

ERAKUNDEEN GIZARTE ERANTZUKIZUNA ETA EUSKARA.
MONDRAGON KORPORAZIOKO KOOPERATIBEN WEB BIDEZKO KANPO
KOMUNIKAZIOAREN AZTERKETA

HIZNET Hizkuntza Plangintza Graduondokoa

2013ko uztaila

Jone Urkizu Mendiola

Tutorea: Xabier Erize

AURKIBIDEA

1. LABURPENA	3
2. SARRERA	4
2.1. EGE KONTZEPTUAREN OINARRI TEORIKOA ETA GARAPENA.....	13
2.2. EGE ZER DEN.....	19
2.3. EGE ETA FORMALIZAZIOA.....	26
2.3.1. SUSTAPEN INSTITUZIONALA.....	27
2.3.2. EREDUAK ETA ZIURTAGIRIAK.....	33
2.4. EGE ETA LEHIAKORTASUNA.....	40
2.5. INFORMAZIOA ETA KOMUNIKAZIOA.....	43
2.6. LANAREN GARRANTZIA.....	46
3. METODOLOGIA.....	52
4. EMAITZAK.....	55
5. ONDORIOAK ETA EZTABAIDA.....	66
6. ERREFERENTZIAK ETA KONTSULTARAKO GUNEAK.....	72

1. LABURPENA

Lan munduko normalizazio-plangintzak hedatzeko baliagarria izan daitekeela abiapuntutzat hartuta, euskararekiko gizarte erantzukizuna komunikatzen al den aztertzea izan da lan honen helburua. Behatu diren web korporatibo gehienek ematen dute gizarte erantzukizunaren inguruko informazioa, ez ordea euskara edo euskal kulturari buruzkoa. Mondragon Korporazioko kooperatiben balio-sisteman integratuta daude biak, bai gizarte erantzukizuna bai hizkuntzaren normalizazioa. Baina azterketaren emaitzek aditzera ematen dutenaren arabera, konbergentzia hori ez da kanpo komunikazioan islatzen. Beraz, landu beharreko gaia dela ondoriozta daiteke, baldin eta kooperatibek euskararen sustapenean duten erreferentzialtasuna sendotzea nahi badugu.

Hitz-gakoak: gizarte erantzukizuna, lan mundua, komunikazioa, balio erantsia,
iraunkortasuna, hizkuntza eskubideak.

2. SARRERA

Europako Batzordeak Erakundeen Gizarte Erantzukizuna (EGE edo *Corporate Social Responsibility [CSR]* ingelesez) honela definitu zuen 2011n: enpresek duten erantzukizuna da gizarteari eragiten dizkioten ondorioengatik (EB, 2011). Enpresek gizartea, ingurumena, etika, giza eskubideak eta kontsumitzaileen kezkak euren jardueretan eta oinarrizko estrategietan integratuko dituen prozesua aplikatzeari ekin behar diote. Prozesu horren helburuak bi dira: jabeentzako/akziodunentzako, gainontzeko interes taldeentzako eta gizartearentzako oro har ahalik eta etekinik handienak lortzea batetik, eta eragin ditzaketen kalteak identifikatzea, aurreikustea eta ekiditea, bestetik. Prozesua konplexua denez eta zenbait aldagairen menpe dagoenez, informala eta intuitiboa izango da batzuetan.

Definizio hori 2001eko *Liburu Berdea* deritzon agirian jasotakoa¹ zehaztera dator. Izan ere, lehen definizio horrek borondatezkotasuna aipatzen zuen erantzukizuna enpresen sistemetan integratzea betebeharra den ala ez guztiz argitu gabe. Ondorioz, eztabaida ugari sortu izan dira horren harira.

Gainera, erantzukizunaren kontzientzia hedatzen joan den heinean, EGE kontzeptuak dimentsio handiagoa hartu du eta garai eta erronka berrietara egokitzeko premiari erantzunez²,

¹ “Enpresek, gauzatzen dituzten merkataritza-eragiketetan eta solaskideekin dituzten harremanetan, gizarte eta ingurumen arloko kezkak, borondatez, kontuan hartzea” (EB, 2011).

² “The economic crisis and its social consequences have to some extent damaged consumer confidence and levels of trust business. They have focused public attention on the social and ethical performance of enterprises. By renewing efforts to promote CSR now, the Commission aims to create conditions favourable to sustainable growth, responsible business behaviour and durable employment generation in the medium and long term” (EB, 2011).

definizio berriaz gain, 2011-2014 epealdirako estrategiak zerrendatu zituen Europako Batzordeak 2011ko agiri horretan.

Egia da enpresa askok EGEren filosofiarekin bat datozen jarduerak burutzen dituztela modu inkontzientean, nolabait esateko. Kontzeptua bera agian ez da hain ezaguna Enpresa Txiki eta Ertainen (ETE) artean batez ere,³ baina ideia horrekin zerikusia duten praktikak gertukoak zaizkigu. Enpresek kultur eta kirol ekitaldiak babestea, esate baterako, ez da arraroa izan. Kontzienteki edo inkontzienteki, hasiera batean ematen duena baino jarduera gehiago gauzatu ohi dira gizarte erantzukizunarekin zerikusia dutenak.

2000ko martxoan Lisboako Europako Kontseiluak enpresei gizarte erantzukizunaren garrantziaz jabetzeko deia egin zienetik, gaiaren inguruko sentsibilizazioa eta kezka areagotu besterik ez da egin. Europako Batzordeak emandako 2011ko datuen arabera⁴, EGEren irizpideekin nolabaiteko atxikimendua erakutsi duten enpresa eta erakunde europarren kopurua asko hazi da azken urteotan.

EGEk ez du noizean behingo praktika izan behar, enpresen gestio estrategikoan integratutako elementua baizik; izaera orokorrekoa eta enpresa politikaren dimentsio guztiei eragingo diena.

³ Behatoki S.L enpresak Xertatu erakundearentzat Bizkaiko ETEetan 2006an egindako azterketaren arabera, EGerekiko ezagutza handituz doa. Enpresen %56,9k aitortzen du EGERi buruz hitz egiten entzun duela azken aldian (2005: %44,7; 2004: %13,7). Hala ere, egonkor irauten du (%86) nahikoa informazio ez dutela dioten enpresen kopuruak (2005: %86; 2004: %96,3) (Behatoki S.L., 2007).

⁴ 1.900 enpresa zeuden Nazio Batuen Munduko Itunaren (*Global Compact*, ingelesez) sinatzaileen artean (2006an, 600); Environmental Management and Audit Scheme (EMAS) delakoan 4.600 enpresa zeuden erregistratuta (2006an, 3.300); Global Reporting Initiativeren (GRI) gidalerroak jarraituta 850 enpresek egin zituzten iraunkortasun memoriak (2006an, 270ek). Gainera, 180 enpresa inguruk babesten dute EGEren Europako Aliantza (*European Alliance on CSR*, ingelesez) (EB, 2011).

Praktika hauek enpresen lehiakortasuna areagotzeko bitartekoak izan daitezke, baina horretarako modu estrategikoan eta sistematikoan aplikatu behar dira.

Plangintza orokor hori gauzatzeko joera erakutsi duten enpresak tamaina handikoak izan dira orain arte. Beren plangintza estrategikoan txertatzen dute EGE eta inbertsio handiak egiten dituzte I + G jardueretan (Xertatu, 2004). 2002ko Fortune Global 500⁵ zerrendan zeuden lehen berrogeita hamar enpresen artean adibidez, %56k ematen zuten EGEren berri korporazioko web orrialdean (Fundación Ecología y Desarrollo, 2003). Enpresa handietan EGE praktikak normalizatuta dauden seinale da hori, are gehiago ordutik hona EGEren filosofiak garapen eta zabalkunde handiago izan duela kontuan hartzen badugu.

Zenbait gizarte erakundek ordea, Greenpeacek esaterako, zalantzan jarri du multinazional handiek EGerekiko duten jarreraren sinesgarritasuna, interes errealaren ondoriozko politika bat baino gehiago, salaketa-kanpainen arriskuari aurre hartuta egiten duten “irudi garbiketa” dela argudiatuz. Erakunde horren ustez, EGE arautzen duen legerik ez dago eta oinarrian irauten duen borondatezkotasunaren logikarekin, enpresena da hartzen duten konpromisoaren neurria zehaztea, zein irizpide erabili eta zein ez erabakitzea eta neurgarriak diren edo ez diren helburuak finkatzea. Eta hala, zaila da EGEren eragina eta lorpenak baliagarriak izan diren baloratzea (Greenpeace, 2009).

Beste muturrean ditugu Enpresa Txiki eta Ertainak (ETE). Ez dute normalean presio sozial espliziturik jasaten, baliabide mugatuagoak dituzte eta jardueraren bat burutzekotan, eskala

⁵ *Global 500* edo *Fortune Global 500* zerrenda AEBko *Fortune* aldizkariak egiten du eta irabazi ekonomiko handienak dituzten munduko lehen 500 enpresen rankinga da, urtero eguneratzen duena. Zerrenda osoa hemen kontsulta daiteke: http://money.cnn.com/magazines/fortune/global500/2009/full_list/.

txikikoa izaten da, barruko interes taldeen itzaropenei erantzuteko helburuarekin batez ere (Argandoña, 2008). Dena den, gero eta gehiago dira ETEak erantzukizunaren garrantziaz jabetzeko administrazio publikoek eta bestelako erakundeek garatzen dituzten ekimenak, eta emaitzak ikusita⁶, EGEren filosofia mota honetako enpresetan ere errotzen ari dela dirudi “gizarte eta ingurumen aldetik merkatu iraunkorrak eta ekonomiaren aldetik errentagarriak sortzen laguntzeko” balio baitu.

Europako Batzordearen Komunikazioan lehentasun gisa jasota dago gainera, ETE-etan EGE bultzatzeko bitartekoak jartzea (EB, 2011). Izan ere, Europako enpresen %90 baino gehiago ETEak dira eta EGEren zabalkunderako oso baliagarriak izan daitezke kokatuta dauden gunearekiko gertutasun handiagoa daukatelako (EP, 2013).

Baliabide ekonomiko murriztagoak izanagatik, enpresa txikiek badituzte, handiekin alderatuta, abantaila batzuk (Xertatu, 2004):

⁶ Lanabesa aldizkariaren arabera, Euskadin 86 erakunde atxiki zaizkio Nazio Batuen Munduko Itunari (*Global Compact* ingelesez) eta horietatik %75 ETEak, mikroETEak eta autonomoak dira (<http://lanabesa.net/index.php/enpresak/1792-innobasque-ete-etan-ege-ak-ezartzea-sustatzen-du.html>).

ENPRESA TXIKIA	ENPRESA HANDIA
Abantailak: Gerentzia = Jabea Harreman pertsonalak nagusi Malgutasun handiagoa eta erantzun bizkorragoak Zuzeneko solaskideen beharrianak hobeto ezagutzea (pertsonala, hornitzaileak, bezeroak...)	Eragozpenak: Gerentzia ≠ Jabea Kontrol burokratiko nagusi Zurruntasun handiagoa, malgutasun txikiagoa aldaketetara egokitzeko Zuzeneko solaskideen beharrianak gutxiago ezagutzea (pertsonalak, hornitzaileak, bezeroak...)
Solaskideen sinesgarritasun eta konfiantza handiagoa Solaskideen kontrol txikiagoa Eragozpenak: Baliabide ekonomiko gutxiago Solaskideekin negoziatzeko botere gutxiago	Solaskideen sinesgarritasun eta konfiantza txikiagoa Solaskideen presio eta kontrol handiagoa Abantailak: Baliabide ekonomiko gehiago Negoziatzeko botere gehiago

Ezberdintasunak ezberdintasun, enpresak EGEra erakartzeko erabiltzen den argudio nagusia errentagarritasunean oinarritzen da. Enpresa berritzailearen irudia emateko, beste enpresetatik bereizteko eta zilegitasuna irabazteko balio dute praktika arduratsuek, berdin enpresa handi zein ETE-etan. EGE bere enpresa politikan txertatzen duten erakundeek lehiakortasunean

irabazten dute, erakunde garden, fidagarri eta sinesgarrien itxura ematea lortzen dutelako (Toña Güenaga, 2011-2012).

Europako Batzordearen 2002ko eta 2011ko komunikazioek honakoa diote, hurrenez hurren:

“En efecto, la RSE puede contribuir a crear en las empresas un clima de confianza, que se traduciría en un mayor compromiso de los empleados y mejores resultados en términos de innovación. Un clima similar de confianza en las relaciones de cooperación con otras partes interesadas (socios comerciales, proveedores y consumidores) puede aumentar los resultados externos en cuanto a la innovación. La RSE puede estimular la confianza de los consumidores y contribuir de manera fundamental al crecimiento económico”.

“A strategic approach to CSR is increasingly important to the competitiveness enterprises. It can bring benefits in terms of risk management, cost savings, access to capital, customer relationships, human management, and innovation capacity”.

Baina ez dira arrazoi komertzialak kooperatiben ereduak EGerekin duen konpromisoaren oinarrian daudenak. Kultura kooperatiboan integratuta dago inguruarekiko ardura. Euskal Herrian, Mondragoneko Kooperatiba Esperientzia 1956an hasi zen gorpuzten Jose Maria Arizmendiarraren gidaritzapean, orduan sortu baitzen Arrasaten lehen industria-kooperatiba.

Egun, 258 enpresa eta erakunde daude Mondragon Korporazioan; horietatik erdiak, kooperatibak (Mondragon Korporazioa, 2012).

Mondragonen misioan bertan dago jasota “inguruko gizartea garatzeko konpromisoa”⁷ eta lau balio korporatiboetako bat da gizarte erantzukizuna (lankidetzatza, partaidetzatza eta berrikuntzatza dira besteak). “Arrasateko Kooperatiba Esperientziaren muinean integrazio bat dago: logika ekonomikoaren eta helburu sozialen arteko integrazioa. Helburu ekonomiko eta sozial horiek osatzen dute kooperatibismoaren zentzua, zertarakoa” (Sarasua, 2003).

Europako Batzordeak ere bestelako izaera aitortzen die kooperatibei eta EGE beste erakundeetara hedatzeko erreferentziazkoak izan daitezkeela aipatzen du (EB, 2002):

“Las cooperativas y otras empresas de tipo mutualista y asociativo tienen una larga tradición en combinar viabilidad económica y responsabilidad social gracias al diálogo entre las partes interesadas y a la gestión participativa, y pueden servir de referencia a otras organizaciones”.

Euskararen sustapena Mondragoni oso lotua egon da; Gestio Eredu Korporatiboan argi ikusten da lotura hori:

“Arrasateko Kooperatiba Esperientziak, beste herri batzuekiko solidarioa izanez, gizartea eraldatzeko borondatea erakusten du. Horretarako, Euskal

⁷ “Sozietate-antolamenduan metodo demokratikoak erabiliaz, enplegua sortuaz, langileen garapen humano eta profesionala sustatuz eta inguruko gizartea garatzeko konpromisoaz jardunaz, nazioarteko merkatuan lehiatzen duen enpresa-erakunde baten oinarritzko helburuak biltzen ditu MONDRAGONen misioak” (<http://www.mondragon-corporation.com/language/eu-ES/EUS/Nor-Gara/Sarrera.aspx>).

Herrian jarduten du, berreraikuntza ekonomiko eta soziala lortzea eta euskal gizarte aske, bidezko eta solidarioagoa taxutzea ahalbidetuko duen hedapen prozesuaren bitartez.

(...)

e) Euskara, hizkuntza nazionala den aldetik, eta euskal kulturaren bereizgarriak suspertzen laguntzea”.

Printzipio nagusi horrez gain, kooperatiba askoren estatutu eta barne araudietan aitortzen zaio euskarari lantegiko hizkuntza ofizial edota lan-hizkuntza izaera, eta berau sustatzeko konpromisoa jasotzen da.

70. hamarkadan ahalegin handia egin zen euskararen sustapenerako eta kooperatiba askotan euskara eskolak ematen hasi ziren arrakasta handiz. Baina krisiak hasierako mugimendu hura geldiarazi egin zuen eta lehen euskara planak ez ziren 90. hamarkadara arte inplementatu. Orduan, ibilbide berri bati ekin zitzaion eta euskara planen metodologia definitu zen. 1996 eta 1998 bitartean euskara planek jauzi kuantitatiboa eman zuten oso denbora gutxian eta jauzi hori, Mondragoneko kooperatibetan eman zen batez ere⁸. 2002an hedapena are handiagoa izan zen eta gaur egun⁹, 67 dira euskara plana duten Mondragon Korporazioko kooperatibak.

Beraz, lan mundua euskalduntzeko ekimenak gero eta gehiago dira. Euskararen normalizazio-prozesuari ekiteko argumentuak administrazio publikoak, enpresek eta langileek berresten

⁸ Tarte horretan 24 enpresek hasi ekin zioten euskara planari (19 Gipuzkoan eta 5 Bizkaian); horietatik 18 kooperatibak ziren eta 15 Debarrokoak (Arexolaleiba, 2003).

⁹ 2013ko martxoa.

dituzte eta “organizazioen esparruaren errealitate sozialean hizkuntzaren eraldaketaren praktitarako eta ikerketarako dimentsio propioa duen masa kritikoa sortu dela esan genezake” (Marko, 2004).

Hala ere, Euskal Herriko lan-munduan erdara da nagusi oraindik. Enpresetan beste arloetan baino euskara gutxiago erabiltzen da, idatzizko harremanetan eta harreman formaletan batez ere. Argi dago lan mundua euskalduntzea estrategikoa dela gizarte baten ardatza, motorra eta aberastasuna sortzeko sektore garrantzitsua baita. Eta EGERen markoa horretarako bide eraginkorra izan daiteke. Gero eta enpresa gehiagok – txiki nahiz handi - txertatzen dute euren politiketan, *modan* dagoela esan daiteke, babes instituzional osoa dauka eta berrikuntzarekin, errentagarritasunarekin eta enpresen iraupenarekin lotzen da. Ezin dugu ahaztu gainera, ekonomiaren globalizazioak kultura aniztasuna kudeatzeko bitartekoak jartzera behartu dituela enpresa asko.

Bestalde, euskaldun kopurua hazten ari da¹⁰ eta hizkuntza eskubideen kontzientzia sendotzen¹¹. Euskararen aldeko jarrera nabarmena da euskal gizartean¹² eta euskarak normalizazio-plangintzak edo ekimenak abian jartzen dituzten enpresei balio erantsia ematen

¹⁰ EAEko 16 urte edo gehiagoko biztanleen %32 elebiduna da (600.058), %16,4 elebidun hartzailea (325.967). Gaur egun, orain dela 20 urte baino 181.000 elebidun gehiago dauden EAEn. Elebidun hartzaileek ere hazkunde handia izan dute (%8,5etik %17,2ra) eta erdaldunak duela 20 urte baino 224.000 gutxiago dira (Euskal Herriko V. Inkesta Soziolinguistikoa, Eusko Jaurlaritza 2011).

¹¹ 2002 eta 2011 bitartean, Hizkuntz Eskubideen behatokiak 10.500 espediente bideratu ditu herritarrek egindako kexen harira (Behatokia, 2011). Elebidek 2007tik 2011 urtera bitartean 250 kexa jaso ditu urtero, batez beste (http://www.euskara.euskadi.net/r5914414/eu/contenidos/informacion/elebide_nortzuk/eu_elebi_no/elebi_no.html).

