En segundo término, la posibilidad de atribuir la condición de agentes a los colectivos, tema que se enmarca en la problemática más amplia de la naturaleza de la agencia y la acción grupal. Y en tercer lugar, la discusión acerca de la personalidad moral de la empresa, pues ello viene aparejado con la condición de agente moral.

Ahora bien, no incluir a las empresas en las consideraciones morales, negando su condición agentes responsables, no es solo un juego de palabras, sino que llevaría a no comprender la realidad de las relaciones y acciones que tienen lugar en una “sociedad asimétrica” como la nuestra en la que las empresas, y las organizaciones en general, son agentes dominantes frente a los agentes individuales¹⁹. Así pues, sustraer a las organizaciones y a las empresas del ámbito de la responsabilidad sería tanto como señalar que sus acciones no están sujetas a otros límites que el alcance de su poder²⁰. Sin embargo, también es posible señalar la importancia de dilucidar esta cuestión

¹³ EE. UU. demanda a Volkswagen por el escándalo de las emisiones, 2016

¹⁴ Comisión Federal de Comercio de EE. UU. Demanda a Volkswagen por engañar a consumidores, 2016

¹⁵ La Comisión Europea insta a Volkswagen a compensar a los afectados, 2016

¹⁶ Husted y Salazar, 2005; Chirinos, Fernández y Sánchez, 2012

¹⁷ Moore, 1997; Velasquez, 1983 y 2003

¹⁸ Danley, 2002

¹⁹ Bovens, 1998, p. 19

²⁰ Cruz, 1999, p. 14





desde una consideración menos negativa, pues la correcta comprensión de la agencia grupal, así como de la responsabilidad empresarial, puede “llevar a reconceptualizar algunos de los contornos del mundo social, tanto desde una perspectiva positiva como desde una perspectiva normativa²¹”. Esta tarea es especialmente importante cuando se considera la posibilidad de atribuir a las empresas predicados relacionados con la responsabilidad y la ciudadanía, o bien, cuando se pretende resolver una problemática como la que se está viviendo actualmente con Volkswagen y algunas otras empresas de la industria automotriz²².

2. Marco teórico y desarrollo de los argumentos

En general, se dice que una empresa es responsable cuando en el desarrollo de sus actividades considera el impacto que puede tener en la sociedad, y toma además en cuenta los intereses de los involucrados en su gestión²³. Casos como el que se analiza en este artículo, obligan a reflexionar sobre las deficiencias que suele haber en los gobiernos corporativos de las empresas, volviéndolas incapaces de determinar eficazmente la cadena de responsabilidades individuales dentro de su organización. La situación que impacta a Volkswagen y que repercute en gran parte de la industria automotriz, hace pensar que los mecanismos de toma de decisiones dentro de las grandes organizaciones no son eficaces, dando lugar a acciones que a menudo resultan ineficientes e insostenibles para las mismas empresas. Al no poder fincar una responsabilidad individual, las empresas terminan haciendo frente a las consecuencias de manera colectiva, generalmente reflejada en fuertes multas económicas²⁴.

La complejidad del entrecruzamiento de las acciones individuales y las acciones que pueden atribuirse específicamente a las empresas en cuanto tales, es en buena medida la explicación de que la disputa en torno a la posibilidad de considerar a las empresas como agentes morales responsables sea tan añeja²⁵, y que en ella hayan participado autores destacados como Joel Feinberg²⁶, John Ladd²⁷, Peter French²⁸, Thomas Donaldson²⁹, Manuel



²¹ List y Pettit, 2011, p. vii

²² Una gran vergüenza, 2016

²³ Stewart, 2015

²⁴ Melle, 2015

²⁵ Uribe, 2002

²⁶ Feinberg, 1968

²⁷ John Ladd, 1970

²⁸ Peter French, 1978



Velasques³⁰, Patricia Werhane³¹, y más recientemente Christian List y Philip Pettit³². Este artículo presenta la solución que plantean estos últimos autores, porque puede ser considerada la propuesta más completa y la que mejor puede enfrentar las objeciones contrarias a la posibilidad de considerar a las empresas como agentes morales responsables. Sin embargo, no se puede dejar de mencionar que en este tema el pionero fue Peter French, quien ha dedicado buena parte de su producción filosófica a esta cuestión³³, con la mira puesta en incluir a las empresas como miembros de pleno derecho de la “comunidad moral”³⁴.

