

Daniel Ortiz i Llargués

VW o la fi de la impunitat

Setmanes després que Volkswagen hagués admès públicament l'engany en les emissions dels seus cotxes, el 20 de setembre, a través de la instal·lació d'un software capaç de detectar si el vehicle està sent sotmès a una prova d'emissions contaminants per adulterar-ne el resultat, la magnitud de l'escàndol no ha parat de créixer.

Les conseqüències econòmiques del frau, tot i ser gravíssimes (pèrdua d'un 40% del valor de l'acció, possible sanció de fins a 18.000 milions de dòlars només als EUA, costos associats a la revisió i reparació dels 11 milions de vehicles afectats, etcètera), no seran pas el pitjor que haurà d'afrontar durant els pròxims anys el gegant alemany. El

perjudici sobre la marca VW en termes de credibilitat, reputació i confiança, no només de cara als clients sinó també respecte al conjunt de *stakeholders*, és incalculable.

L'honestedat empresarial ni es pot donar per descomptada ni es pot imposar per decret. Per això els experts en ètica de les organitzacions proposen l'enfortiment gradual de "marcs d'integritat" corporativa. És a dir, d'un conjunt de valors, bones pràctiques i hàbits de comportament (participació, transparència, rendició de comptes, etcètera) capaços de configurar una cultura empresarial responsable i sostenible.

Ara les preguntes sense resposta s'acumulen sobre VW. Com és possible que una companyia tan poderosa subestimés els riscos d'una manera tan ingènua? Qui ho va fer? Quanta gent ho sabia i ho va consentir? Fins a quin punt l'objectiu de superar Toyo-

ta i aconseguir el lideratge mundial de la indústria automobilística ho justificava tot en aquesta empresa? Com van poder creure que ningú els descobriria?...

La bona notícia és que, finalment, els temps estan canviant. El *business as usual* ja no serveix. Ser una de les naus insígnia de l'economia alemanya, facturar 200.000 milions d'euros i tenir una plantilla de 600.000 treballadors ja no eximeix ningú de fer les coses ben fetes. Els consumidors exigeixen un compromís ambiental inequívoc, les oenagés investiguen i denuncien, les xarxes socials fan d'altaveu i els governs ja no poden mirar cap a una altra banda. Arribats a aquest punt, de la responsabilitat empresarial es pot predicar el mateix que de la formació: "Vostè mateix... si l'educació li sembla cara, provi amb la ignorància". I si no, que ho preguntin a VW. ●