¹² EAEko 16 urtetik gorako biztanleen %62 euskararen erabilera sustatzearen alde dago, %26 ez alde ez aurka, eta %12 aurka. Euskara sustatzearen alde dago elebidunen %89, elebidun hartzaileen %60 eta erdaldunen %47 (Euskal Herriko V. Inkesta Soziolinguistikoa, Eusko Jaurlaritza 2011).

die, euskal gizartearen nahiarekin bat eginda dihardutela adierazten baitute. Balio erantsi hori kuantifikatzen zaila izan daiteke¹³. Baina euskara Euskal Herriko kultur osagai eta adierazle nagusi eta garrantzitsuena izanda, gertutasuna, fidagarritasuna eta leialtasuna irabaz ditzakete (Fernandez, 2012).

Argudio horiek euskararen sustapenerako jarduerarik burutzen ez duten enpresak erakartzeko baliagarriak izan daitezke, are gehiago lehendik ere EGE politikak aplikatu izan badituzte. Alabaina, hizkuntza eskubideen gaiak apenas duen lekurik EGEn adierazle eta estandarren gidalerro, azterketa eta lanketetan. Horregatik da ezinbestekoa euskara eguneroko jardunean integratzeko hautua egin duten erakunde edo enpresa ereduak egotea. Funtzio hori bete dezakete Mondragoneko kooperatibek, baina horretarako beharrezkoa da euskararekiko erantzukizuna komunikatzea. Hori da hain zuzen ere lan honen abiapuntua. Mondragoneko kooperatiben web orrialdeetan, eta EGEn markoaren baitan, euskarak eta euskararekiko erantzukizunak duen lekua zein den aztertu nahi izan da, kanpo irudiak eredugarritasunean duen eragina aintzat hartuta.

2.1. EGE KONTZEPTUAREN OINARRI TEORIKOA ETA GARAPENA

Industria-iraultzaren garairako sortu ziren enpresen erantzukizunaren inguruko lehen eztabaidak. Aurreko mendeko 20. hamarkadan enpresen eta gizartearen arteko harremanek sortutako kezkei heltzeko hainbat ekimen gauzatu baziren ere, egungoetatik gertuago dauden eztabaidak II Mundu Gerraren ostean kokatu behar ditugu.

¹³ “Hizkuntzen kudeaketak giza kapitalari eragiten dio eta etekinak langile, bezero eta gainontzeko interes taldeen gogobetetzearen ondoriozkoak direnez, ezin dira ohiko ikerketa ekonomikoaren parametroekin neurtu” (Alarcon, 2005).

1944an, Depresio Handiaren eta gerraren ondorioen itzalean, LANEk (Lanaren Nazioarteko Erakundeak) Filadelfiako Deklarazioa argitaratu zuen, zeinetan berretsi zuen lana sortzearen eta lan-baldintzak hobetzearen ardura ez dela gobernuen eta erakunde publikoen obligazioa bakarrik, sektore pribatuari ere badagokiola. Deklarazioaren arabera, lotura handia dago gizarte garapenaren eta jarduera ekonomikoaren artean eta beraz, LANeren dokumentua erreferentziazkoa izan zen ondorengo urteetan, 60. hamarkadan batez ere, orduan piztu baitzen gizarte erantzukizunaren inguruko benetako eztabaida esparru akademiko, politiko nahiz kulturean.

1971n, Garapen Ekonomikorako Batzordeak enpresen gizarte erantzukizunaren deklarazioa aurkeztu zuen, sektore pribatuaren funtsezko helburua gizartearen beharrezko erantzutea dela esanez. Era berean, enpresen etorkizuna publikoaren itzaropenei eta eskariei erantzuteko duten gaitasunaren arabera dagoela aitortu zuen. 70. hamarkada horretan, baita AEBn ere, jarduera ekonomikoa gizartearen aldetetara egokitzeko araudiak jarri ziren indarrean.

Garai hartako eztabaida teorikoetan hiru ikuspuntu bereiz zitezkeen (Balderas, Ruiz, Tamayo eta Vicente, 2004):

- Ekonomista liberal erradikalena batetik (Hayek, Friedman eta Chicagoko eskolako ekonomistak besteak beste), enpresen gizarte erantzukizuna ekonomikoak ez diren beste esparruetara hedatzearen aurka zeudenena.
- Gizarte erantzukizunari dagozkion konpromiso orokorrak onartu bai, baina horien hedadura zehazteko enpresen askatasuna eta autoerregulazioa aldarrikatzen zuen bigarren talde batena.

- Eta hirugarrena, desoreka ekonomiko eta sozialak murrizteko politika publikoen alde egiten zutenena.

Friedmanek (Balderas, Ruiz, Tamayo eta Vicente, 2004) edozein erakunderen arrakasta espezializazioan oinarritzen dela defendatzen zuen. Haren ustez, enpresak erakunde ekonomikoak dira eta arlo horretan garatu behar dituzte euren jarduerak; enpresen gizarte erantzukizun bakarra jabeen eta akziodunen etekinak handitzea izango litzateke. Bestelako ardurak hartzea enpresen kalterako da, lehiakortasun-posizioa ahultzen duelako.

Enpresen eraginkortasuna neurtzeko etekin ekonomikoak irizpide bakartzat dituen ikuspegi honen aurkako jarrera zutenek aldiz, espezializazioak gabezia handiak zekartzala zioten. Haien arabera, enpresa baten arrakasta hainbat agenteren elkarlanean oinarritzen da (kontsumitzaileak, hornitzaileak, komunitatea...). Enpresak ez dira erakunde pribatu soilak, komunitatearen hedapen ekonomikoa baizik, eta beraz, agente edo interes taldeekiko ardura eta erantzukizuna dute. Ingurumenari eta gizarteari eragiten dizkieten kalteez jabetu eta lortutako etekin ekonomikoaren zati bat kalte horiek konpontzera bideratu beharko dute.

Kontserbadoreak agintera iritsi bitartean¹⁴, diskurtso ekonomizista marjinala izan zen. Gainera, keynesianismoak¹⁵ onarpen handia zuen. Baina kontserbadoreen garaipenarekin merkatuak estatuen interbentzionismotik askatu eta aurreko hamarkadetan hobetsitako gizarte

¹⁴ Ronald Reagan AEBn eta Margaret Thatcher Erresuma Batuan.

¹⁵ Keynesianismoa John Maynard Keynes britainiar ekonomialariaren teorian oinarritzen den ekonomia-eskola da. Horren arabera, Estatua ongizatearen agentea da eta hori bermatzeko ekonomia sustatzeko pizgarriak erabil ditzake.

arauak bertan behera geratu ziren. Enpresen jardueraren gaineko kontrola desagertzeaz bat, liberalismo erradikala gailendu zen.

Hala ere, bai aldi hartan baina 90. hamarkadan batez ere, EGEn teoriari ekarpen garrantzitsuak egin zitzaizkion, *stakeholders* edo interes taldeen kontzeptuarekin adibidez. Hala, enpresek gizarte talde ezberdinekiko obligazioak eta betebeharrak dituztela defendatzen zuen ikuspuntuaren oinarri teorikoa sendotu egin zen. 1991koak dira baita ere Woodek zerrendatu zituen gizarte erantzukizunaren hiru printzipioak (Balderas, Ruiz, Tamayo eta Vicente, 2004):

- Enpresak gizarte erakundeak direnez, boterea modu arduratsuan erabili behar dute.
- Euren jarduerak gizartean duten eragin positibo nahiz negatiboen erantzule dira.
- Zuzendaritzako kideak, norbanako diren heinean, agente moralak dira eta erabakiak hartzerakoan zentzuz jokatzeari dagokie.

Maslowren beharriaren hierarkiaren ideia¹⁶ heldu zioten beste batzuk (Balderas, Ruiz, Tamayo eta Vicente, 2004). Haren arabera, EGEn aplikazioa enpresen barruko nahiz kanpoko behar nagusienak asebetetze izanaren ondorioa besterik ez da. Ideia hori oinarritzat hartuta, Tuzzolino eta Armandik enpresa beharriaren hierarkia hau planteatu zuten 1981ean (Balderas, Ruiz, Tamayo eta Vicente, 2004):

¹⁶ 1954koa.

Enpresa beharrianen hierarkia	
1. Fisiologikoak	Errentagarritasuna (eredu ekonomiko klasikoa
2. Segurtasunezkoak	Dibidenduen politika, integrazio bertikala/horizontala, enpresa konglomeratuak, kokapen lehiakorra, jarduera gutxiko garaietara egokitzeko gaitasuna, itxiera
3. Afiliaziozkoak	Enpresa elkarteak, argitalpen industrialak, presio-taldeak (<i>lobbiak</i>), hitzarmenak, bateratzeak
4. Estimuzkoak	Merkatuko kokapena, lidergoa (produktua), finantza eta marjina ratioak, merkatu-kuota, kanpo irudia, lidergoa prezioetan, kanpokoaren errekonozimendua
5. Autorrealizaziozkoak	Barrukoak (enpleguaren sorrera, lansari konpentsazioaren politika, pentsio-plana, helburuen koherentzia) eta kanpokoak (filantropia korporatiboa, errealizazio korporatiboa indartzeko ekintzak, kutsadurari aurre egitea, produktuaren segurtasuna eta sinesgarritasuna).

Hierarkia horren azken mailan dago autorrealizazioa eta Cramerren¹⁷ arabera (Balderas, Ruiz, Tamayo eta Vicente, 2004), hor kokatu beharko litzateke egungo EGEren testuingurua. Biziraupena eta segurtasuna bermatuta, egungo enpresek gizartean jartzen dute arreta eta hainbat ekintza burutzen dituzte (ingurumena zaindu, lan-baldintzak hobetu, kirol jarduerak babestu, GKE-ei ekarpenak egin, bezeroekiko eta hornitzaileekiko harremanak estutu etab.) gizarte horren parte sentitzearen beharria asetzeko.

Ezin dugu ahaztu ordea, gizarte erantzukizuna estimuzko beharrianei erantzuteko bitarteko gisa ere baliatzen dutela hierarkia maila horretan dauden espresa askok. EGE neurriak aplikatuta, enpresaren edo markaren irudia indartzea eta merkatua irabaztea bilatzen dute.

¹⁷ 2004.

Marketinerako tresna soila bihurtzeko arriskua ikusten du hor batek baino gehiagok eta kezka hori sarri agertzen da EGERi buruzko eztabaida-guneetan.

Edonola ere, pentsa daiteke behar material eta ekonomikoak aseta ez dituen gizarte edo kultura batean, enpresek oinarritzko beharrianak ziurtatzera joko dutela eta etekin ekonomikoak lortzea izango dela haien helburu nagusia. Alabaina, aurrez aipatu hierarkia eskala horretan zenbat eta gorago egon, bestelako beharriaz erantzun beharko diete lehiakortasun arrazoiengatik. Izan ere, EGEn arloan ere liderra izatea komeniko zaie interes taldeen presioa handitzen den heinean.

Interes taldeek gero eta protagonismo handiagoa dute EGE kontzeptua definitzeko garaian, gizarte erantzukizunaren arrakastaren gakoa interes taldeen eskaerei erantzun egokia ematean datzala onartzen baita. Printzipio hori oinarritzat hartuta, EGEn inguruko eztabaidaren oinarrian dauden bi ikuspuntuak bereizi beharko genituzke beste behin. Alde batetik, *shareholder* deritzona dago, zeinaren arabera enpresen betebeharrak bakarrik jarduerak guztiak legez gauzatzea baita. Helburua jabe eta akziodunaren balorea handitzea da eta ikuspegi zabalagoa izateak gestoreen arreta desbideratuko luke kalte zuzenak eraginez.

Bestetik, *stakeholder* ikuspuntuak akziodunaren balorea interes talde guztiekiko harremanak ondo kudeatuta lortzen dela defendatzen du. Ez du ukatzen kapitala lortzea dela enpresaren jarduna gidatzen duen helburu nagusia, baina aldi berean, interes taldeekin (langileak, bezeroak, hornitzaileak eta komunitatea oro har) harreman ez oportunistak izateak, epe luzera, emaitzak hobetzeko aukera ematen duela berresten du.

Gaur egun, auzi berriak gehitu zaizkio EGERi buruzko eztabaidari. Adibidez, enpresa handiek Hegoaldeko herrietan giza-eskubideen eta lan-harremanen testuinguruan garatzen dituzten politikak, edo herrialde garatueta lan prekarietatea eta horrek eragiten duen bazterketa soziala. Baina berrikuntzarik esanguratsuen garapen iraunkorraren kontzeptuak ekarri du. Izan ere, bere onarpen-maila hedatu egin da azken urteotan eta garapen ekonomikoa nahiz aberastasunaren sorrera ulertzeko eredu klasikoaren gaineko zalantzak ugaritu egin dira. 1992an Rio de Janeiron egindako ingurumenari buruzko konferentzia funtsezkoa izan zen garapen iraunkorraren ideia mundura zabaltzeko.

2.2. EGE ZER DEN.

Sarrerari aipatu dugu Europako Batzordeak EGE nola definitzen duen. Era berean, dimentsio anitzeko izaera aitortzen dio (EB, 2011):

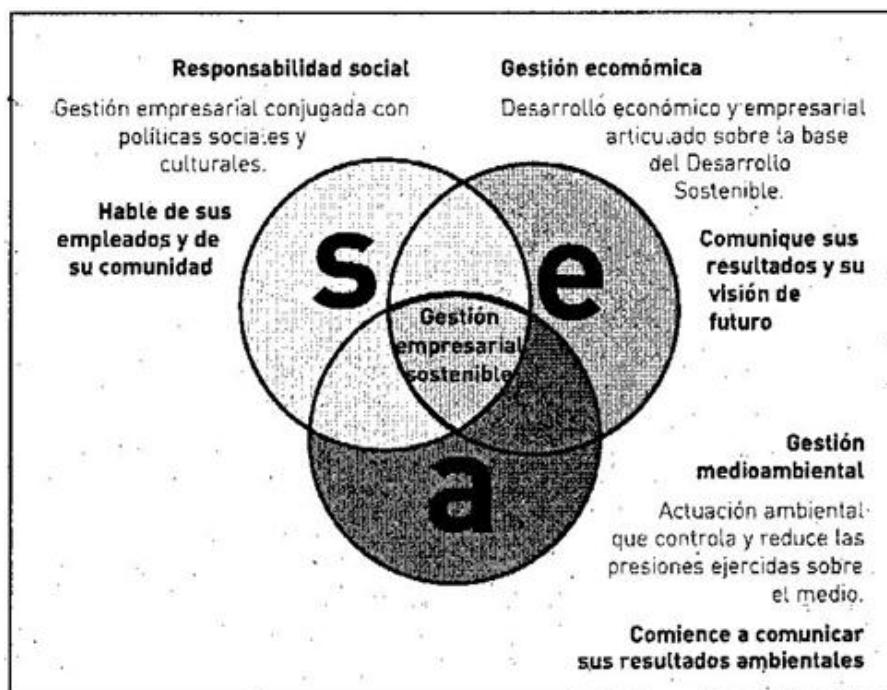
“CSR at least covers human rights, labour and employment practices, environmental issues, and combating bribery and corruption. Community involvement and development, the integration of disabled persons, and consumer interests, including privacy, are also part of the CSR agenda”.

Horiez gain, ondoko ideia hauek ere aintzat hartu beharrekoak dira EGEn hedadura ulertzeko (Toña Güenaga, 2011-2012):

- Garapen iraunkorarekin lotura zuzena du.

- Enpresen jarduerekin zerikusia duten interes talde guztien itxaropenak aintzat hartzea dakar: langileak, akziodunak, bezeroak, hornitzaileak, lehiakideak, gizarte erakundeak, administrazioak, komunitatea oro har.
- Enpresaren proiektu estrategikoarekin batera doa, interes taldeen itxaropenak eta etengabeko hobekuntzaren eta berrikuntzaren printzipioak enpresa strategiaren oinarrian dituen ikuspuntua baita.
- Komunitatearen garapen sozioekonomikoan inbertitzeak pertsonari nahiz erakundeari onurak dakarzkIELa barneratua duen filosofia da.

Gizarte erantzukizunaren filosofiaren helburua erantzukizuna modu estrategikoan kudeatzea da, alegia, enpresaren gestioan gizarte erantzukizunerako irizpideak txertatzea ekonomia, gizartea eta ingurumena aintzat hartuta.



Hiru arlo horien arteko oreka bilatzean datza erantzukizunaren oinarria. Oreka horri *balantze hirukoitza* deitzen zaio eta Elkintonek 1998an sortutako kontzeptua da. Balantze hirukoitzaren eskema horretan, hiru arloetako emaitzen komunikazioa ezinbesteko faktorea da, erabateko gardentasuna erantzukizunaren gakoetako bat baita.

Interes taldeak (*stakeholders*) enpresarekin zuzeneko edo zeharkako harremana duten norbanakoak, taldeak edo erakundeak dira. Beraz, enpresak hartzen dituen erabakiek interes taldeei eragiten diete eta interes taldeen erabakiek, enpresari. Jarritako helburuak lortzeko eta enpresaren biziraupenerako faktore garrantzitsua dira. Interes taldeek EGEren gertuko ingurunea osatu eta horren garapena baldintzatzen dute.

EGEk bi dimentsio ditu, barrukoa eta kanpooka. Barruko dimentsioak erakundeen barnejokabidearekin zerikusia dauka, hau da, barruko interes taldeen eskaerarekin. Barrura begirako praktikek giza baliabideei eragiten diete, eta laneko osasunari eta segurtasunari bereziki. Kanpoko dimentsioa berriz, erakundeek kanpora begira duten jokabideari dagokio, hau da, kanpoko interes taldeekiko duten portaerari. Gizarte erantzukizuna ezin da enpresen inguru hurbilera bakarrik mugatu; aintzat hartu behar dira baita ere komunitatea, hornitzaileak, kontsumitzaileak, erakunde publikoak, GKEak eta ingurumena.