En la discusión acerca de la responsabilidad colectiva, es decir, la atribución de responsabilidad moral a grupos enteros, la postura dominante es el individualismo metodológico, cuyos representantes sostienen que las acciones no pueden ser predicadas de los grupos sino que deben ser atribuidas específicamente a los individuos que los componen, porque solo ellos son capaces de una actuación en sentido causal y en sentido intencional. El origen de esta doctrina puede trazarse hasta Max Weber³⁵, pero con Popper y Hayek adquirió carácter de ortodoxia como un concepto explicativo básico para comprender los fenómenos sociales³⁶. Esta será la teoría a la que habrá que responder si se busca resolver la cuestión de la licitud de considerar a las empresas como agentes morales responsables³⁷.

Ahora bien, en esta temática el individualismo metodológico puede asumir distintas formas: algunos autores se oponen a la consideración de las empresas como agentes morales responsables pues las reducen a entidades ficticias por su origen legal³⁸, lo cual implicaría que no son otra cosa que un conjunto de contratos establecidos para coordinar la actividad de quienes en ellas trabajan³⁹. Otros niegan a las empresas la condición de agentes morales responsables pues consideran que solo las personas naturales, de carne y

²⁹ Thomas Donaldson, 1982

³⁰ Manuel Velasques, 1983 y 2003

³¹ Werhane, 1985; Warhane y Freeman, 2003

³² List y Pettit, 2011

³³ Moore, 1999, p. 331-332; Danley, 2002, p. 244

³⁴ French, 1979, p. 207

³⁵ Smiley, 2011

³⁶ List y Pettit, 2011, p. 3

³⁷ Danley, 2002, p. 244

³⁸ French, 1979, p. 208; Velasquez, 1983

³⁹ Werhane y Freeman, 2003, p. 518; List y Pettit, 2011, p. 4



hueso, son capaces de acciones intencionales⁴⁰. Finalmente, una objeción especialmente significativa contra la atribución de responsabilidad y predicados morales a las empresas fue propuesta por John Ladd, quien afirmó que las empresas, como organizaciones formales que son, con una estructura que las determina a alcanzar ciertas metas específicas, no tienen la posibilidad de asumir consideraciones morales en su toma de decisiones en cuanto organizaciones, pues están dirigidas a la eficacia, mientras que las consideraciones morales serían propias más bien de los individuos que las constituyen, pero aplicables solo en su vida personal⁴¹.

Con la intención de superar las dificultades puestas por el individualismo metodológico, Christian List y Philip Pettit, en su libro *Group Agency*⁴², ofrecen una teoría realista de la agencia grupal, aplicable a las empresas, los Estados, las organizaciones no gubernamentales, las iglesias, los sindicatos, etcétera. Se trata de una teoría realista porque pretende demostrar que hablar de los grupos como agentes racionales autónomos no es solo una manera de expresarnos, sino que describe una realidad que se verifica día a día en el mundo social, el cual quedaría incomprendido para las ciencias sociales si negamos la existencia de tales agentes⁴³.

Los autores proponen considerar a los grupos desde la perspectiva intencional de los sistemas de Dennett, es decir, que se reconozca el beneficio de atribuir estados intencionales –como deseos, decisiones, intenciones, etcétera- a los grupos, ya que de ese modo se pueden comprender mejor y predecir sus acciones⁴⁴. De esta manera se pueden evitar los errores reduccionistas de asumir ante los agentes grupales una perspectiva meramente física, la cual los considera de manera mecánica. Además la perspectiva intencional permite también asumir la perspectiva de diseño, que da la oportunidad no solo de anticipar, sino también de prevenir las acciones de los grupos, precisamente a través de la determinación de las estructuras o del establecimiento de las políticas y reglas que gobiernan su desempeño. De este modo, en el caso de los grupos, en general, y de las empresas en particular, sabemos “qué botones debemos pulsar” para conseguir de ellos un desempeño y unas interacciones más fructíferas para la sociedad⁴⁵.

⁴⁰ Velasquez 1983; 2003

⁴¹ Ladd, 1970, p. 497-500

⁴² List y Pettit, 2011

⁴³ List y Pettit, 2011, Pp. 6

⁴⁴ Verona, Déniz y Santana, 2014

⁴⁵ List y Pettit, 2011, p. 12



Justamente en el caso específico de Volkswagen, uno de los aspectos más paradójicos del escándalo de emisiones fue que la empresa contaba con unas directrices muy claras sobre los niveles de contaminación de sus vehículos, que se materializaban en programas muy estrictos acerca de las emisiones de sus productos. Desde 1997 Volkswagen celebra en Wolfsburg el Congreso Medioambiental “Prioridad Absoluta de Colaboradores para el Medio Ambiente”. En este Congreso anual, los expertos de Volkswagen, así como de otras compañías automotrices y asociaciones medioambientales, debaten aspectos clave de la protección ambiental en materia automotriz. Este congreso persigue lograr la cooperación en toda la industria, así como entregar un reconocimiento para las prácticas respetuosas de los mejores estándares. Se trata del “Premio Medioambiental Volkswagen” que se entrega a las 6 empresas que cuenten con modelos de gestión ecológica⁴⁶. Todo lo anterior supone una contradicción flagrante entre los hechos reales y las intenciones expuestas ante la industria.