Interes taldeek enpresei egiten dizkieten eskakizunen artean hiru nagusitzen direla esan ohi da: informazioaren gardentasuna, partaidetza eta irabazien banaketa. Baina badaude gehiago ere; ondoko tauletan ikus daiteke interes taldeen eta horien eskarien zerrenda (Toña Güenaga, 2011-2012):

1. BARRUKO INTERES TALDEAK		
	DEFINIZIOA	ESKAERAK
LANGILEAK	Erakundean kontratu batekin eta lansari baten truke lan egiten duten pertsonak	▪ Lansari duina ▪ Laneko osasuna eta segurtasuna ▪ Berdintasuna lan-baldintzetan eta enpleguaren iraunkortasuna ▪ Irabazietan partaidetza ▪ Formazioa ▪ Zentzuzko lan-ordutegia ▪ Ideien komunikazioa eta ekarpena
AKZIODUNAK EDO JABEAK	Erakunde baten jabetzan partaidetza duten pertsonak eta entitateak	▪ Informazio gardena eta aldizkakoa ▪ Kontraprestazioak (izaera anitzekoak) ▪ Interes taldeen ingurumen eta gizarte exijentzien arriskuen kudeaketa ▪ Bestelako alderdiekin lankidetzan jarduteak erakundearen errentagarritasuna handitzeko sor ditzakeen aukerak aprobetxatzea

2. KANPOKO INTERES TALDEAK		
	DEFINIZIOA	ESKAERAK
BEZERO, KONTSUMITZAILE EDO ERABILITZAILEAK	Erakundearen negozio-jardueraren jomugan dagoen gizarte taldea	▪ Kontsumitzailearen formazioa eta ohitura osasungarrien sustapena. Produktua/bizi-kalitatea harremana ▪ Produktuaren arrazoizko prezioa, kalitatea, segurtasuna eta fidagarritasuna ▪ Informazioa eta arreta erosketa aurretik, erosketa egitean eta ondoren ▪ Produktuaren balio erantsia gizarte eta ingurumen irizpideen arabera (produktzio ekologikoa, bidezko merkataritza, giza eskubideen errespetua etab.) ▪ Ziurtagiri bidezko egiaztapena (produktua edo kudeaketa sistemak) ▪ Merkatuak alde batera utzitako gutxiengoan gizarte eta ingurumen arloko beharrekiko arreta

HORNITZAILEAK	Partaide izan gabe, erakundeari lana, produktuak edo zerbitzuak ematen dizkieten pertsona eta entitateak	▪ Konfiantzazko harremana zeina konkurrentzia librean, gardentasunean eta hautaketen zuzentasunean oinarrituko den ▪ Ezarritako kontratuak betetzea ▪ Kontratuetan, prezioen eta ordainketen politikarekiko baldintzak, eskusibitatearen oinarriak, entrega-epeak, kalitatea eta kontratatutako produktu eta zerbitzuen etengabeko hobekuntzarako lankidetzaren funtsak zehaztea
LEHIAKIDEAK	Erakundeak produzitzen dituen produktu edo zerbitzuen antzekoak bezero eta kontsumitzaile potentzial berdinei eskaintzen dizkieten sektore bereko entitateak	▪ Legeak ezartzen duen kompetentzia librearekiko errespetua ▪ Legezko jokabidea, zenbaitetan elkarlanean oinarritutakoa eta merkatuaren baldintzak hobetzen lagunduko duena ▪ Aliantza estrategikoak ▪ Elkarte sektorialetan batzea
GIZARTE ERAGILEAK	Interes talde publikoak, erakundearen jardunean eragin dezaketenak	▪ Informazioaren eskuragarritasuna eta kontsultarako eta eragiteko gaitasuna ▪ Ordezkatzen dituzten interes taldeen eskaerak kontuan hartzea
ADMINISTRAZIO PUBLIKOA	Europar Batasuneko, Estatuko, Erkidego Autonomoko eta lekuko administrazioetako botere publikoak, erakundearen jardueraren marko juridikoa konfiguratzeko eskumena dutenak	▪ Arau juridikoak errespetatzea, garapen jasangarriari lotutako hiru arloei dagokienean batez ere: ekonomia, gizartea eta ingurumena ▪ Funtzio hori gizarte eragileekin elkarlanean garatzea
TOKIAN TOKIKO KOMUNITATEA	Erakundeak bere jardueran garatzen duen tokiko entitateen (publiko nahiz pribatu) sarea (elkarteak, fundazioak, GKEak, alderdi politikoak...)	▪ Inguru hurbilean eragina duten jardueren zaintza estua eta informazio osatua, pertsonentzako edo ingurumenerako kaltegarriak ez direla ziurtatzeko ▪ Tokian tokiko garapenarekiko konpromiso argia, komunitatearentzako aberastasuna eta aurrerabidea sortuko duten proiektuetan parte hartuz eta inbertsioak eginez

GIZARTEA ETA PUBLIKOA ORO HAR	Erakundearekin harreman zuzenik izan ez arren, euren iritzia emanda enpresaren jardunean eragin dezaketen pertsonak, erakundeak eta kontsumitzaileak oro har	▪ Jokabide duina eta ekarpen positiboa ekonomia, gizarte eta ingurumen arloetan. Jokabide duin horrekin lortuko dute enpresek zilegitasun eta errekonozimendu orokorra ▪ Informazioa eta lankidetzatza ▪ Gardentasuna eta legeekiko errespetua ▪ Praktika onak
INGURUMENA ETA ONDORENGO BELAUNALDIAK	Inguru fisiko naturala (airea, ura, lurra, flora, fauna, erregai ez berriztagarriak) eta kultura-ondarea eta ondare artistikoa	▪ Eskatzaile zuzena izan ez arren, exigentzia horiek oreka naturalarekiko eta bizitzarako ezinbesteko baliabideekiko errespetuan oinarritzen dira, etorkizuneko belaunaldiak euren beharrianak ase ditzaten ▪ Ingurumena interes talde gisa irudikatzen dute ingurumenaren babeserako elkarteek, eta baita kultura ere ondare historiko, artistiko eta kulturalaren babeserako entitateek

Helburuen arabera ordea, enpresek interes talde batzuen eskakizunetan jarriko dute arreta eta EGE politikak aplikatzerakoan, ikuspuntu ezberdinetan oinarrituta jardungo dute (Toña Güenaga, 2011-2012):

- Ikuspuntu legalista: indarrean den legedia betetzean datza eta enpresaren jardueraren esparru guztiei aplika dakioke, hala nola, zergak, laneko segurtasuna, lan-eskubideak, kontsumitzaileen eskubideak eta ingurumena.
- Ikuspuntu instrumentala: politika arduratsuak interes taldeekiko harremanak hobetzen badira edo gatazkak ekiditeko balio badute bakarrik aplikatzen dira. EGE emaitza zenbagarri eta hautemangarrien bidez neurtzen da, hau da, ekintzak enpresaren irudia eta ospea hobetzeko helburuarekin gauzatzen dira.

- Ikuspuntu sektoriala edo funtzionala: erantzukizunari garrantzia aitortu arren, ez dago enpresaren estrategia orokorrean integratuta. Berehalako emaitzak bilatzen dira eta gizarte mailako jardueri babesa emanaz bideratzen da nagusiki.
- Ikuspuntu estrategikoa: EGE erakundearen estrategia korporatiboan txertatuta dago eta beraz, erakundearen alor guztietara hedatzen da. Erantzukizunak izaera globala hartzen du eta ekintzak ez dira puntualak eta noizbehinkakoak; jokabide arduratsua sistematikoa da, antolatua dago eta helburu estrategikoetan aurreikusten da. Izan ere, ikuspuntu hau duen erakundeak gizarte erantzukizunak onurak dakarzkiola ulertzen baitu.
- Identitatea, berrikuntza eta bereizgarritasuna ardatz dituen ikuspuntua: gizarte erantzukizunak balio korporatiboekin koherenteak diren osagaiak (bisioa, konpromisoa eta gizarte mailako lidergoa) hartzen ditu bere baitan. Balio horiek erakundearen politikak sustengatzen eta gidatzen dituzten printzipioak dira eta EGE ez da kanpoko elementu bat, ezta negozio aukera soilak ere, parte den gizartearekiko konpromisoa baizik.

Bost ikuspuntu horiek EGE ulertzeko bost modu ezberdini lotzen zaizkie, eta beraz, EGE zer den galderari ez diote modu berean erantzungo. Baina eztabaida etikoak alde batera utzita, ezin da zalantzan jarri EGEren filosofiarekin aldatu egin dela enpresen jarduteko modua edo estiloa. Etekinak justifikatu egin behar dituzte eta gardenak izan; zaila da gaur egun ezkutuan jardutea. Iritzi publikoaren presioa oso indartsua izan daiteke eta kaltegarria ere bai, kontrakoa bada. Beraz, EGEren markoa tresna baliagarria izan daiteke gizartearen garapenerako.

Laburbilduz, enpresen erantzukizuna ulertzeko modu ezberdinak daude. Gainera, gizartearen eskakizunak koiuntura ekonomikoaren, enpresa motaren, kompetentziaren, herrialdearen eta bestelako aldagaien araberakoak direla aintzat hartuz gero, EGE kontzeptua ebolutiboa eta dinamikoa dela esan dezakegu.

2.3. EGE ETA FORMALIZAZIOA

Enpresaren jarduerari eragin diezaioketen interes taldeen eskaerei arrakastaz erantzuteko, politika eta irizpide zehatzak definitzea lagungarria gertatzen da. EGE, neurri handi batean, borondatezko hautua dela kontuan izanda gainera, nazioarteko erakunde publiko zein pribatuek gizarte erantzukizunerako praktikak nolabait arautzeko eta saritzeko hainbat bitarteko jarri dituzte azken urteetan. Estandarrak, adierazle-sortak, ziurtagiriak, iraunkortasun memoriak egiteko gidalerroak, ikastaroak, txosten berezituak... Zabalkunderik handiena GRI erakundeak eta iraunkortasun memoriak egiteko ematen dituen gidalerroek izan dute beharbada; munduko enpresa handien iraunkortasun memoriak estandar horretan oinarritzen dira.

Gizarte erantzukizuna nazioarteko erakunde nagusien gai-zerrendatan agertzeak, lekuan lekuko plangintza publikoen inplementazioa ekarri du. Azken urteotan hainbat foro eta konferentzia egin dira gobernuek EGE sustatzeko aplikatu beharko lituzketen politiken inguruan. Hala ere, administrazio publikoen jarreraren ezberdintasunak badaude. Gogoan izan behar da Europar Batasuneko kide diren 27 herrialdetatik 15ek bakarrik zehaztu dituztela EGE sustatzeko politikak (EB, 2011).

2002an Munduko Bankuaren eskariz egindako ikerketa baten arabera, sektore publikoak EGE sustatzeko betetzen dituen rolak lau multzotan sailka daitezke (Fundación Ecología y Desarrollo, 2004):

- Agintaria: legeak, erregulazioa eta inbertsio pribatuak kontrolatzeko erakunde publikoak.
- Bideratzailea: merkatuan aplika daitezkeen eta derrigorrezkoak ez diren etiketak edo kodeak; inbertsio pribatua errazten duten legeak eta erregulazioak; pizgarri fiskalak; inbertsioa ikerketa arloan etab.
- Aliatua: baliabide publikoen, pribatuen eta bestelako agenteen konbinazioa EGE gaiak garatzeko baliagarriak izan daitezkeen abileziak eta baliabide osagarriak bultzatzeko.
- Babeslea: merkatuko praktikei, GKE-ek sustatutako adierazle, printzipio eta estandarrei eta zenbait enpresari babes publikoa.

Ondorengo bi ataletan nazioarteko erakunde eta estandar aipagarrien ezaugarri nagusiak ikusiko ditugu labur-labur.

2.3.1. SUSTAPEN INSTITUZIONALA

- EUROPAKO BATZORDEA

Aurrekariak

Europar Batasuna da, Europako Batzordearen eta Europako Parlamentuaren eskutik, EGERako gobernu-programen garapenean baliabide gehien jartzen duen nazioarteko erakundea. Lehen urratsa Lisboako goi-bileran egin zen, 2010erako Europar Batasuna munduko ekonomiarik

lehiakorrena bilakatzeko estrategiaren baitakotzat hartu baitzen EGE bera. Ondoren etorri ziren lau dokumentu hauek: Liburu Berdea (2001), EGERi buruzko Europako Batzordearen Komunikazioa (2002)¹⁸, Multi-stakeholder Foro Europarraren ondorioak jasotzen dituzten biak (EMS Forum, 2004) eta 2006ko agiria, zenbait enpresak sortutako Europar Aliantza deiturikoa (*European Alliance on CSR*, ingelesez) babesten duena.

Liburu Berdeak jarri zuen gaia arautzeko lehen oinarria: enpresek kontsumitzaileen, langileen, inbertitzaileen eta iritzi publikoaren eskakizunak eta presioak aintzat hartu beharko lituzketela, eta enpresen erantzukizunak legeek arautzen dutena baino harago hedatu behar duela jasotzen du.

Europako Batzordearen 2002ko komunikazioan, gizarte erantzukizunak enpresen gestioaren ardatzetako bat izan behar duela nabarmentzen da besteak beste. Foro Europarrean berriz, enpresek, sindikatuek eta GKE-ek hartu zuten parte eta azken txostenean bederatzi gomendio eman zituzten hiru helbururekin: EGE ezagutarazi, beharrezko konpetentziak garatu eta politika horiek aplikatzeko baldintzak ziurtatu.

Aipatu beharrekoa da baita ere Europako Parlamentuaren 2007ko martxoko ebazpena, zeinetan Batzordeari deia egiten zaion enpresen kontu-emateetan lege-obligazioak ezartzeko. Zehazki: bitartekoak jartzeko eragindako biktimek eta komunitateek justiziara jo ahal izan dezaten; enpresei eragiten dituzten kalteak txikiagotzeko edo horien erantzukizuna euren gain

¹⁸ Liburu Berdea argitaratu ondoren jasotako ekarpenen inguruko gogoetak biltzen ditu.

hartzeko derrigortasuna ezartzeko; informazioari dagozkion betebeharrak hedatzeko, enpresak gai sozialei eta ingurumenekoei buruzko informazioa ematera behartuak egon daitezen.

2011ko eta 2013ko definizio eta kontzeptualizazio berriak

Berriki, Europako Batzordearen 2011ko komunikazioa eta Europako Parlamentuaren txostena (2013ko urtarrila) argitaratu dira. Lehengoan dago aurrez aipatu dugun EGEren definizio berria, eta baita 2011-2014 epealdirako aurreikusten diren estrategien zerrenda ere: EGE ikusarazi eta praktika onak ezagutarazi; enpresenganako konfiantza handitu; autorregulaziorako prozesuak hobetu; EGEk merkatuan dituen onurak areagotu; enpresek gizarteari eta ingurumenari buruzko informazioa zabal dezaten eragin; EGE hezkuntzan, formazioan eta ikerketan txertatu; politika nazionalen nahiz lekuan lekuko garrantziaz ohartarazi; Europako eta munduko ikuspegiaren bategitea bultzatu.

Europako Parlamentuaren txostenean berriz, Europako Batzordearen azken komunikazioari zenbait batzordek egindako ekarpenak daude, besteak beste:

- EGE praktikek egungo krisi ekonomikoa gainditzeko lagun dezake.
- Definizio berriak borondatezkotasunaren eta derrigortasunaren arteko kontrastea neutralizatzen du eta EGEri buruzko eztabaida irekiago bati ekin behar zaio, borondatezkotasunaren printzipioan oinarrituta baina arauak ezartzeko aukerak aztertzea oztopatu gabe.
- Europako “etiketa soziala” sortzeko aukera aztertzeko eskatzen du.
- Informazio faltsuaren eta engainagarriaren aurkako neurri zehatzak hartzea komeni da.

- Enpresek iraunkortasunaren inguruko informazioa zabaltzea garrantzitsua da inbertitzaileen eta kontsumitzaileen konfiantza handitzeko.
 - Enpresen ahalegina errekonozitzeko neurriak hartzeko eskatzen du.
 - ETE-ek gizartean duten eragina ikusita, haien beharrianetara egokitzeko politikak aplikatzea eta sustapenerako lanak egiteko proposamena egiten du.
- CORPORATE SOCIAL RESPONSABILITY (CSR EUROPE)

CSR Europe 1995ean sortutako enpresa-sarea da; 70 enpresa multinazional eta 37 enpresa nazional dira erakundeko kideak.

2010ean *Enterprise 2020* ekimena abiatu zuten etorkizuneko



enpresa arduratsuen eredua, hau da, EGE negozio-estrategian integratu duena, sustatu nahian. Gizarte berrikuntza da oinarri nagusia: ideia, negozio-eredu, eta produktu eta zerbitzu berriak aldaketa demografikoari, giza eskubideen urraketari, finantza krisiari, ingurumenaren degradazioari eta pobrezia aurre egingo dietenak.

CSR Europek bere zerbitzuak eskaintzen dizkie gizartearen beharriari erantzuteko prest dauden enpresei.

- LANAREN NAZIOARTEKO ERAKUNDEA (LANE)

LANE enpresa multinazionalen jarduerarekin zerikusia duten gizarte gaiez arduratu izan da eta 1976an bilera bat deitu zuen LANEren ikerketa-programan sakontzeko eta gizarte eta lan arloekiko ekintzak proposatzeko. Horren ondoren, hirualdeko talde bat eratu zuen enpresa multinazionalen jarduerarekin zerikusia duten eta LANEn eskumenekoak diren gizarte gaien

gainean printzipio-deklarazio bat prestatzeko. Printzipio-deklarazio horren helburua bikoitza da: garapen ekonomiko eta sozialari enpresa multinazionalak egin diezaizketen ekarpen positiboa sustatzea batetik, eta bestetik, nazioarteko ordena ekonomiko berri bat defendatzen duten Nazio Batuen ebazpenak kontuan hartuta, enpresa horien jarduerak eragin ditzaketen zailtasunak gutxiagotzea. Deklarazioak lanari, formazio profesionalari, lan- eta bizi-baldintzei eta lan-harremanei buruzko printzipioak jasotzen ditu baina ez ingurumenari buruzkoak, adibidez.

LANE erakundearen ekarpenik nabarmenena Nazio Batuen Mundu Itunaren (*Global Compact*, ingelesez) programarekin elkarlanean jardutea izan da, zabalkunde eta sustapen lanak eginez.

- EKONOMIA LANKIDETZA ETA GARAPENERAKO ANTOLAKUNDEA (ELGA)

ELGAren *Guidelines for Multinational Enterprises* dokumentuak multinazionalentzako gidalerroak jasotzen ditu eta gobernu sinatzaileek jokaera-kode hori sustatzeko konpromisoa hartzen dute. Ezaugarri hori duen nazioarteko jokaera-kode bakarra da. Hala, gidalerro horiek aintzat hartzea enpresentzat borondatezkoa bada ere, gobernu sinatzaileek eragile izan behar dute.

Jokaera-kode hori 1979an argitaratu eta 2000n berrikusi zen. Gobernu eta enpresei aholkuak ematen dizkie enpresek jarrera arduratsua izan, garapen jasangarriari euren ekarpena egin eta konfiantza-giroa sortuz kanpoko inbertsioa erakar dezaten.

Aholku horiek praktikara eramatea borondatezkoa izanagatik, bada berrikuntzarik. Izan ere, 2000ko berrikuspenean Kontakturako Gune Nazionalak (KGN edo *National Contact Points [NCP]*, ingelesez) eratu ziren ELGAk ezarritako gidalerroen zabalkunderako eta horiek betetzen direla ziurtatzeko. KGNeen ezarpenaren eta funtzionamenduaren ardura herrialde sinatzaileena da eta funtzio hauek betetzen dituzte besteak beste, gidalerroen zabalkundea egitea, arazoak ebazten laguntzea eta salaketak jasotzea.

- NAZIO BATUEN ERAKUNDEA (NBE)

70. hamarkadan NBEren agendari garapen ekonomikoarekin eta ingurumenarekin zerikusia zuten gaiak gehitu zitzaizkion (1972ko Stockholm-eko Giza Garapenerako Konferentzian, adibidez). 1999an berriz, Kofi Annanek, orduko idazkari orokorrak, Davoseko (Suitza) Munduko Ekonomia Foroan hitza hartu eta mundu mailako itun bat (*Global Compact*) proposatu zuen enpresen gizarte erantzukizunerako.

Enpresek Munduko Itunarekin bat egin dezakete libreki eta borondatez. Konpromiso etikoa duen ekimena da. Herrialde guztietako entitateek euren estrategiaren eta eragiketen osoko alderdi gisa har ditzakete giza eskubideei, lanari, ingurumenari eta ustelkeriaren kontrako borrokari dagozkien hamar jokaera-arau.

Munduko Itunari atxikitzen zaizkion enpresa eta entitateek egindako lorpenen urteko txostena egiteko eta emaitzak eta esperientziak gainontzeko enpresa eta erakundeekin partekatzeko konpromisoa hartzen dute. Horren atzean dagoen ideia zera da, hartutako konpromisoak betetzen ez dituzten enpresek sinesgarritasuna galtzen dutela.

- MUNDUKO BANKUA

Munduko Bankuak “Gizarte Erantzukizun Korporatiboa eta Lehiakortasun Jasangarria” izeneko programa aurkeztu zuen Davoseko Munduko Ekonomia Foroan. Horrekin bat egiten duten banku edo entitateek garapen jasangarri eta arduratsua sustatzen duten proiektuak bakarrik finantzatzeko konpromisoa hartzen dute.

EGE garatzeko estrategia ikerketan eta baliabide- eta formazio-eskaintzan oinarritzen da batez ere, hartzaile nagusiak garapen bidean dauden herrialdeak izanda.

2.3.2.FORMALIZAZIOA: EREDUAK ETA ZIURTAGIRIAK

Gizarte erantzukizuna euren jardunean integratu nahi duten enpresak hainbat erremintaz balia daitezke. Eredu edo estandar batzuk sortu dira EGE eraginkortasunez kudeatzen laguntzeko eta horiekin batera, ziurtagiriak ere bai, enpresek gizarte erantzukizunaren printzipioak aplikatzen ari direla egiaztatzen dutenak. Aipagarrienak hauek izango lirateke:

- SGE 21

Espainiako Forética erakunde autonomoa Bartzelonan sortu zen 1999an EGE sustatzeko helburuarekin, eta partaideak mota guztietako erakundeak nahiz norbanakoak dira (240 inguru). CSR Europaren partner espainiarra da. Eurosifen eta Global Reporting Initiativeren (GRI) kide da eta Espainiako EGE Kontseiluan aditu gisa parte hartzen du. SGE 21 arauaren jabea da, hau da, EGEren kudeaketa sistematizatzen duena eta zeinaren bidez izen bereko ziurtagiria eskura dezaketen eskakizunak betetzeko prest dauden erakundeak.



Ziurtagiriaren arauak erakundeen kudeaketa-arlo guztiei eragiten die: zuzendaritza, bezeroak, hornitzaileak, erakunde barruko pertsonak, gizartea, ingurumena, inbertitzaileak, konpetentzia eta administrazio publikoa. Bateragarria da beste estandarrekin eta azken eguneratzearen¹⁹ arabera, 108 erakunderi eman zaie. Horietatik 19 EAEkoak dira eta 1 Nafarroakoa.

Kulturaren eta aniztasunaren kudeaketa erakunde barruko pertsonen dagokien atalean kokatzen du²⁰ eta komunitatearen gaineko eraginak berriz, inpaktuen ebaluazioan eta jarraipenean²¹.

- INTERNATIONAL ORGANIZATION FOR STANDARDIZATION (ISO)

ISO erakundea 1947an sortu zen eta mundu mailako erreferentzia da segurtasunarekin, kalitatearekin, ingurumenarekin eta beste zenbait alorrekin zerikusia duten produktuen estandarizazioan eta horiek enpresen



kudeaketa-sistemetan txertatzeko prozesuetan. Bi ziurtagiri ematen ditu: kalitateari dagokion ISO 9000 batetik eta ISO 14001 bestetik, ingurumenari dagokiona. ISO ziurtagiriek zabalkunde handia dute mundu osoan. Espainian adibidez, 53.057 erakundek zuten ISO 9000 ziurtagiria 2011n; ISO 14001 berriz, 16.341ek.

¹⁹ 2012ko maiatzak 24 (Forética, 2012).

²⁰ **“6.4.2. Gestión de la diversidad.** Se identificarán los distintos perfiles de diversidad presentes en la organización, priorizando sus expectativas y necesidades y estableciendo planes de acción que garanticen una gestión responsable de dicha diversidad. **6.4.3. Igualdad de oportunidades y no discriminación.** Asimismo, se garantizará la ausencia de discriminación por circunstancias de género, origen racial o étnico, religión o convicciones, discapacidad, edad u orientación sexual o cultura, entre otras” (Forética, 2008).

²¹ **“6.5.1. Evaluación y seguimiento de impactos.** La organización tendrá en cuenta las repercusiones que tienen sus actividades en las comunidades en las que opera. Para ello identificará los impactos sociales, tanto positivos como negativos, de su actividad y adoptará las medidas oportunas para mejorar su contribución a la sociedad” (Forética, 2008).

ISO 2600 araua EGERi buruzkoa da baina oraingoz ez dauka ziurtagirik. EGE aplikatzeko gidalerroak ematen ditu eta horien artean, giza eskubideen eremuan, jasota dago kultur eskubidea.

Core subjects and issues	Addressed in sub-clause
Core subject: Organizational governance	6.2
Core subject: Human rights	6.3
Issue 1: Due diligence	6.3.3
Issue 2: Human rights risk situations	6.3.4
Issue 3: Avoidance of complicity	6.3.5
Issue 4: Resolving grievances	6.3.6
Issue 5: Discrimination and vulnerable groups	6.3.7
Issue 6: Civil and political rights	6.3.8
Issue 7: Economic, social and cultural rights	6.3.9
Issue 8: Fundamental principles and rights at work	6.3.10

- SA 8000

Social Accountability International (SAI) deritzon AEBko gobernuz kanpoko erakundearen misioa munduko langileen eskubideen defentsa bultzatzea eta lan baldintza etikoak, erakundeen gizarte erantzukizuna eta elkarriketa soziala sustatzea da. Horretarako sortu zuen 1997an SA 8000 ziurtagiria, mundu osoko 3.178²² enpresek erabiltzen dutena. SAIren zerrendan Espainiar estatuko 33 enpresa ageri dira eta Euskal Herrikoak bi; Eroski kooperatiba da horietako bat.



Estandar honek langileen giza eskubideak arautzen ditu eta adierazle hauek auditatzen dira: haurren lana, lan behartuak, osasuna eta segurtasuna, askatasun sindikala eta hitzarmen

²² 2012ko irailaren 30eko datua (SAI, 2012).

kolektiborako eskubidea, diskriminazioa, diziplinazko praktikak, lan orduak, ordainsaria eta kudeaketa sistemak. Diskriminazioari dagokion atalean haxe dago jasota:

“The company shall not interfere with the exercise of the rights of personnel to observe tenets or practices, or to meet needs relating to race, caste, national origin, religion, disability, gender, sexual orientation, union membership, or political affiliation” (SAI, 2004).

Adibideetan diskriminazio positiboa ere aipatzen du²³. Gainera, kudeaketa sistemen atalean haxe irakur daiteke:

“Top management shall define in writing, in workers’ own language, the company’s policy for social accountability and labour conditions, and display this policy and the SA8000 standard in a prominent, easily viewable place on the company’s premises, to inform personnel that it has voluntarily chosen to comply with the requirements of the SA8000 standard” (SAI, 2008).

²³ “Positive discrimination in favour of people from certain underrepresented groups may be legal in some countries” (SAI, 2004).

- AA1000

AccountAbility izeneko britainiar erakundea 1995ean sortu zen eta orduz gero, enpresei, irabazi



AccountAbility

asmotik gabeko erakundeei eta gobernuei ingurumenarekiko, gizartearekiko eta gidaritza etikoarekiko erantzukizuna euren jardueretan txertatzeko laguntza eskaintzen die AA1000 estandarraren bidez. Estandar horrek hiru arau ditu: AA1000APS (2008) Erantzukizunaren Oinarriak, AA1000AS (2008) Ziurtapen Araua eta AA1000SES (2011) Interes Taldeekiko Konpromisoaren Araua.

Lehenengoak AA1000 arauaren oinarritzko printzipioak zehazten ditu, hau da, inklusibitatea (interes taldeen parte-hartzea), iraunkortasuna bermatzeko lehentasunak identifikatzea eta erantzuteko gaitasuna (interes taldeen eskakizunak). Bigarrena iraunkortasun txostenen sinesgarritasuna eta jardueren kalitatea bermatzeko sortu zuten eta AA1000 estandarraren printzipioen betetze-maila eta komunikazioaren kalitatea ebaluatzeko irizpideak ematen ditu. Hirugarrenean interes taldeen eskakizunei erantzuteko gidalerroak jasotzen dira eta interes taldeen definizioan honakoa irakur daiteke:

“Stakeholder may also include those who, through regulation, custom, culture or reputation, can legitimately claim to represent any of these interests as well the interests of the voiceless such as future generations and the environment” (AccountAbility, 2011).

- IQNet SR 10

IQNet - The International Certification Network erakunde suitzarra 1990ean sortu zen eta ziurtagiriak ematen dituzten 40 bat erakundek osatzen dute. IQNet SR 10 ziurtagiriak gizarte erantzukizuna egiaztatzen du eta AENOR erakunde espainiarraren SR 10 ereduan oinarritzen da. ISO 26000 araua hartzen du erreferentziazat.



Interes taldeei eskainitako atalean, honakoa dago jasota ziurtagiriaren eskuliburuan:

“7.9.3. Inversión en la comunidad y en la sociedad

La organización debe respetar el patrimonio y la cultura, así como las formas de vida de las comunidades afectadas por las actividades de la organización.

La organización debe promover y poner en marcha iniciativas y programas destinados a la comunidad y a la sociedad con el propósito de mejorar aspectos sociales de la vida en comunidad y contribuir al desarrollo sostenible” (IQNet, 2011).

- GLOBAL REPORTING INITIATIVE ETA IRAUNKORTASUN MEMORIAK

Global Reporting Initiative (GRI) irabazi asmorik gabeko erakundea da. 1997an sortu zen AEBn, baina 2002an Amsterdamera lekualdatu zuten bere egoitza nagusia. GRI aitzindaria izan da EGEren sustapenean eta mundu osoko erakundek erabiltzen duten markoa garatu du

iraunkortasun memoriak egiteko. Memoriak egiteko gidalerroak emateaz gain, ekonomia, ingurumen eta gizarte arloko jarduerak neurtzeko printzipioak eta adierazleak zehazten dira marko horretan. GRI erakundearen helburua printzipio horien zabalkundea egitea da hain zuzen ere.

Gidalerro horien lehen bertsioa 2000koa da, baina egun erabiltzen dena 2006ko G3 bertsioa da, 2011ko martxoan eguneratua eta G3.1 izenez ezagutzen dena. Gidalerro horietan hiru dimentsio bereizten dira: jarduera ekonomikoa, ingurumena eta gizartearen. Gizartearen dagokion atalean beste lau eremu daude: lan praktikak, giza eskubideak, gizartearen eta produktuarekiko erantzukizuna. Eremu horietan guztietan jaso daitezke hizkuntzarekin zerikusia duten eduki-adierazleak (Marko, 2004):

ADIERAZLEAK GRI GIDAN			
Arloa	Kategoria	Aspektua	Hizkuntza Parametroak
Gizartearen	Lan jarduera	Lan harremanak	- Harremana zein hizkuntzatan gauzatzen da? - Zein da langileen berezko edo nahikunde hizkuntza?
		Aniztasuna eta berdintasuna	Hizkuntza aniztasunaren errekonozimendua.
	Giza eskubideak	Diskriminaziorik ez	Hizkuntza eskubideen eta nahikundearen bermea.
		Herri indigenen eskubideak	Euskararen ofizialtasuna. Bertako eta nazioarteko legedia.
	Gizartearen	Komunitatea	Nola laguntzen da komunitatearen hizkuntza garapenean?
	Produktuen erantzukizuna	Produktuak eta zerbitzuak	- Zein hizkuntzatan eskaintzen dira. - Kontsumitzaileen eskubideak nola bermatzen dira.
		Marketing	Publizitatean komunikazioa zein hizkuntzatan gauzatzen da.

Iraunkortasun memorien bidez, erakundeek EGEn aplikazioa gizarteratu dezakete eta kanpo komunikaziorako tresna baliagarria dira. Helburua erakunde garden eta arduratsuaren irudia ematea da eta beraz, ekarpen positiboak nahiz negatiboak erakutsi behar direla aholkatzen du GRI erakundeak (GRI, 2011).

Gizarte erantzukizuna sistematizatzeko tresna nagusienetakoa da gaur GRIk eskaintzen duena, eta erakundearen datu-basean²⁴ kontsulta daitezke mundu osoko enpresen memoriak.

2.4. EGE ETA LEHIAKORTASUNA

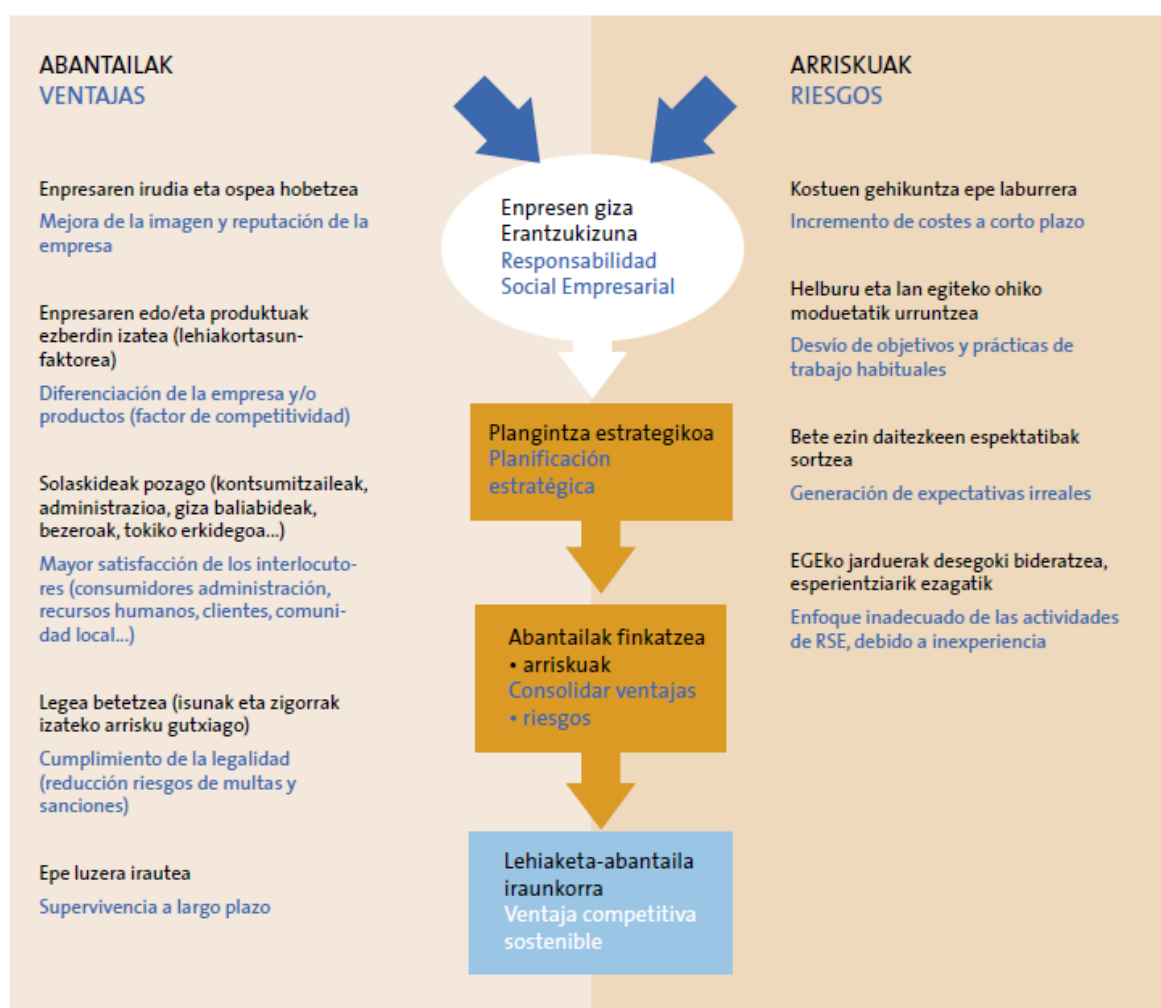
Lehiakortasuna funtsezko kontzeptua da enpresa baten edo arlo baten arrakasta azaltzeko. Enpresaren lehiakortasunaren kontzeptua honelaxe defini daiteke: enpresa batek bere produktuak merkatuan jartzeko duen gaitasuna, merkatu horretan toki hobea eskuratuta eta, beraz, lehiakideek baino errentagarritasun handiagoa lortuta. Zentzu zabalean, enpresa errentagarria denak irauteko duen gaitasuntzat har daiteke lehiakortasuna.

Enpresaren edozein ezaugarri da lehiaketa-abantaila, bezeroentzako balioa duena eta arlo baten barruan zuzeneko enpresa lehiakideetatik bakartzen duena. Hortaz, ezin gutxietsi daitezke bezeroen eta gizartearen kezka berriek ematen dituzten aukerak, eta aukera horien artean EGE dugu. EGE albo batera uzteak lehiakortasuna galtzea eragin lezake.

EGEn aldeko jarreraren oinarria EGEn eta etekin ekonomikoaren arteko lotura positiboa da. Emaidza ekonomikorik onenak, oro har, zeharkako gai batzuk hobetzean lortzen dira. Ikuspegi horretatik, gizarte mailako erantzukizuna duten enpresek gatazka gutxiago izango

²⁴ <http://database.globalreporting.org/search>.

lituzkete interes taldeekin, eta hala, ospe handiagoa eta harreman hobeak bezeroekin, hornitzaileekin, langileekin, inbertitzaileekin... Harremanak eta irudia hobetzearen ondorioz, enpresaren onurak eta etekin ekonomikoak gora egin dezakete.

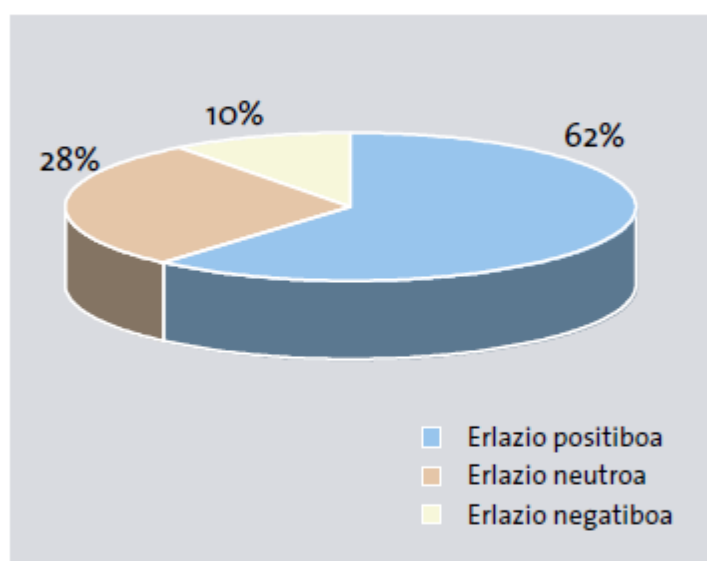


Iturria: Xertatu, 2004

Nolanahi ere, eta goiko eskeman ikus daitezkeen moduan, EGEn ekintzak edo estrategiak ezartzeak baditu bere arriskuak, enpresako beste edozein estrategiarekin gertatzen den bezala. Horregatik, EGEn estrategia abian jarri baino lehen, arriskuok aztertu egin behar dira. Izan

ere, arrisku horiek plangintza estrategiko egokiaren bidez murriztea posible da. Plangintza estrategiko egokiari esker, enpresaren balioekin eta estrategia osoarekin koherenteagoak diren EGEren ezaugarriak identifika daitezke, eta ezagutza hori lagungarria izango da EGEren abantailak handitzeko edo finkatzeko. Hala, lehiaketa-abantaila iraunkorrak sortuko dira.

EGEri eta etekin ekonomikoei buruzko hainbat azterketa egin dira 70. hamarkadatik gaur egunera arte. Azterketa horien neurketa sistemak eta metodologiak ezberdinak dira, EGE bera ulertzeko ikusmolde ezberdinak dituztelako besteak beste. Baina gehienek enpresaren egoera ekonomiko-finantzarioaren eta gizarte erantzukizuneko jardueren arteko erlazioa neutroa edo nolabait positiboa dela ondorioztatzen dute.