Retomando a List y Pettit, debemos señalar que la propuesta que estos autores defienden es contraria a las posturas que ellos denominan “eliminativistas”, pues consideran que la coordinación que se da entre los agentes individuales en una agrupación es el origen de los agentes grupales, y que esos mismos esquemas de coordinación permiten indicar que la acción grupal es hasta cierto punto autónoma respecto de las acciones de los miembros individuales, de modo que no puede reducirse a la mera suma de las acciones e interacciones de ellos⁴⁷. En este sentido, aunque los altos mandos de Volkswagen y sus filiales busquen responsabilizar a los diferentes agentes individuales que forman parte de sus procesos de producción, la manipulación de los motores debe ser asumido como una acción autónoma del agente colectivo, ya que se trató de un acto que surgió a partir de un proceso corporativo de toma de decisiones, y no de las decisiones particulares de algunos agentes individuales, lo cual la convierte en una acción colectiva, de la cual la empresa es moralmente responsable⁴⁸.



Para profundizar en la legitimidad de la atribución de responsabilidad moral en los agentes grupales se puede determinar que esto se configura cuando acción cumple los siguientes requisitos:



⁴⁶ Volkswagen, 2012

⁴⁷ List y Pettit, 2011, p. 10

⁴⁸ Elson, Ferrere y Goozzen, 2015; Arroyo, 2014

1. Relevancia normativa – El agente enfrenta una decisión con relevancia normativa, que involucra la posibilidad de hacer algo bueno o malo, correcto o incorrecto.



2. Capacidad de juicio – El agente tiene la comprensión y el acceso a la evidencia que se requieren para ser capaz de hacer juicios normativos acerca de las opciones.

3. Control adecuado– El agente tiene el control requerido para elegir entre distintas opciones⁴⁹.

La primera condición está vinculada con determinar si los grupos pueden ser agentes autónomos, pues de ello depende la posibilidad de enfrentar decisiones de relevancia. Lo anterior exige demostrar que, en primer lugar, los grupos son efectivamente agentes, es decir, que actúan de acuerdo con un patrón de racionalidad actitudinal y de comportamiento, lo cual reflejaría la capacidad del sistema de “formar deseos orientados hacia la acción sobre cómo debería ser su entorno, así como creencias orientadas hacia la acción sobre cómo es el entorno y de que si actúa en un cierto sentido tales deseos podrán ser satisfechos de acuerdo con tales creencias”⁵⁰.

Ahora habría que considerar si se puede hablar de autonomía en el caso de los agentes grupales, es decir, si los agentes tienen una actividad “diferente”, “independiente”, propia de ellos, distinta de las actividades que dentro de tales grupos realizan los miembros individuales que los conforman⁵¹. Werhane y Freeman⁵² respondieron a esta cuestión en forma negativa, para no comprometer la centralidad de los agentes individuales que componen las empresas. Sin embargo, List y Pettit indican que los grupos deben poder ser calificados como agentes autónomos, es decir, capaces de una actividad que pudiera distinguirse de la actividad de sus miembros, pues de otra forma no podrían ser calificados siquiera como agentes, pues la preferencias y deseos de los agentes grupales no pueden reducirse al conjunto de preferencias y deseos de los miembros⁵³ [a menos que queramos caer en los dilemas discursivos].



⁴⁹ List y Pettit, 2011, p. 155

⁵⁰ Pettit, 2007, p. 178

⁵¹ Saavedra, 2011

⁵² Werhane y Freeman, 2003

⁵³ Pelekais, 2008



En cuanto a esta exigencia, Volkswagen ha buscado, en cuanto agente corporativo, establecer los mecanismos necesarios para un comportamiento autónomo respecto a decisiones con relevancia normativa, por ejemplo, estableciendo la figura del Compliance Officer (CO), responsable de establecer y mantener un programa efectivo de gestión de riesgo, que promueva conductas éticas y fortaleciendo las acciones que cumplen las regulaciones que aplique la empresa⁵⁴. Esto se fortalece con un Sistema Anticorrupción interno y un Ombudsman, que es un canal internacional e independiente del Grupo Volkswagen que atiende aquellas situaciones irregulares en la empresa⁵⁵. Cada filial tiene un sistema interno de toma de decisiones, por lo que Volkswagen busca contar con mecanismos de toma de decisiones para aquellos actos que impactan directamente a la marca. Por otro lado, la empresa tiene canales de comunicación abierta con los Estados en donde se encuentran sus plantas o centros de venta, esto con la finalidad de apearse a las normatividades internacionales, como las leyes de la Organización Mundial del Comercio en cuanto a temas arancelarios y de exportación⁵⁶. Con base en lo anterior se afirma que Volkswagen cumple con la primera condición: relevancia normativa.

Ahora hay que revisar la segunda condición que establece Pettit para considerar a los grupos como agentes responsables, y para que esta se cumpla “la cuestión crucial es si el agente grupal es capaz de entender juicios de valor acerca de las opciones, porque si es así, entonces se seguirá necesariamente que existen ciertas circunstancias en las cuales este tendrá acceso a la evidencia acerca del valor relativo de las opciones que enfrenta”⁵⁷. La discusión de si los grupos pueden asumir consideraciones valorativas, o moverse por consideraciones morales en su toma de decisiones había sido planteado años atrás por Thomas Donaldson, quien señalaba que la capacidad de ser agente moral por parte de una empresa no implicaba solamente que las consideraciones morales quedaran incluidas en las deliberaciones del grupo, sino que la empresa debía tener la capacidad de transformar sus propias políticas y estructuras para garantizar que tales consideraciones morales fueran incluidas como parámetros necesarios y no optativos en los procesos de deliberación⁵⁸.



⁵⁴ Arroyo, 2014

⁵⁵ Volkswagen, 2012

⁵⁶ Volkswagen, 2012

⁵⁷ Pettit, 2007, p. 185

⁵⁸ Donaldson, 1982, p. 32

A partir de lo anterior, se afirma que la responsabilidad moral de los grupos no puede ejercerse a menos que tengan incluidas en sus políticas, estructuras y procesos de toma de decisiones las condiciones para hacer juicios morales sobre sus acciones⁵⁹. Solo pueden ser responsables si quieren serlo y si sus miembros determinan que lo sean⁶⁰. En otras palabras, la responsabilidad no puede ser una realidad en las empresas o en los grupos si no está institucionalizada.



Volkswagen se encuentra muy consciente de esta situación, y por ello, tiene múltiples programas que institucionalizan su comportamiento y responsabilidad de sus actos. Justamente esta última es considerada como uno de los 7 valores y lineamientos de la marca. Estos valores dan sustento a sus principios y visión institucional como “líderes competitivos, confiables, transparentes y sustentables”⁶¹. En cuanto a la responsabilidad ambiental, tema que se ve impactado con el escándalo de emisiones, Volkswagen parece tener un claro interés por desarrollar políticas de cuidado del medio ambiente, entre las que se incluye el Reporte de Sustentabilidad: Ideas que nos mueven y la campaña Think Blue, la cual postula que “más que una idea, la sustentabilidad es un objetivo de la compañía”⁶². Según Andía⁶³ este tipo de consideraciones de los grupos y las empresas como agentes responsables permite cobrar conciencia de que la institucionalización de la responsabilidad no debe ser un asunto discrecional dejado al mero arbitrio de tales grupos, sino que debe ser una exigencia de la sociedad. Tomando como referencia lo anterior se afirma que Volkswagen cumple con la segunda condición: capacidad de juicio.

Una vez resuelto que los grupos son agentes autónomos capaces de hacer juicios morales sobre sus acciones, queda por ver si cumplen la tercera condición para la atribución de la responsabilidad, a saber, si los grupos en cuanto tales son capaces de controlar sus acciones, es decir, de actuar conforme a los juicios que han realizado. Pettit considera que en este caso las exigencias del individualismo metodológico son más arduas de cumplir, puesto que parece que solo los miembros individuales son capaces del control de las propias acciones a partir de los juicios realizados. Cualquier cosa que realiza un grupo es llevado a cabo por sus miembros individuales a nombre

⁵⁹ Azua, 2007

⁶⁰ García-Marzá, 2007; De Dios, 2013

⁶¹ Volkswagen, 2012; Arroyo, 2014

⁶² Volkswagen, 2012

⁶³ Andía, 2015



del grupo. El problema radicaría en que es lógicamente inaceptable que una acción que es realizada libremente por un agente (el individuo), sea al mismo tiempo y en el mismo sentido realizado por otro agente (el grupo). List y Pettit indican que este problema podría resolverse recurriendo a una explicación que dé cuenta de la posibilidad de una “actividad causal de múltiples niveles”, es decir, que la contribución de los individuos en la acción del grupo se diera en un nivel causal diferente a la contribución del grupo mismo. Definitivamente, en la situación que enfrenta Volkswagen, sí se tenía el control de poder actuar basado en distintas alternativas. Una de ellas pudiera haber sido reconocer su ineffectividad en el control de contaminantes, en lugar de alterar el mecanismo de verificación. Además, se trata de una responsabilidad colectiva, al asumir que la decisión fue colectiva. Haciendo alusión a lo anterior, se afirma que Volkswagen cumple con la tercera condición: control adecuado.