Iturria: Xertatu, 2004

Kontsumitzaileen jarrerak ere, erlazioa positiboa dela pentsatzeko bidea ematen du. Market and Opinion Research Interbational (MORI) erakundeak CSR Europerako 2000n egindako inkestaren emaitzen arabera, Europako kontsumitzaileen %70ek enpresa baten EGE jarduerak

produktu edo zerbitzu bat erosteko garaian aintzat hartzekoak direla uste du (%89k Espainian). Era berean, bostetik bat “oso prest” egongo litzateke gizartearekin eta ingurumenarekin arduratsuak diren produktuengatik gehiago ordaintzeko (Fundación Ecología y Desarrollo, 2004).

2.5. INFORMAZIOA ETA KOMUNIKAZIOA

EGEren komunikazioa elementu estrategikoa da enpresen irudi korporatiboa eraikitzeko batetik²⁵, eta EGE beraren filosofia hedatzeko, bestetik. EGE komunikatzea gizarte erantzukizuna dela esan daiteke.

Komunikazioa funtsezko faktorea da: erakunde baten sinesgarritasuna, neurri handi batean, ematen duen informazioaren gardentasunean, kopuruan, kalitatean eta fidagarritasunean oinarritzen da. Bezeroak enpresak eskaintzen dien produktuarekin aseta badaude, gizarte erantzukizunarekiko ardura egoki komunikatzen jakiteak enpresaren irudi korporatiboa indartzen lagun dezake. Eta alderantziz, interes taldeen iritzi negatiboek eta komunikabideetan duten oihartzunak kalte handia egin diezaiokeete marka bati.

Dena den, ez dirudi EGEri buruzko informazioa zabaltzea erabat errotutako praktika denik. Ingurumenarekiko ardura, gertuko garapen ekonomikoari egindako ekarpenak eta erakundearen balioak eta etika dira Europako erakundeek gehien komunikatzen dituzten gaiak. Aldiz, giza eskubideei buruzko aipamenak urriak izaten dira (Illia eta beste, 2010).

²⁵ “Business cannot hope to enjoy concrete benefits from CSR unless they intelligently communicate about their initiatives to relevant stakeholders (Maignan & Ferrell, 2004, 17)” (Mark-Herbert C. eta von Schantz, C, 2007).

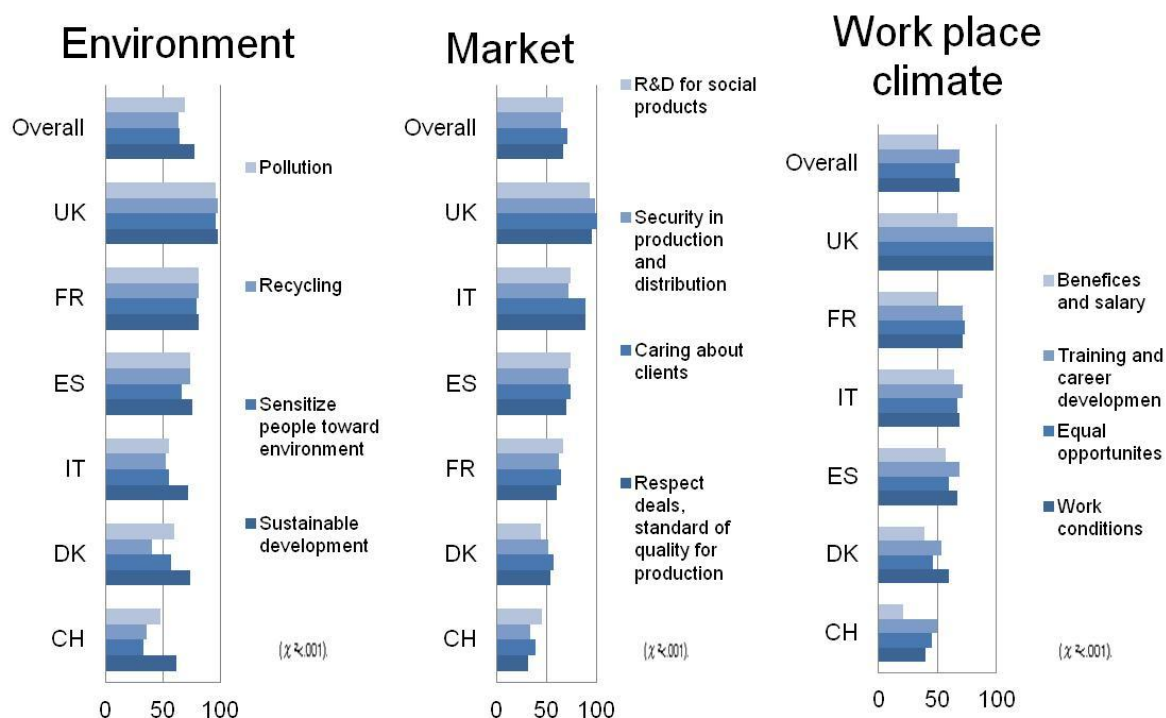
Komunikaziorik eraginkorrena interes taldeen arabera egindakoa izango litzateke (enpresan lan egiten dutenak, akziodunak, inbertitzaileak, bezeroak, iritzi-emaileak, hedabideak, analistak, iritzi publikoa, gizartea oro har...), baina interes, behar eta ikusmolde ezberdinak dituztela kontuan hartuta. Horregatik, ez da erraza zer komunikatu jakitea. EGE jarduerak kuantifikatzea zaila izaten da gehienetan eta epe luzerako proiektuak izaten dira gainera. Bestalde, zein da erabili behar den estrategia gardentasun ahalegin horiek oportunistatzat edo marketin kanpaina baten elementutzat hartuak izan ez daitezen?

Interes taldeei begira egindako komunikazio estrategiak hiru motatakoak izan daitezke (Morsing eta Schultz, 2006): informazioaren estrategia, erantzunaren estrategia eta parte-hartzearen estrategia. Informazioaren estrategiaren komunikazioa norabide bakarrekoa da, alegia, erakundetik interes taldeengana egiten dena. Erantzunaren eta parte-hartzearen estrategietan berriz, komunikazioa bi norabidekoa da, baina bi eredu arteko aldea nabarmena da: erantzunaren estrategian erakundearen eta interes taldearen arteko harreman asimetrikoa da, alegia, helburua interes taldeen babesa bilatzea da eta haien iritziek ez dute erakundearengan inolako aldaketarik eragingo; parte-hartzearen estrategia aldiz, simetrikoa da, interakzioa gertatzen da eta harreman horrek erakundeetan aldaketak eragin ditzake. Parte-hartze estrategia izango litzateke komunikazio eredu idealena.

Gizarte erantzukizuna komunikatzeko baliabide-aukera zabala da gaur egun, baina teknologia berrien garapenarekin interneten erabilera orokortzen ari da eta gero eta enpresa gehiago baliatzen dira web orrialde korporatiboez praktika arduratsuen berri emateko. Internet erabiltzeak baditu abantaila batzuk egunkariekin, aldizkariekin, telebistarekin eta bestelako baliabideekin alderatuta, informazioa zehatza eta eguneratua jartzea ahalbidetzen baitu.

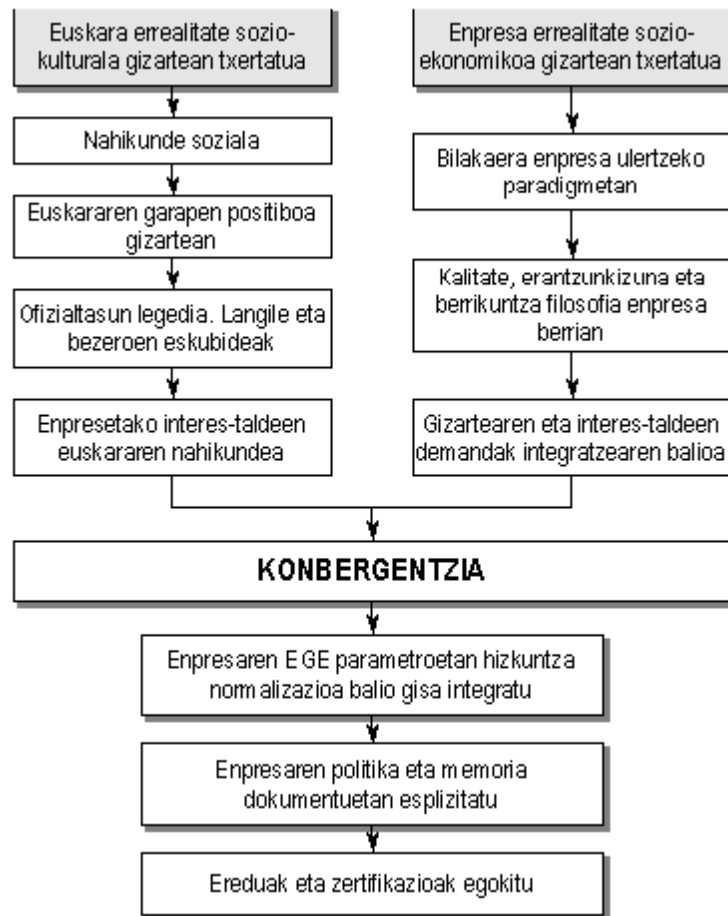
Gainera, sareko informazioa beti dago eskuragarri eta nahi duenak nahi duenean kontsulta dezake. Era berean, web orrialdeek gorago aipatu dugun bi norabideko komunikazioa lortzeko aukerak errazten dituzte eta multimedia tresnak erabiltzea ahalbidetzen dute (Harmoni, 2012). 2010ean egindako azterlan baten arabera (Illia eta beste, 2010), ikertutako enpresa europarren %73k atal berezia eskaintzen diote EGERi web korporatiboan. Talde horretan dauden gehienak enpresa anglosaxoiak edo Europa hegoaldekoak dira, tartean, Espainia. Iraunkortasun memoriak on-line jarri dituzte ikertutako enpresen herenak. Ikerketa horrek beste datu interesgarri batzuk ere ematen ditu, lan honen emaitzak baloratzeko baliagarriak izango zaizkigunak:

- Urteko memorietan EGERi lekua egiteko joera handiena bankuek, aseguru-konpainiek eta gas, ur eta elektrizitate hornitzaileek erakusten dute. Beste muturrean daude ehunen eta modaren sektorea eta telekomunikazio enpresak.
- Gehien komunikatzen dena ingurumenarekiko ardura da; ondoren, merkatua eta langileei eragiten dieten politikak; eta gutxien komunikatzen dena berriz, giza eskubideak babesteko jarrera da.
- Horrekin lotuta, ISO 14001 da gehien erabiltzen den ziurtagiria, hots, ingurumenari dagokiona (enpresen %47k); ISO 19001 legoke gero (enpresen %19k); AA1000, %17k eta %7k bakarrik aipatzen du GRI estandarra.



2.6. LANAREN GARRANTZIA

Aurreko ataletan jasotako informazioa kontuan hartuta, EGE filosofiaren testuingurua enpresak euskararen normalizaziorako neurriak hartzera bultzatzeko baliagarria dela pentsa dezakegu. Gizarte erantzukizunaren helburua interes taldeen nahiari erantzutea bada, gure lurraldean diharduten enpresek ezin dute euskara baztertu. Izan ere, azken urteetan euskararen normalizazio plangintzek izan duten garapenak eta enpresaren eta gizartearen arteko harremanei buruzko kontzepzioan gertatu den bilakaerak bat egiten dute, sistema bakarrean integra daitezkeelarik. Ondo azaltzen du hori Markok bere n-EGE ereduan (2009):

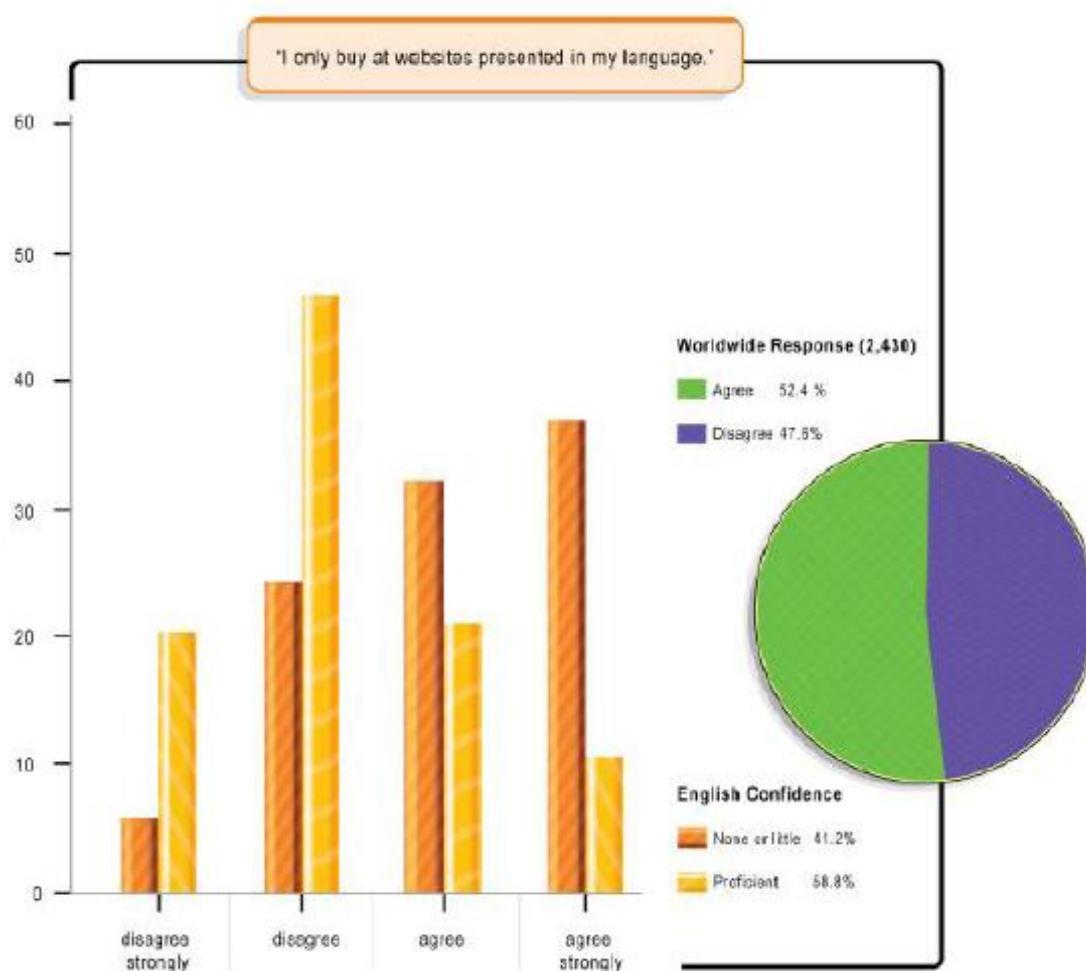


Markok dioen moduan “bi ardatz horiek bat egiten dute enpresetako interes taldeek euskararekiko nahikundea adierazten dutenean, enpresa berritzaileak gizartearen eta interes taldeen demandei erantzutea bere baitan balio gisa integratzen ditutenean, eta, bien arteko konbergentzia gauzatzen denean”. Euskaren ofizialtasunak, EAEn behintzat, legez babesten ditu gainera, euskaldunen hizkuntza eskubideak.

Horrez gain, euskarak badu berezko balio erantsia. Hizkuntzaren erabilerari gero eta arreta handiago eskaintzen zaio publizitatearen eta marketinaren arloan. “Hizkuntzak, merkatuan, helburu ekonomikoa duten merkantzia dira. Hizkuntza merkatu-balioa duen trukerako bitartekoa da eta agenteengan erabilera-balioa du subjektuen gogobetetzea asetzeko bidea den

hein berean” (Alarcon, 2005). Hizkuntza ez da komunikaziorako tresna soil; baditu hertsiki lotzen zaizkion aldagaiak ere, hala nola, komunitate bateko partaide izatearen sentimendua, identitatea eta kultur balioak.

2011n internet bidezko erosketan inguruan egindako ikerketa baten emaitzen arabera²⁶, kontsumitzaileek nahiago dute euren hizkuntzan erosi. Ondoko irudian ikusten da hori.



²⁶ Common Sense Advisory erakundeak Internet bidezko kontsumo ohituretan hizkuntzak kontsumitzaileengan duen eragina aztertu zuen Europa, Asia eta Amerikako erabiltzaileak aintzat hartuta (Common Sense Advisory, 2011).

Ingelesa merkatu-hizkuntza hedatuena, interneten lehen hizkuntza eta mundu osoko biztanle askok ezagutu edo ikasten duten hizkuntza izanagatik, kontsumitzaileen %52,4k bere hizkuntzan bisita ditzakeen web orrialdeetan bakarrik erosten du.

“Pertsona batek mezu bat jasotzen duenean, aldi berean jasotzen ditu mezuaren iturriari buruzko informazioa, mezua bera eta hura zein hizkuntzatan jasotzen ari diren. Mezu bera hizkuntza batean edo bestean prozesatzeak eragina du pertsona elebidunengan. Izan ere, gizaki elebidun batek mezu bera modu ezberdinetan prozesatu dezake, hizkuntza batean eta bestean” (Fernandez, 2012). Gainera, badirudi iturriaren eta hartzailearen arteko antzekotasuna zenbat eta handiagoa izan, orduan eta aukera handiagoa dagoela pertsuasio prozesua arrakastatsua izateko.

Gurera etorrira, euskarak baditu zenbait ezaugarri (hizkuntza berezia, ama lurrarekin lotua, zapaldua...) pertsuasio prozesuen eraginkortasuna handitzen lagundu eta iturria eta haren mezua hautemateko moduan eragiten dutenak. Euskarak gertutasuna eta fidagarritasuna transmititzen ditu, herritarren euskararekiko aktitudea positiboa delako; pertzepzio hori ez du ezagutzak baldintzatzen, jarrerak baizik (Fernandez, 2012).

Markok “enpresa berritzailea” kontzeptua ere aipatzen du. Enpresaren funtzioak zein diren eta hazkunde ekonomikoaren funtsak ulertzeko modua aldatu egin bada, mundua aldatu egin delako gertatu da. Globalizazioaren eraginez, munduko kulturak elkarrengandik inoiz baino hurbilago daude eta enpresei errealitate horretara egokitzea tokatzen zaie. Nazioartekotze prozesuetan kultur aniztasunarekin egiten dute topo eta hori egoki kudeatzen jakiteak garai berrietara egokitzeko gaitasuna adierazten du. Izan ere, “aniztasun kulturala behar bezala

baliatzen duen erakundeak enpresa-kultura indartu eta bere izen ona hobetzen du, talentudun pertsonak erakartzeko gai da eta motibazioa eta sormena bultzatzen dituen, langileen berrikuntzarako joera eta eraginkortasuna ere sendotzen ditu” (Ventosa, 2012). Ezaugarri horiek lehiarako abantailak handitzen dituzte.

UNESCOK ere kultur aniztasuna gizateriaren ondaretzat hartzeko gonbitea egin zien estatu eta erakundeei 2001eko azaroan egindako Deklarazio Unibertsalean. Halaxe dio:

“La cultura adquiere formas diversas a través del tiempo y del espacio. Esta diversidad se manifiesta en la originalidad y la pluralidad de las identidades que caracterizan a los grupos y las sociedades que componen la Humanidad. Fuente de intercambios, de innovación y de creatividad, la Diversidad Cultural es tan necesaria para el género humano como la diversidad biológica para los organismos vivos. En este sentido, constituye el patrimonio común de la Humanidad y debe ser reconocida y consolidada en beneficio de las generaciones presentes y futuras” (Kultur aniztasunari buruzko UNESCOren 2001eko Deklarazio Unibertsala²⁷).