Aunque gracias a esta concepción de la agencia grupal, los grupos y sus miembros individuales son susceptibles de ser considerados moralmente responsables de sus acciones, ahora la pregunta que habrá que resolver es la que ya había sido planteada por Velasquez⁶⁴: ¿para qué sirve atribuir responsabilidad moral no solo a los miembros de los grupos, sino a los grupos mismos? ¿No será esta atribución “innecesaria o redundante, o incluso contraproducente”?⁶⁵. Para Velasquez la atribución de la responsabilidad a las empresas lleva consigo el riesgo de convertirse en una coartada que permita la impunidad de algunos de sus miembros respecto a ciertas acciones que claramente ellos han puesto por obra, o como una vía para criminalizar incluso a los miembros inocentes por las acciones criminales que realizaron otros miembros de una empresa determinada⁶⁶.

¿Qué pasaría con la responsabilidad que se atribuye Volkswagen si se ha identificado de manera clara a los responsables de la manipulación de los motores o la decisión de colocar el software engañoso? De acuerdo a List y Pettit los niveles de responsabilidad que tienen los miembros de un grupo dependen en buena medida de los “roles que desempeñan dentro de él”. En caso de que se pensara en una responsabilidad individual, ¿sería irrelevante, redundante o contraproducente que en ese caso se exija responsabilidad del grupo? Con base en la propuesta de List y Pettit la respuesta es no, porque si

⁶⁴ Velasquez, 1983; 2003

⁶⁵ List y Pettit, 2011, p. 163

⁶⁶ Velasquez, 1983; 2003

los grupos cumplen con las condiciones para ser considerados responsables, el no hacerlo sería en la práctica una forma de “ignorar ese hecho” o dejar pasar acciones que exigen que alguien se responsabilice de ellas⁶⁷.

Además, ignorar la responsabilidad de los grupos podría convertirse en un incentivo perverso para que las personas, consciente o inconscientemente, se aprovecharan de ese “vacío de responsabilidad” para formar grupos cuyas estructuras, procedimientos y políticas para la toma de decisión sirvieran de escudo a la irresponsabilidad de sus miembros⁶⁸. En algunos casos, como señalaron en su momento Werhane y Freeman⁶⁹, es difícil identificar de manera precisa al responsable de una decisión tomada en el contexto grupal o corporativo por lo que es necesario que se determine un responsable a quien exigir cuentas, que no sería otro que el grupo mismo, por “las decisiones que autoriza y los procedimientos por los cuales se canalizan esas decisiones”⁷⁰.

Así como a Velasquez le preocupaba que la atribución de responsabilidad a las empresas difuminara o eliminara la responsabilidad real de los individuos que la componen y de sus acciones. Para List y Pettit es preocupante que las acciones grupales queden impunes por no poder identificar a los responsables individuales. Finalmente, la concepción de List y Pettit permiten superar todas las objeciones de Velasquez, pues plantean que “no puede darse la agencia grupal sin responsabilidad grupal, incluso cuando la responsabilidad individual se ve disminuida”⁷¹.

Por consiguiente, y con base en las aportaciones de List y Pettit, es posible señalar que Volkswagen es efectivamente responsable, como grupo y organización, de los hechos sucedidos y las consecuencias generadas a partir de la manipulación de los motores EA 189. Volkswagen, como ente colectivo, tiene la aptitud para ser considerado un sujeto moral responsable. Aunque no se consiguiera determinar un agente individual directamente responsable de los hechos, la empresa, en cuanto a su capacidad, puede ser sujeta de responsabilidad. La responsabilidad colectiva como empresa es semejante a un individuo, pues esta es capaz de enfrentar decisiones morales, hacer juicios sobre la bondad y malicia de sus acciones, y por consiguiente, de asegurarse y responder que se ejecuten las acciones decididas a partir de tales



⁶⁷ List y Pettit, 2011, p. 166

⁶⁸ List y Pettit, 2011, p. 166; Pettit, 2007, p. 196

⁶⁹ Werhane y Freeman, 2003

⁷⁰ List y Pettit, 2011, p. 166

⁷¹ List, 2007, p. 172

juicios⁷². Dentro de una compañía que tiene claramente estipulados sus procesos de toma de decisiones, figuras de actuación autónoma y una cultura organizacional firme, es complicado el poderse deslindar de la responsabilidad aquejando a un ente individual. Al final de cuentas, aunque se pueda proceder en contra de los mismos, la responsabilidad colectiva es un hecho del que la empresa no puede ni debe desvincularse⁷³.