Euskara Euskal Herriko kultur adierazle nagusia dela esan daiteke; “gizartean txertaturiko balio sinboliko eta praktikoa gisa garatzen joan da” (Marko, 2004). Beraz, euskararen normalizaziorako politika orokor bat definituta, enpresek gizarte erantzukizunaren oinarritzko

²⁷ Ventosa, 2012.

parametroak betetzen dituzte eta iraunkortasunaren alde egiten dute, enpresa moderno eta eredugarriaren itxura emanez eta errentagarritasuna lortuz epe ertain edo luzera.

Baina normalizaziorako kudeaketa sistema batek, euskararen sustapena enpresaren EGE parametroetan balio gisa integratu behar dela aipatzen du Markok. Izan ere, balioak enpresaren jokabidearen ardatzak dira, hots, enpresaren jardunbideak norabidetzen dituzten oinarritzko printzipioak eta bere kulturaren muina. Mondragon Korporazioaren balioetako bat da euskararen eta euskal kulturaren aldeko konpromisoa eta taldeko kooperatiba askoren euskara planek hamarkada bateko ibilbidea egin dute dagoeneko. Aitzindariak izan dira gizarte erantzukizunaren printzipioak aplikatzen, eta horrekin batera, lan munduaren euskalduntze-prozesua bideratzen. Beraz, eredu erakargarria izan daitezke hizkuntza-normalizazio plangintzen zabalkunderako. Horretan datza lan honen garrantzia.

Gogora dezagun EGE komunikatzea ere gizarte erantzukizuna dela esan dugula. Gaur egun gainera inoiz baino gehiago, komunikazioaren gizartean bizi baikara. Internetek aukera ugari eskaintzen ditu eta enpresa askoren erakusleho nagusi dira euren web korporatiboak, zeinetan balioak nahiz gizartearekiko eta ingurumenarekiko konpromisoa maiz agertzen diren. Kooperatibak ez dira salbuespena. Baina zein da euskarak eta euskararen aldeko konpromisoak kooperatiben web orrialdeetan duen lekua?

Euskara euskal gizartearekiko arduraren eta sentsibilizazioaren adierazgarri bada, eta merkatuan balio erantsia ematen badu, garrantzitsua da kanpo irudiaren elementuetako bat izatea, enpresa beraren intereserako batetik, eta euskarari ikusgarritasuna eta prestigioa

emateko, bestetik. Euskararen sustapena EGE komunikatzeko erabiltzen diren baliabideetan txertatzea euskarari balioa ematea eta normalizazioari aitorpen instituzionala egitea da.

Euskara plana duten Mondragon Korporazioko kooperatiben web orrialdeak ikergaitzat hartuta, euskararekiko erantzukizunaren komunikazioa nola egiten den aztertu nahi izan da, joera nagusien ikuspegi orokorra ematea normalizazio plangintzen hedapenerako baliagarriak izan daitezkeen komunikazio estrategien gaineko hausnarketan lagungarri gerta daitekeelakoan.

3. METODOLOGIA

Lan honetarako, 2013an euskara plana indarrean duten Mondragon Korporazioko 51 kooperatiben web orrialdeak aztertu dira. Euskara plana izateak euskararekiko konpromiso sendoa erakusten duenez, euskararen aldeko jarrera gizarteratzeko gainontzeko kooperatibek baino joera nabarmenagoa izan dezaketela uste izan delako aukeratu da lagin hori.

Gorago aipatu dugu une honetan 67 direla euskara plana duten Mondragoneko kooperatibak. Baina horietako zenbaitek, kooperatiba talde handiago bateko kide izanda web orrialde propiorik ez dutenez, ez dira aintzat hartu. Bestalde, Mondragon Korporazioak egiten duen sailkapen bera erabili da jarduera-sektoreak bereizteko:

- *Industria/Ekipamendu-ondasunak*²⁸: Berriola, Danobat Group, Goimek, Fagor Arrasate, Fagor Automation, Fagor Industrial, Danobat Sheet Metal (Goiti), Kide,

²⁸ Makina-Erreminta, fundiziorako makineria, ostalaritza ekipamenduak eta transformadore elektrikoak.

Latz, Mondragon Assenbly, Ulma orga jasotzaileak, Ulma Handling Systems eta Ulma Packaging.

- *Industria/Kontsumo-ondasunak*²⁹: Edesa, Eredu, Fagor Etxetresna Elektrikoak eta Geyser Gastech.
- *Industria/Osagaiak*³⁰: Batz, Cikautxo, Copreci, Ederfil Becker, Eika, Fagor Ederlan, Fagor Electrónica, Fit Automoción, Hertell, Maier, Mapsa, Matz-Erreka, Orkli, Tajo eta Ulma Piping.
- *Industria/Eraikuntza*³¹: Electra Vitoria, Orona, Ulma Architectural Solutions eta Ulma Construction.
- *Industria/Enpresa zerbitzuak*³²: Abantail, GSR Gestión de Servicios Residenciales, LKS eta Mondragon Sistemas.
- *Banaketa*³³: Ausolan eta Eroski.
- *Finantzak*³⁴: Laboral Kutxa eta Lagun Aro Aseguruak.

²⁹ Linea zuriko etxetresna elektrikoak, altzariak, aisialdia eta kirola.

³⁰ Automoziarako eta etxetresna elektrikoetarako osagaiak eta huts-ponpak, bridak, fitting produktuak edota kobrezko eta aluminiozko eroale elektrikoak.

³¹ Egitura metalikoak, hormigoi polimerozko pieza aurrefabrikatuak, enkofratuak eta eraikuntzarekin zerikusia duten bestelako materialak eta zerbitzuak.

³² Kontsultoretza zerbitzuak, ingeniartza zibila eta industrial, hizkuntza zerbitzuak, ekipamendu didaktikoak eta arte grafikoak.

³³ Elikadura batez ere.

³⁴ Banku-jarduera, gizarte-aurreikuspenak eta aseguruak.

- *Ezagutza*³⁵: Arizmendi Ikastola, MU, Ideko, Ikerlan, Koniker, Politeknika Ikastegia Txorierri eta Goierri Goi Mailako Eskola

Kooperatiba horien %82k du lantegiren bat Gipuzkoan, %25ek Bizkaian, %16k Nafarroan eta %10ek Araban. Aipatzekoa da baita ere, ia erdiek (%45) lantegi edo filialen bat duela atzerrian, eta gutxi gorabehera hirutik batek, Espainian (%37). Bestalde, sektoreak jardueraren arabera sailkatuta daudenez, talde berean egon daitezke kooperatiba handi zein txikiak; badaude 50 langile baino gutxiago dituztenak eta baita mila eta bi milatik gora dituztenak ere. Dena den, gehienek 200 eta 500 langile artean dituzte.

Horrez gain, eta kasu guztietan zehazterik izan ez den arren, kooperatiba gehienen euskara planek 10 urte edo gehiago dituztela esan daiteke; planik berrienek berriz, bospasei urte izango lituzkete.

Kooperatiben web orrialdeetako informazioa sailkatzerakoan adierazle hauek lehenetsi dira:

- Edukiek euskarazko bertsiorik baduten ala ez, eta hala bada, beste zenbat hizkuntzetan kontsulta daitezkeen; baita euskarazko edukien atzitzea nola egiten den ere.
- Langileen, gizartearen, ingurumenaren eta euskara eta euskal kulturaren erantzukizuna zenbat eta nola komunikatzen den.
- Web orrialdeetan iraunkortasun memoriarik edo antzekorik baden ala ez, eta horietan langileen, gizartearen, ingurumenaren eta euskara eta euskal kulturaren erantzukizuna zenbat komunikatzen den.

³⁵ Formazioa, hezkuntza eta ikerketa.

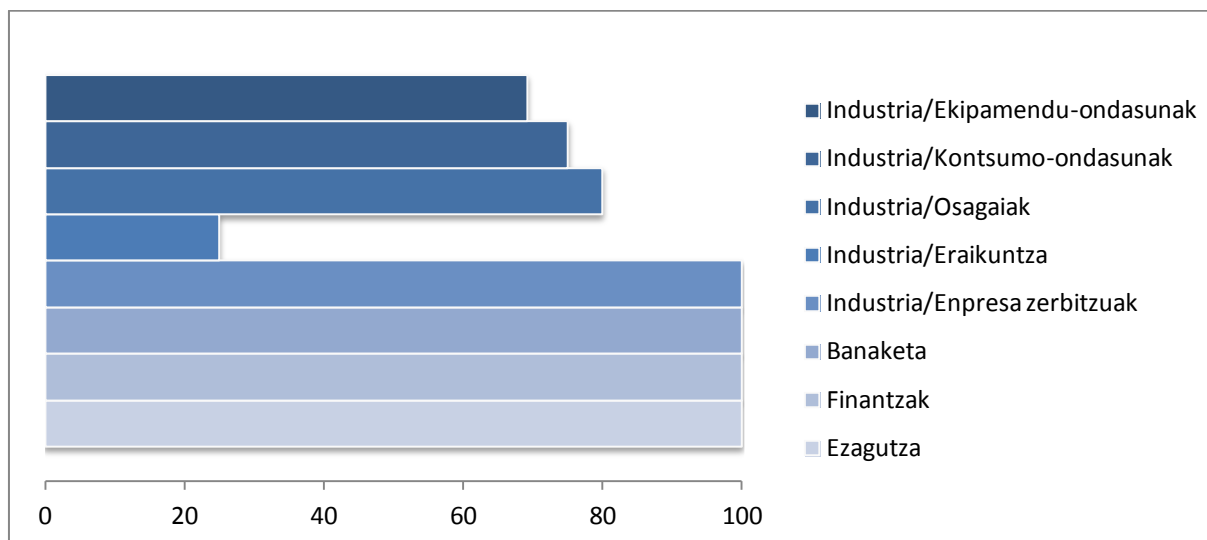
Web orrialdea euskaraz ere egotea enpresaren hizkuntza politikaren eta euskararekiko arduraren adierazlea da. Baina web orrialdearen hizkuntza lehenetsia euskara ez izatea gerta daiteke, erabiltzaileari bidea zailduz. Horregatik neurtu da zenbat klik behar diren euskarazko edukiak atzitzeko, betiere, nagibazio-hizkuntza euskara izanda.

EGEren komunikazioa aztertzeke, langileekiko erantzukizuna adierazleetako bat izatea aukeratu da Korporazioko balioetako bat langileen parte-hartzea delako eta pertsonari garrantzi handia aitortzen zaiolako. Gizartea eta ingurumena berriz, EGEren dimentsioetako bi dira. Hirugarren dimentsioa merkatua izango litzateke, baina ez da azterketarako aintzat hartu emaitza ekonomikoen berri ematen duten web orrialdeak oso gutxi baitira. Beraz, bezeroen beharrak asetzeko erantzukizuna gizartearen dimentsioko adierazle gisa jaso da. Iraunkortasun memoriak edo antzeko dokumentuak ere EGEren lau adierazle horiek aintzat hartuta neurtu dira.

4. EMAITZAK

Aztertutako web orrialdeen %78k euskarazko bertsioa dute, baina sektoreen arteko bereizketa nabarmena da: *Ezagutza, Finantzak, Banaketa eta Industria/Enpresa zerbitzuak* sektoreetako kooperatiba guztien web orrialdeek dute euskarazko bertsioa; gainontzeko sektoreetan aldiz, ez dago halako parekotasunik. Euskarazko bertsio gutxien duen sektorea *Industria/Eraikuntza* da (%25); beste hiru sektoreetan, web orrialdeen %69k, %75k eta %80k eskaintzen dute bertako edukiak euskaraz irakurtzeko aukera.

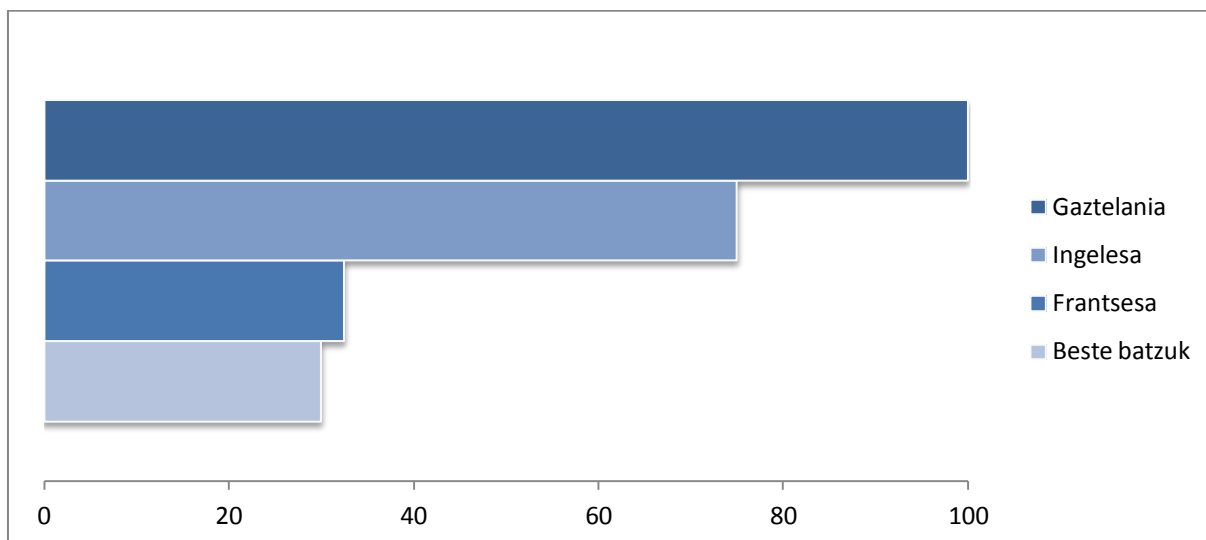
1. Irudia: Euskarazko bertsioa duten web orrialdeen ehunekoa, sektoreka



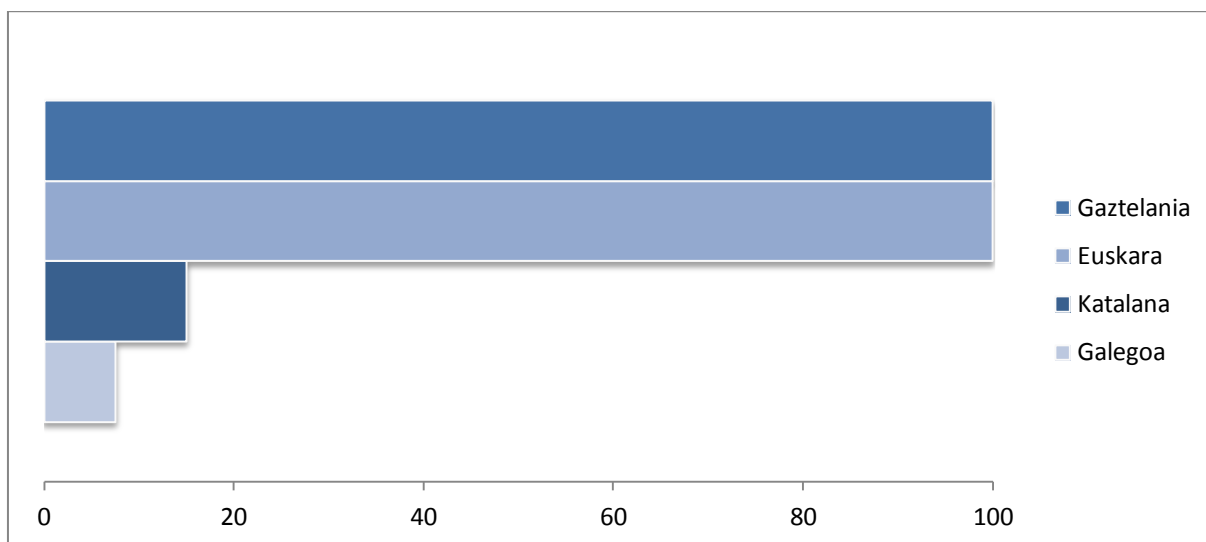
Euskarazko bertsioa duten web orrialde guztietan (40), gaztelaniaz nabiga daiteke. Ingelesezko aukera eskaintzen dute lautik hiruk (%75) eta frantsesezkoa hirutik batek (%33). %30ek Espainian ofizialak ez diren beste hizkuntza batzuk ere badituzte, batez ere, alemana (8), portugesa (5), italiera (4) eta txinera (3).

Hizkuntza ofizialak aintzat hartuz gero, katalana %15ek eskaintzen dute, eta galegoa berriz, %8k. Edesa, Fagor Etxetresna Elektrikoak eta Eroskiren web orrialdeak bakarrik daude Espainiako 4 hizkuntza ofizialetan; Ausolanen web orrialdea, euskaraz eta gaztelaniaz gain, katalanez eta valentzieraz; Berriola eta Lagun Aro Aseguruak kooperatibena, euskaraz eta gaztelaniaz gain, katalanez.

2. Irudia: Beste hizkuntzak euskarazko bertsioa duten web orrialdeetan, ehunekoetan



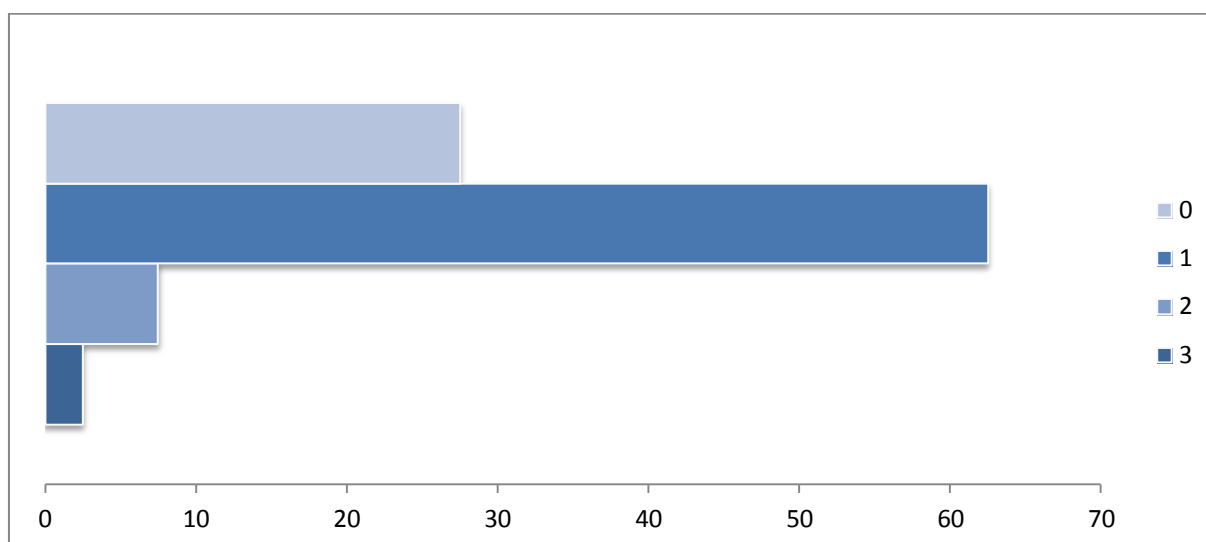
3. Irudia: Hizkuntza ofizialak euskarazko bertsioa duten web orrialdeetan, ehunekoetan



Bestalde, euskarazko bertsiora iristeko erabateko erraztasuna ematen du ia hirutik batek (%28). Hala ere, gehienetan (%63), behin klikatu behar da edukiak euskaraz ikusteko; bi

aldiz, web orrialdeen %8an³⁶ eta hiru aldiz Fagor Arrasateren kasuan. Behin klikatu behar da web orrialdea beste hizkuntza batean atzitzen denean edo edukietara sartzeko lehendabizi hizkuntza aukeratu behar denean³⁷. Bi edo hiru aldiz klikatu behar da euskarazko edukietara sartu ahal izateko lehendabizi herrialdea aukeratu behar denean. Edukietara hizkuntza aukeratu beharrik gabe iristea posible den web orrialdeen artean, %28 euskaraz atzitzen dira, %55 gaztelaniaz eta %8 ingelesez³⁸.