3. Conclusiones

Hacer responder a una empresa sobre sus actos, convierte el debate sobre la responsabilidad colectiva en un tema de suma relevancia y necesario de ser abordado.

Si bien este artículo trata de argumentar acerca de la responsabilidad colectiva de un grupo empresarial aplicando las tres condiciones de la responsabilidad, valdría la pena reconocer la relevancia de aquellas voces de individuos responsables que desde dentro de la empresa pudieran cuestionar las posibles acciones colectivas de la empresa. Gracias a esta toma de conciencia individual, que podría influir en la conciencia colectiva, la corporación puede dar un viraje en su toma de decisiones, asumiendo su responsabilidad colectiva de una forma sostenible. Habría que reconocer que en el conjunto de la responsabilidad colectiva, el peso de las voces no tiene la misma jerarquía, ya que los liderazgos suelen dominar. De cierta forma la voz del grupo puede ser la voz de unos cuantos. Por esta razón, además de asumirse como parte de un grupo, el individuo (en cuanto ser racional) tendría que contra-argumentar ante el colectivo las posibles decisiones que le parecen inadecuadas, pues de otra forma caería en una irresponsabilidad, no colectiva, pero si individual. En otras palabras, de forma previa a las decisiones del grupo, la responsabilidad colectiva tiene que dar cabida a la responsabilidad del individuo, y no ignorarla. De esta forma las decisiones que tomen como grupo serán más firmes y menos riesgosas de las consecuencias que de ellas deriven.

A partir de todo lo expuesto anteriormente, hay razones suficientes para validar y dar respuesta al cuestionamiento inicial, sosteniendo que gracias a las estructuras y procesos que permiten una acción coordinada y la toma decisiones colectivamente, las empresas pueden ser consideradas agentes

⁷² Halper, Lopez, Foley y Osborn, 2014

⁷³ Cain, Fisch, Griffith y Davidoff, 2015 y MacDuffie, 2011



responsables y personas morales, sin que ello vaya en detrimento de la responsabilidad de las personas individuales que las conforman. La reflexión alcanzada reconoce la visión de las empresas como agentes colectivos con responsabilidad moral, lo que permite comprender mejor su papel en la sociedad actual, así como también, facultar el análisis sobre lo que se les puede exigir, lo que se les ha de solicitar, así como lo que pueden aportar a la vida y desarrollo social del entorno. Sin lugar a duda, el escándalo por el que pasa Volkswagen está resultando ser un trago amargo para toda la industria automotriz, sin embargo, sentará un precedente real y palpable de lo que será la responsabilidad empresarial en los próximos años.

Finalmente, el análisis expuesto presenta una limitación. Si bien es claro que aún existe un debate entre el individualismo metodológico y la posibilidad de una responsabilidad colectiva, resulta pertinente mencionar que cualquiera de estas posturas debe considerar que no hay responsabilidad sino es ante alguien o ante algo. De no ser así, no tiene sentido el fincar una responsabilidad empresarial ante organismos o entes actuales o incluso, ante agentes futuros. Incluir esta dimensión en el análisis de la responsabilidad colectiva, puede dar lugar a futuros debates ético-filosóficos.

4. Referencias

Andía, W. (2015). La responsabilidad social: Análisis del enfoque ISO 26000. *Industria Data*, 18(2), 55-60.

Aramayo, R. (1999). Los confines éticos de la responsabilidad. En M. Cruz y R. Aramayo (Eds.), *El reparto de la acción. Ensayo en torno a la responsabilidad* (pp. 27-45). Madrid: Trotta.

Aristóteles (1999). *Ética a Nicómaco* (trad. de M. Araujo y J. Marías). Madrid: Centro de Estudios Políticos y Constitucionales.

Arrieta, B. y de la Cruz, C. (2005). *La dimensión ética de la responsabilidad social*. Bilbao: Universidad de Deusto.

Arroyo, M. (3 de abril de 2014). Un gobierno corporativo evitaría corrupción en empresas: Volkswagen de México. Poblannerías. Últim acceso 03 de abril. <http://www.poblannerias.com/2014/04/un-gobierno-corporativo-evitaria-corrupcion-en-empresas-volkswagen-de-mexico/>

Azua, S. (2007). La responsabilidad social corporativa como esfuerzo de la estrategia y la competitividad empresarial. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 61(septiembre-diciembre), 73-75.