4. Irudia: Euskarazko bertsiora iristeko klik kopurua, ehunekoetan

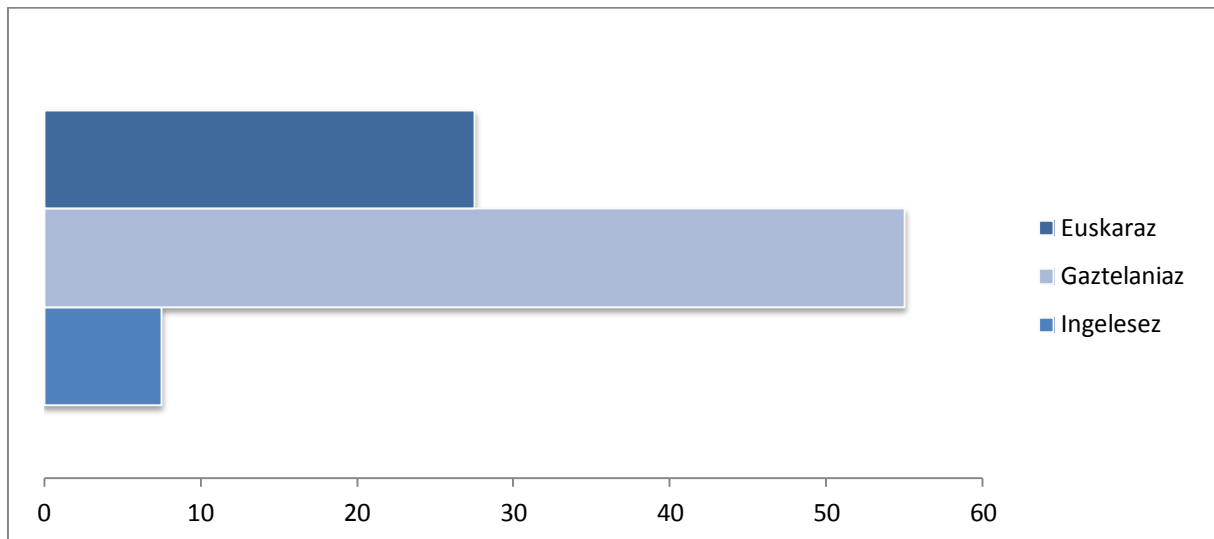


³⁶ Orkly, Eroski eta Fagor Etxetresna Elektikoak.

³⁷ Geyser Gastech, Eika, Fagor Ederlan eta Politeknika Ikastegia Txorierri.

³⁸ Danobat Group, Fagor Arrasate eta Ulma Piping.

5. Irudia: Web orrialdeen atzitze hizkuntza, ehunekoetan

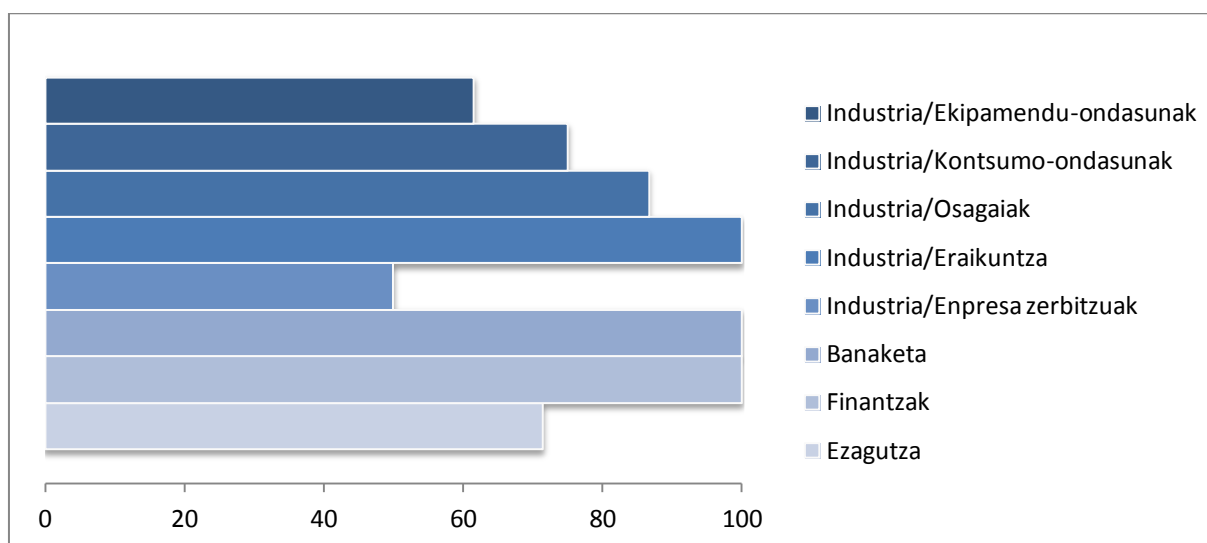


Ikus dezagun orain EGEren komunikazioari buruzko datuak zein diren. Hasteko, web orrialdeen %76k jasotzen dituzte, moduren batera edo bestera, erantzukizunarekin zerikusia duten edukiak. *Industria/Eraikuntza*, *Banaketa* eta *Finantzak* sektoreko kooperatiba guztietan egiten da aipamenen bat. Industria arloko gainontzeko kooperatibetan, portzentaje altuena *Osagaien* sektorearena da (%87). Ondoren datoz *Kontsumo-ondasunen* (%75), *Ekipamendu-ondasunen* (%62) eta azkenik, *Enpresa-zerbitzuen* (%50) sektoreenak. *Ezagutza* sektoreko kooperatiben kasuan, %71k ematen dute EGEren berri. Bestalde, 10 kooperatibaren web orrialdeetan daude eskuragarri iraunkortasun memoriak edo antzekoak. Industria sektorean, *Ekipamendu-ondasunak* eta *Osagaiak* azpisektoreetan ez dago bakar bat ere, baina *Eraikuntzako* kooperatiba guztiek eskaintzen dute aukera hori; *Kontsumo-ondasunak* eta *Enpresa-zerbitzuak* azpisektoreetan, kasu bana daude³⁹. *Banaketa* eta *Finantza* sektoreetako

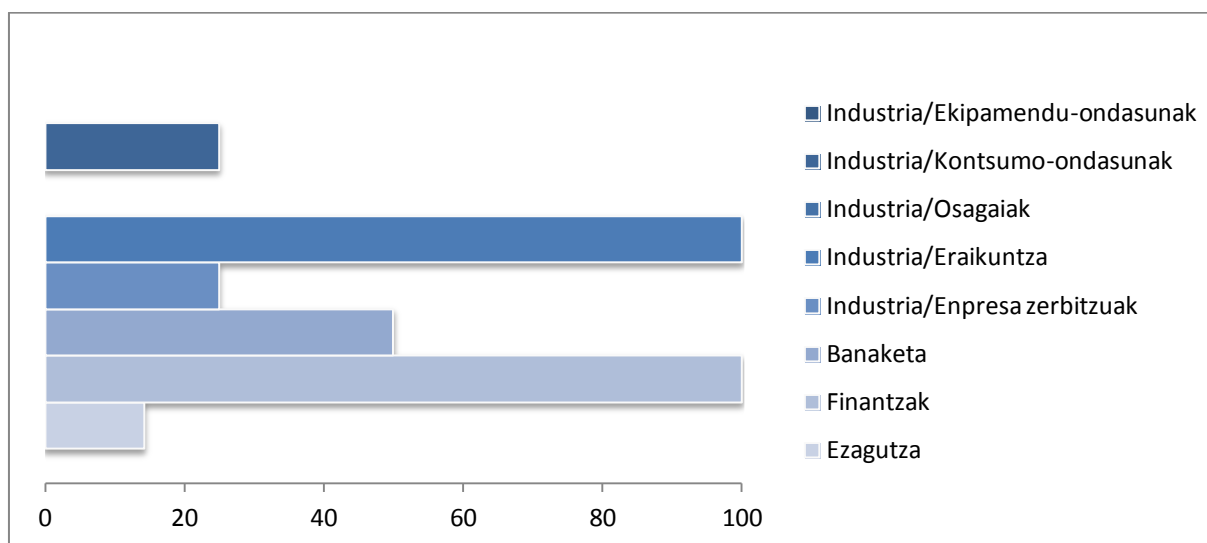
³⁹ Fagor Etxetresna Elektrokoak eta LKS.

web orrialde guztietan daude iraunkortasun memoriak edo antzekoak; *Ezagutzan* aldiz, bakar batean⁴⁰.

6. Irudia: Web orrialdeetako EGERi buruzko aipamenen ehunekoa, sektoreka



7. Irudia: Iraunkortasun memoriak edo antzekoen ehunekoa, sektoreka



⁴⁰ Ideko.

EGEri buruzko aipamenak, batez ere, kooperatibaren aurkezpenaren atalean egon ohi dira, gaika banatuta batzuetan, eta balioen azpiatalean gehienetan. Beraz, behin baino gehiagotan klikatu behar da eduki horietara sartzeko. Bi bakarrik dira hasierako orrian bertan gizarte erantzukizunari dagozkion atalak dituzten webak: Eroskirena eta Lagun Aro Aseguruena. Euskarari atal berezia eskaintzen diote, erantzukizuni buruzko atalen artean, Danobat Group, Laboral Kutxa, Lagun Aro Aseguruak eta Batz kooperatiben web orrialdeek.

Social responsibility

Our company performance is based on the continuous cooperation with several institutions, not only reinforcing the commercial relations as well the agreements with training centers and cultural initiatives.

We establish longterm relationships with:

Universities

MONDRAGON Unibertsitatea - www.mondragon.edu

Basque Country University - www.ingeniaritza-bilbao.ehu.es

Vocational Training Centers

Zulabai - www.zulabai.org

Government enterprises

Basque Innovation Agency - www.innbasque.com

Centre for the Development of Industrial Technology - www.cdti.es

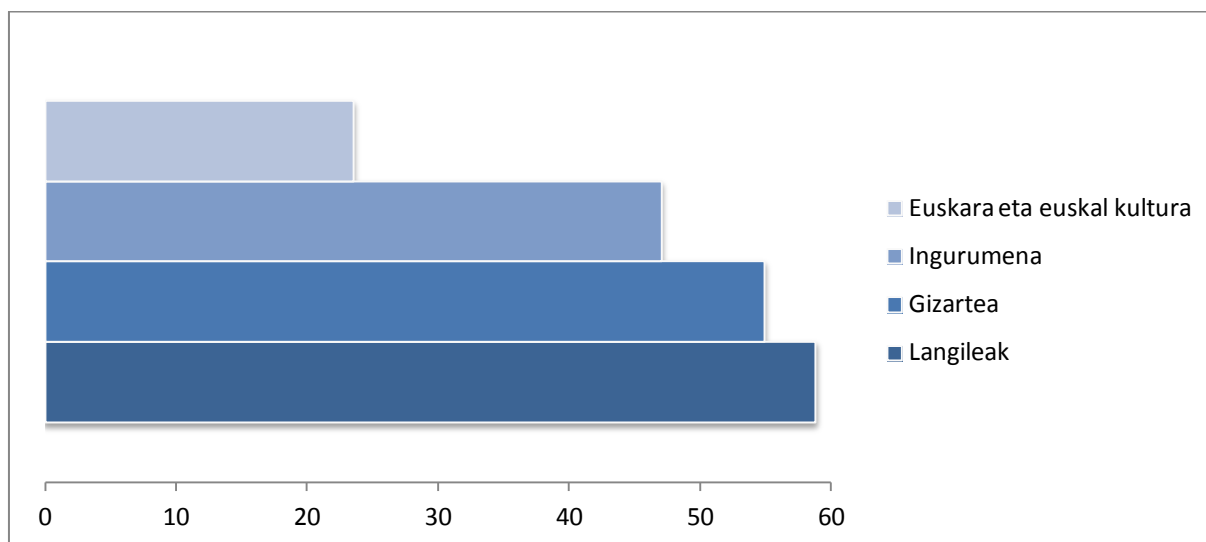
Cultural Initiatives



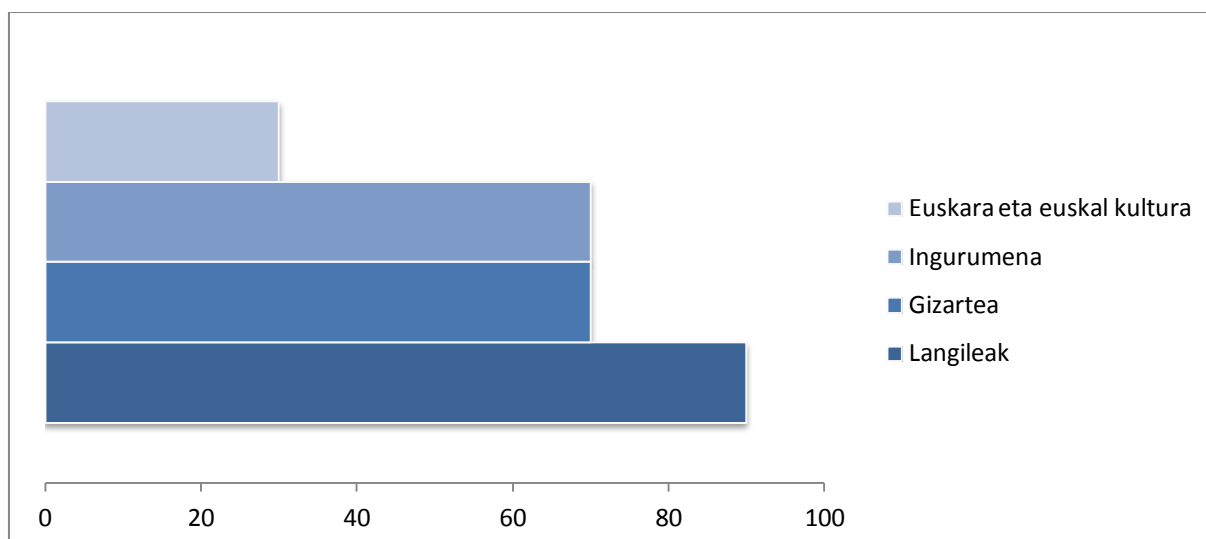
Baina zer da gehien komunikatzen dena? Azterketarako aintzat hartu diren gaien artean, langileei buruzko erreferentziak dira, web orrialde guztiak aintzat hartuta, gehien agertzen direnak (%58); ondoren, gizarteari buruzko aipamenak (%55) eta ingurumenari dagozkionak

(%47) daude. Euskara eta euskal kulturarekiko konpromisoaren berri kooperatiben %24k ematen du. Joera bera ikusten da iraunkortasun memoria eta antzekoetan ere (langileak memorien %90ak aipatzen dituzte eta euskara eta euskal kultura, %30ak), baina gizarteari eta ingurumenari buruzko gaien komunikazioak parekoak dira horietan (memorien %70ak).

8. Web orrialdeetako EGERi buruzko edukiak, ehunekoetan



9. Iraunkortasun memoria edo antzekoetako EGERi buruzko edukiak, ehunekoetan



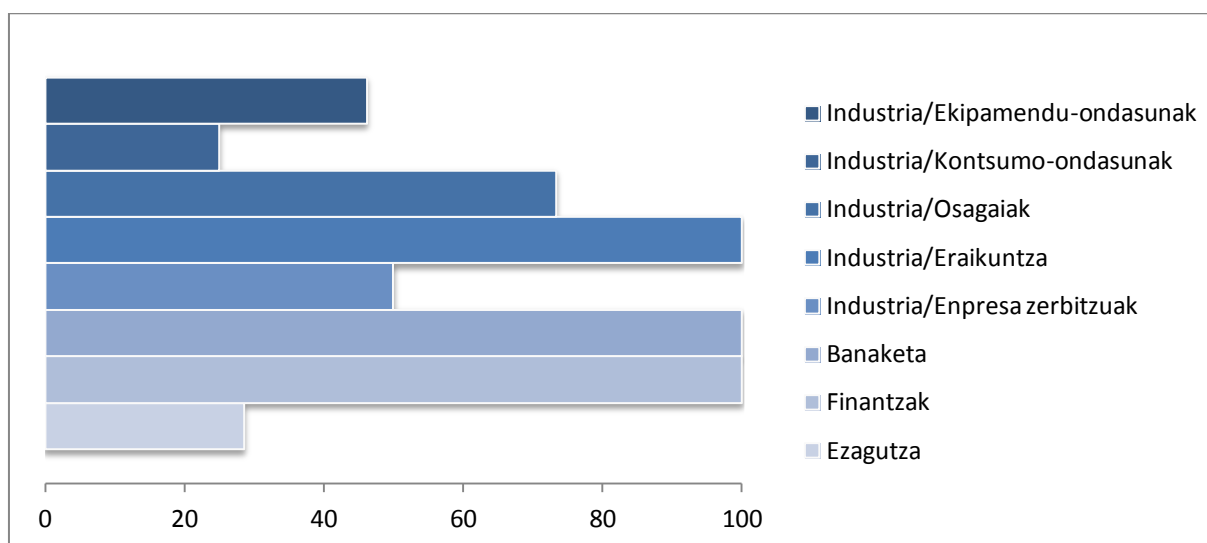
Web orrialdeetara itzulita eta sektorekako banaketari erreparatuz gero, lau gaiak kooperatiben %100ak komunikatzen dituen sektorerik ez dagoela ikusten da. *Industria/Eraikuntza* eta *Banaketa* sektoreetako kooperatiba guztiek ematen dute langileekiko, gizartearekiko eta ingurumenarekiko konpromisoaren berri, baina horien artean ez dago euskarari edo euskal kulturari buruzko aipamenik egiten duenik. *Finantza* sektoreko kooperatiba guztien web orrialdeetan irakur daitezke langileei, gizarteari eta euskarari eta euskal kulturari buruzko erreferentziak; aldiz, ingurumenari buruzkoak, erdietan.

Euskararekiko eta euskal kulturarekiko ardura komunikatzen duten kooperatiba gehien dituen bigarren sektorea *Ezagutzarena* da, kooperatiben %57k aipatzen baitute. Gizarteari buruzko erreferentziek gaitzen dute ehuneko hori (%71); langileei (%29) eta ingurumenari (%14) buruzko erreferentziak berriz, ez dira hain ohikoak.