Bovens, M. (1998). *The Quest for Responsibility. Accountability and Citizenship in Complex Organizations*. Cambridge: University Press

Cain, M., Fisch, J., Griffith, S. y Davidoff Solomon, S. (2016). How Corporate Governance is Made: The Case of the Golgen Leash. *University of Pennsylvania Law Review*, 164(15-16), 649-702

Chirinos, M., Fernández, L. y Sánchez, G. (2012) Responsabilidad empresarial o empresas socialmente responsables. *Razón y Palabra*, 17(81). Último acceso: 22 de abril. http://www.razonypalabra.org.mx/N/N81/M81/02_ChirinosFernandezSanchez_M81.pdf

Climént, J. (2012). El significado de los valores en las competencias individuales y colectivas. *Revista Mexicana de Agronegocios*, 16(31), 31-41.

Cruz, M. (1999). Introducción: Acerca de la necesidad de ser responsable. En M. Cruz y R. Aramayo (Eds.), *El reparto de la acción. Ensayo en torno a la responsabilidad* (pp. 11-23). Madrid: Trotta.

Danley, J. R. (2002). Corporate Moral Agency. En R.E., Frederick (Ed.), *A Companion to Business Ethics* (243-255). Malden, MA: Blackwell.

De Dios, T. (2013). Ser socialmente responsable. *Decisión y compromiso. Comunicación y Hombre*, 9(noviembre), 45-57.

Dimite el presidente de Volkswagen (23 de septiembre de 2015). Euronews. Último acceso: 18 de abril del 2016. <http://es.euronews.com/2015/09/23/dimite-el-presidente-de-volkswagen/>

Donaldson, T. (1982). *Corporations and Morality*. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall.

EE. UU. Demanda a Volkswagen por el escándalo de las emisiones (4 de enero del 2016). *El país*. Último acceso: 10 de junio del 2016.



http://economia.elpais.com/economia/2016/01/04/actualidad/1451932500_011182.html

Elson, C., Ferrere, C. y Goossen, N. (2015). The Bug at Volkswagen: Lessons in Co-Determination, Ownership and Board Structure. *Journal of Applied Corporate Finance*, 27(4), 36-43.



Feinberg, J. (1968). Collective Responsibility. *Journal of Philosophy*, 65(21), 674-688.

French, P. (1979). The Corporation as a Moral Person. *American Philosophical Quarterly*, 16(3), pp. 207-215.

García-Marzá, D. (2007). Responsabilidad social de la empresa: una aproximación desde la ética empresarial. *Revista de Filosofía y Teología*, 2(17), 183-204.

Halper, J., Lopez, J., Foley y Osborn, B. (10 de junio de 2014). Assessing the Increased Regulatory Focus on Public Company Internal Control and Reporting. *Securities Regulation & Law Report*. Ultimo acceso: 20 de abril del 2016.
<http://s3.amazonaws.com/cdn.orrick.com/files/BloombergBNA.pdf>

Husted, B. y Salazar, J. (2005). Un estudio exploratorio sobre la estrategia social de empresas grandes ubicadas en México. *Contaduría y Administración*, 215(enero-abril), 9-23. Corregir volumen y número.



Ingenieros de VW comenzaron a usar el "software" trucado en 2008: prensa (4 de octubre de 2015). *Expansión*. Ultimo acceso: 18 de abril del 2016.
<http://expansion.mx/mundo/2015/10/04/volkswagen-vw-confesiones-software-emisiones-pruebas>

Kleinman, D. (2016). Volkswagen podría enfrentar una multa de 18,000 mdd. *Forbes México*. Ultimo acceso: 18 de abril del 2016.
<http://www.forbes.com.mx/lo-que-una-multa-de-18000-mdd-a-vw-puede-dejarle-al-mundo/>



La Comisión Europea insta a Volkswagen a compensar a los afectados (21 de enero del 2016). *El Mundo*. Ultimo acceso: 10 de junio del 2016.

<http://www.elmundo.es/motor/2016/01/21/56a0f9df46163ff40b8b466d.html>



La Comisión Federal de Comercio de EE.UU. demanda a Volkswagen por engañar a consumidores (29 de marzo del 2016). Agencia EFE. Último acceso: 10 de junio del 2016. <http://www.efe.com/efe/america/economia/la-comision-federal-de-comercio-ee-uu-demanda-a-volkswagen-por-enganar-consumidores/20000011-2880686>

Ladd, J. (1970). Morality and the Ideal of Rationality in Formal Organizations. *The Monist*, 54(4), 488-516.

List, C. y Pettit, P. (2011). *Group Agency. The Possibility, Design, and Status of Corporate Agents*. Oxford: University Press.

MacDuffie, J. (2011). Inter-Organizational Trust and the Dynamics of Distrust. *Journal of International Business Studies*, 42(1), 35-47.

Melle, M. (18 de octubre de 2015). El caso Volkswagen y la responsabilidad social empresarial (RSE). *Correo del Sur de La Jornada de Morelos*. Último acceso: 18 de abril del 2016. <http://periodicocorreodelsur.com/el-caso-volkswagen-y-la-responsabilidad-social-empresarial-rse/>

Moore, G. (1999). Corporate Moral Agency: Review and Implications. *Journal of Business Ethics*, 21(4), 329-343.

Pelekais, C. (2008). Alineación de los valores de la gerencia como plataforma de la responsabilidad social y ambiental. *Omnia*, 14(3), 184-196.

Pettit, P. (2007). Responsibility Incorporated. *Ethics*, 117(January), 171-201.

Roldán, C. (1999). Razones y propósitos: el efecto boomerang de las acciones individuales. En M. Cruz y R. Aramayo (Eds.), *El reparto de la acción. Ensayo en torno a la responsabilidad* (pp. 47-60). Madrid: Trotta.

Ruíz, S. (2003) ¿Educar para el individualismo o para la responsabilidad social? *Revista Electrónica Sinéctica*. 23(agosto-enero), 3-10.

Saavedra, M. (2011). La responsabilidad social empresarial y las finanzas. *Cuadernos de Administración*, 27(46), 39-54.

Santamaría, A. (2012). La responsividad ética. En-claves del Pensamiento, 6(12), 193-198.

Smiley, M. (2011). Collective Responsibility. En E.N. Zalta (Ed.), The Stanford Encyclopedia of Philosophy (Ed. de otoño). Recuperado de: <http://plato.stanford.edu/archives/fall2011/entries/collective-responsibility>



Stewart, J. (25 de septiembre de 2015) Problems at Volkswagen Start in the Boardroom. New York Times. September 24. Ultimo acceso: 20 de abril del 2016. http://www.nytimes.com/2015/09/25/business/international/problems-at-volkswagen-start-in-the-boardroom.html?_r=1

“Una gran vergüenza” lleva a Mitsubishi a punto del derrumbe (22 de abril de 2016). El Financiero. Último acceso: 22 de abril. <http://www.elfinanciero.com.mx/empresas/una-gran-vergüenza-lleva-a-mitsubishi-a-punto-del-derrumbe.html>

Uribe, A. (2002) El punto de vista moral en las empresas: Una descripción del uso deontológico de la razón. Signos Filosóficos, 8(julio-diciembre), 277-290.

Varnholt, H. (28 de septiembre de 2015) Volkswagen's New CEO Says Car Maker Must Change Its Corporate Culture. Wall Street Journal. . Ultimo acceso: 20 de abril del 2016. <http://www.wsj.com/articles/volkswagens-new-ceo-says-car-maker-must-change-its-corporate-culture-1443464516>

Velasquez, M. (1983). Why Corporations Are Not Morally Responsible for Anything They Do. Business and Professional Ethics Journal, 2(3), 1-18.

Velasquez, M. (2003). Debunking Corporate Moral Responsibility. Business Ethics Quarterly, 13(4), 531-562.

Verona, M., Déniz, J. y Santana, R. (2014). Consecuencias y responsabilidades de la empresa ante el mobbing. Ciencia y Sociedad, 39(3), 413-440.

Vincent, N.A. (2011). A Structured Taxonomy of Responsibility Concepts. En N.A. Vincent, I. van de Poel y J. van den Hoven (Eds.), Moral

Responsibility. Beyond Free Will and Determinism (pp. 15-35). Nueva York: Springer.

Volkswagen. (2012). Reporte de sustentabilidad: Ideas que nos mueven. Ultimo acceso: 21 de abril del 2016. <http://www.vw.com.mx/es/mundo-volkswagen/sustentabilidad0.html>



Volkswagen admite que su exjefe conocía en 2014 el fraude de emisiones: prensa (4 de marzo del 2016). El país. Ultimo acceso 10 de junio del 2016. http://economia.elpais.com/economia/2016/03/03/actualidad/1457012675_428550.html

Werhane, P.H. (1985). Persons, Rights and Corporations. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall.

Werhane, P.H. y Freeman, R.E. (2003). Corporate Responsibility. En H. LaFollete (Ed.), The Oxford Handbook of Practical Ethics (pp. 514-538). Oxford: University Press.