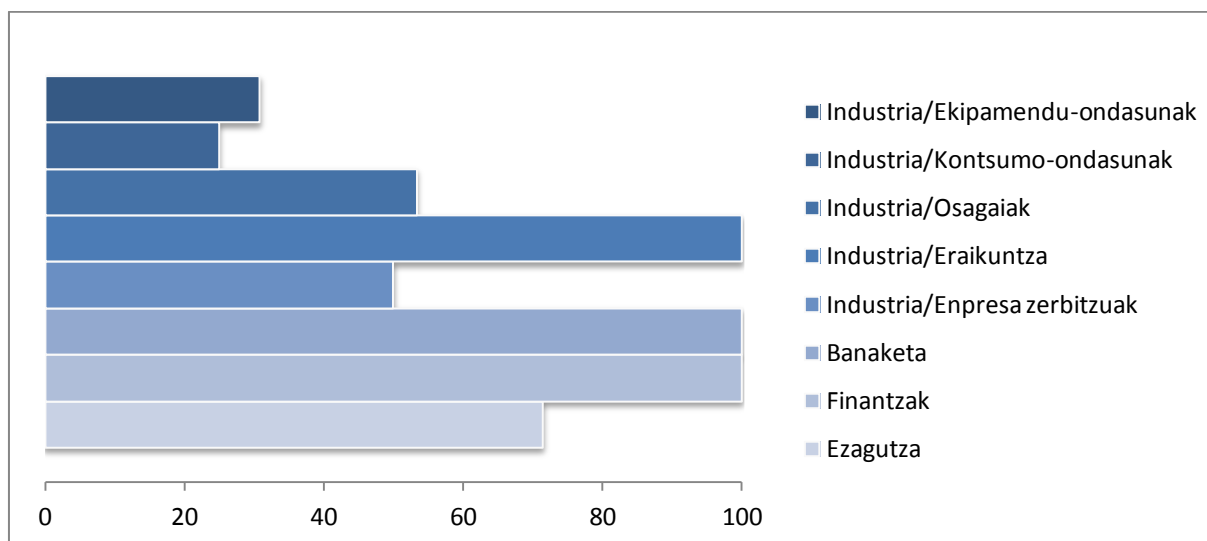
Industriako gainontzeko azpisektoreetan, euskara eta euskal kulturari buruzko komunikazioen ehunekoak baxuagoak dira: %25 *Enpresa-zerbitzuetan*, %20 *Osagaietan* eta %15 *Ekipamendu-ondasunetan*. *Kontsumo-ondasunak* azpisektoreko kooperatiben web orrialdeetan, ez dago euskarari eta euskal kulturari buruzko ezer. Azpisektore horretakoak dira baita ere langileei eta gizarteari buruzko erreferentziak ematen dituzten kooperatiben ehunekorik baxuenak (%25); ingurumena aipatzen duten kooperatibak berriz, ugariagoak dira (%50). Langileekiko konpromisoa komunikatzen duten kooperatiba gehien dituen industria sektorea, *Osagaiak* azpisektorea da (%73) eta ondoren datoz *Enpresa-zerbitzuak* (%50) eta *Ekipamendu-ondasunak* (%46). Beste bi gaietan ere hurrenkera bera errepikatzen da: gizartearekiko ardura erakusten dute *Osagaiak* azpisektoreko kooperatiben %53k, *Enpresa-zerbitzuak* sektorekoen %50ek eta *Ekipamendu-ondasunak* sektorekoen %31k;

ingurumenarekiko ardura erakusten dute *Osagaiak* azpisektoreko kooperatiben %67ak, *Enpresa-zerbitzuak* sektorekoen %25ek eta *Ekipamendu-ondasunak* sektorekoen %23k.

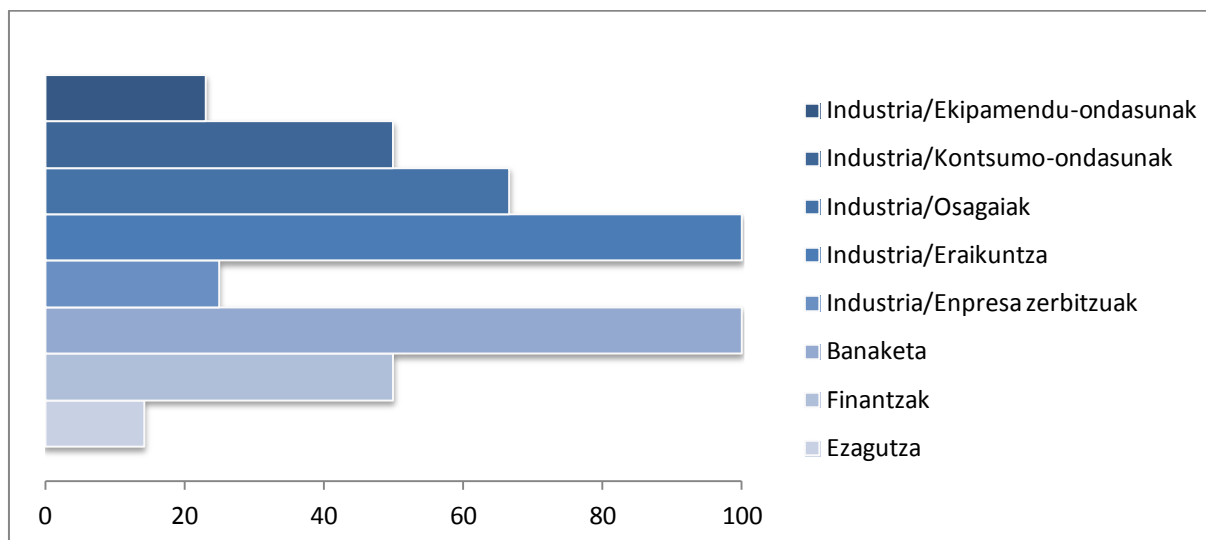
10. Irudia: Langileekiko konpromisoa aipatzen duten web orrialdeen ehunekoa, sektoreka



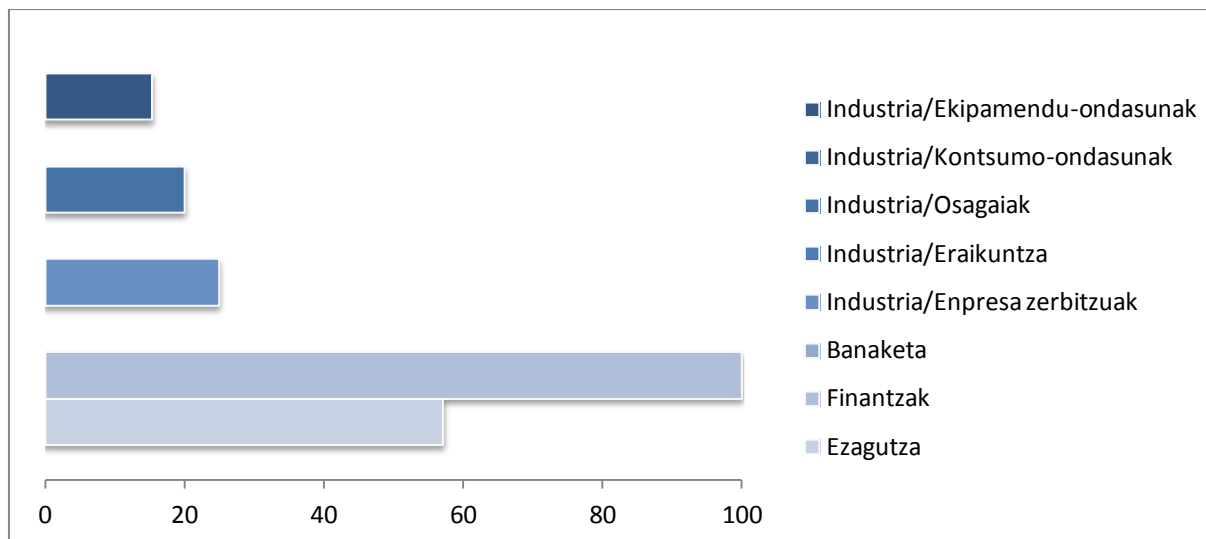
11. Irudia: Gizartearekiko konpromisoa aipatzen duten web orrialdeen ehunekoa, sektoreka



12. Irudia: Ingurumenarekiko konpromisoa aipatzen duten web orrialdeen ehunekoa, sektoreka



13. Irudia: Euskararekiko konpromisoa aipatzen duten web orrialdeen ehunekoa, sektoreka



Bestalde, lau gaiei buruzko informazioa Eroskiren eta Laboral Kutxaren memoriak ematen dute; langileak, gizartea eta ingurumena aipatzen dituzte Fagor Etxetresna Elektrokoak, Orona eta Ulma Architectural Solutions kooperatiben memoriak eta langileak, gizartea eta euskara eta euskal kultura Lagun Aro Aseguruak kooperatibarenak. Langileak eta gizartea aipatzen

ditu Elektra Vitoriaren memoriak eta langileak eta ingurumena Ulma Construction eta Idekok.
LKSren memorian ez dago gai horiei buruzko aipamenik.

Ekarpen mota	Ekarpina (mila eurokotan)			2010eko proiektuen adibideak
	2009	2010	2011	
Azterketa- eta ikerketa-zentroak, oro har. Kooperatibizatu gabeko jarduerak.	313	216	117	Prestakuntza, ikerkuntza eta irakaskuntza.
Gazte ekintzaileentzako laguntza eta enpresa-sustapena.	288	74	46	Gaztempresa Fundazioa.
Euskararen eta euskal kulturaren sustapena.	312	192	100	Helburutzat euskararen sustapena eta normalizazioa dituzten erakundeak eta ekimenak.
Laguntza-erakundeak eta hirugarren mundukoak	450	167	44	Boluntariotza-zentroa, odol-emaileak, Unicef, hirugarren adinekoak.
Kultura-jarduerak, oro har	627	259	224	Sukurtsal-sareak tokian tokiko era guztietako hiritar-elkarteei emandako dirulaguntzak sartzen dira, eskolaren, eskualdearen, parrokien, hirugarren adinekoen, auzo-elkarteen, auzoen... alorretan esangura handia duten kultura-ekimenei zuzendutakoak, alegia.

Iturria: Laboral Kutxaren 2011ko memoria

5. ONDORIOAK ETA EZTABAIDA

Emaitzak ikusita, eta nahiz eta lagina osoa ez izan, Mondragoneko kooperatibek gizarte erantzukizuna komunikatzeko nolabaiteko joera badutela esango nuke. Izan ere, aztertutako lau kooperatibatik hiruk egiten diete aipamenen bat web orrialde korporatiboan langileei, gizarteari, ingurumenari edo euskara eta euskal kulturari. Egia da hala ere, aipamen gehienak kooperatiba izaeraren eta enpresa-balioen azalpenekin batera egiten direla eta web orrialde gutxik eskaintzen diotela gizarte erantzukizunari atal propio eta berezitua. Dena den, enpresaren balioekin batera erakusteak EGE enpresaren politikan integratuta dagoela adierazten du. Ez dirudi ordea, salbuespenak salbuespen, berariaz landutako komunikazio

estrategiarik dagoenik. Horren ondorio izan daiteke beharbada iraunkortasun memoria edo antzeko dokumentu gutxi eskuratu izana.

Web orrialdea euskaraz egoteak hizkuntza eskubideen aldeko jarrera eta euskal gizartearekiko atxikimendua erakustez gain, hizkuntzari balio erantsia aitortzen dio. Kooperatiba gehienek eskaintzen dute aukera hori, batzuk besteek baino eraginkortasun handiagoz. Baina ezin esan daiteke euskara eta euskal kulturarekiko konpromisoa EGE irizpideekin komunikatzeko joera oso hedatua dagoenik. Ez behintzat beste hiru gaiak zenbat web orrialdetan agertzen diren kontuan hartzen badugu.

Finantza eta ezagutza arloko kooperatibek dute euskararekiko erantzukizunaren berri emateko joera nabarmenena, eta pentsa daiteke jarrera hori bat datorrela kooperatiba horien izaerarekin eta bezeroen ezaugarriekin. Hala ere, bezerotzat kontsumitzailea edo erabiltzailea duten gainontzeko kooperatiben web orrialdeetan ez da euskara edo euskal kulturarik aipatzen, nahiz eta oro har, EGE komunikatzeko irizpideak badituztela dirudien. Industria sektoreko beste sei kooperatiben web orrialdeetan aurkituko dugu euskara enpresaren balioetako bat dela aditzera ematen duen aipamenen bat.

Hori hala dela egiaztatzeko azterketa sakonagoa egin beharko litzatekeen arren, ez dirudi sektorearen, kooperatibaren tamainaren eta nazioartekotze mailaren aldagaiek eragin zuzena dutenik euskararekiko erantzukizuna komunikatzeko garaian. Web bidezko komunikazioa bakarrik aztertu dugu eta ondorio fidagarriagoak lortzeko beste komunikazio-euskarriak ere aintzat hartu beharko lirateke beharbada. Baina emaitzak ikusita pentsa dezakegu euskara EGEn komunikazio-estrategietan ez dagoela erabat integratuta eta beraz, kooperatiben

euskara planetarako erronka interesgarria izan daiteke kanpo komunikazioaren eta balio erantsiaren lanketarekin batera.

Horren harira, eztabaidarako bi proposamen hauek garrantzitsuak iruditzen zaizkit: EG Eren kontzeptualizazioari hizkuntzen gaia nola gehitu batetik, eta praktikarako hobekuntzak zein izan daitezkeen identifikatu, bestetik. Zentzu horretan, Mondragoneko esperientziak ekarpen interesgarria egin diezaieke iraunkortasunaren kontzeptuari nahiz hizkuntza gutxituen normalizazioari.

Lehen ere aipatu dugu EG Eri buruzko informazioa eskuratzea erraza dela baina hizkuntzen gaiaren inguruan ezer gutxi dagoela. Orriotara ekarri ditugun parametro, eredu eta gidalerro garrantzitsuenen irizpideetan hizkuntzarekiko erantzukizuna txerta daitekeen arren, gehienetan ez dago modu esplizituan jasota. Aniztasuna enpresa-eredu berriaren balioztat hartzen da, baita hizkuntza-aniztasuna ere, eta hizkuntza gutxituekiko erantzukizuna printzipio horretan oinarritu daiteke.

Dena den, hizkuntzen gaia kokatzeko, iraunkortasunaren kontzeptua erabiltzea egokiagoa dela esango nuke. Izan ere, “iraunkortasunak aniztasunaren eta ekologiaren balio moralak biltzen ditu” (Erize, 2011). Gainera, gizarte erantzukizuna iraunkortasunarekin lotu ohi da eta giza komunitateen iraupen orokorra bermatzea bilatzen duen giza zientzien diziplina da. Lau dimentsio hartzen ditu kontuan: soziokulturala, ekonomikoa, ekologikoa eta taldeen arteko elkarrizketa. “Hizkuntza pertsonen ezaugarria bada, logikoa da hizkuntzen kudeaketa ere iraunkortasunaren printzipioan txertatzea” (Erize, 2011).

Printzipio horren atzean gizataldeen berdintasunaren ideia dago. Erizek hala dio: “Gizatalde bakoitzari osorik garatzeko aukerak ematea da iraunkortasunaren helburu nagusietako bat eta pertsonen eta taldeen erabakimen demokratiko pluralistarekin lotzen da: hizkuntza komunitate batek, adibidez, bere burua garatzeko nahia baldin badu, aukera guztiak eduki behar ditu gizarte batean”.

Era berean, bada beste kontzeptu bat Europako Batzordearen nahiz Parlamentuaren azken agirietan behin eta berriz agertzen dena, giza eskubideena hain zuzen ere. Enpresen erantzukizunean pisu handia izan du orain arte ingurumenaren arloak. Baina giza eskubideen gaiak gero eta protagonismo handiagoa duela dirudi, merkatuaren globalizazioaren eraginez besteak beste. Beraz, eta hizkuntza eskubideak oinarritzko giza eskubideak direla onartzen badugu (Bilbao, P. eta Kasares, P., 2012), hizkuntza gutxituen normalizaziorako plangintzak garatzea enpresen gizarte erantzukizuna da.

Praktikarako hobekuntzak proposatzeko, azterlanaren emaitzak hartuko ditut kontuan. Lehenik eta behin, kooperatibek euskara eta gizarte erantzukizunari buruzko hausnarketa orokorra egitea funtsezkoa iruditzen zait. Abiapuntua hori izanda, kooperatiba bakoitzak bere ezaugarrietara egokitu beharko ditu euskararen erantzukizuna web bidez komunikatzeko irizpideak. Sektorea, bezeroen izaera, bertakoen inplikazio maila, baliabideak eta euskara planaren inplementazio-fasea besteak beste, ezberdinak izango dira eta beraz, hartuko diren neurriak ere bai. Izan ere, helburua ez da euskarari buruzko informazioa erakustea bakarrik, euskararen balioa ahalik eta modu eraginkorrean transmititzea baizik. Betiere, hori egitea kooperatibarentzat nahiz euskal gizartearentzat onuragarri denaren printzipioa ahaztu gabe.

Hona hemen web orrialdeetan aplikatzeko zenbait neurri:

- Euskarazko bertsioak sortu.
- Hizkuntza-aukera nabigatzailearen arabera izatea da euskarazko bertsioa lehenesteko biderik errazena; hala ere, edukietara sartu aurretik hizkuntza aukeratzeak ere ziurtatzen du erabiltzaileak euskara hautatzeko erraztasuna.
- Aldiz, euskarazko bertsiora iristeko klik asko egin behar izateak oztopatu egiten du irisgarritasuna.
- EGERi buruzko informazioa emateko:
 - Enpresaren balioei edo gizarte erantzukizunari atal berezia eskaini, lehen begi-kolpean ikusteko moduan bada, hobe.
 - Informazioa ondo egituratuta eman, azpiataletan sailkatuta.
 - Bideoak edo bestelako baliabideak erabiltzea ere aukera interesgarria izan daiteke; sare sozialek erabiltzaileengana gerturatzea ahalbidetzen dute.
 - Beste web orrialde batzuetara (Korporazioa, gizarte eragileak, erakundeak, albisteak...) loturak egin.
 - EGERi dagokion ziurtagiririk bada, erakutsi.
 - Iraunkortasun memoriarik nahiz antzeko txostenik, edo EGERi buruzko informazioa ematen duen aldizkari korporatiborik egiten bada, web orrialdean ere eskuragarri jarri; euskarazko bertsioak sortu.
- Euskarari buruzko informazioa emateko:
 - Neurrikerik eraginkorra euskarari atal propioa eskaintzea da (ikusi adibidez, Danobat Groupen web orrialdea).

- Kooperatibaren balioen ondoan agertzeak euskara ere balio gisa hartzen dela erakusten du.
- Euskararekiko konpromisoa adierazteaz gain, euskara planari buruzko informazioa (urteko helburuak, egitura, ekimenak etab.) gehitzea lagungarria gerta daiteke gainontzeko enpresak normalizazio-planak inplementatzera erakartzeko.
- Euskararen kudeaketari dagokion ziurtagiririk (Bai Euskarari Ziurtagiria eta Bikain) bada, erakutsi; normalizazio ahaleginaren adierazle direnez, interesgarria izan daiteke horiek eskuratzeko prozesua abian jartzea.
- Iraunkortasun memoriarik nahiz antzeko txostenik, edo EGERi buruzko informazioa ematen duen aldizkari korporatiborik egiten bada, lekua egin euskarari edo euskara planari.

Bestalde, Korporazioa gune egokia izan daiteke taldeko kooperatiben praktika onak jaso eta partekatzeko eta erreferentzialtasunaren inguruko eztabaida bideratzeko.

6. ERREFERENTZIAK ETA KONTSULTARAKO GUNEAK

AccountAbility. (2008). *AA1000 Accountability principles standard 2008*.
<http://www.accountability.org/standards/>

AccountAbility. (2008). *Norma de Aseguramiento de Sostenibilidad AA1000 AS*.
<http://www.accountability.org/standards/>

AccountAbility. (2011). *AA1000 Stakeholder Engagement Standard 2011*.
<http://www.accountability.org/standards/>

Alarcón, A. (2005). *Los mercados lingüísticos. Aportaciones desde la perspectiva de la elección racional*. <http://www.raco.cat/index.php/raco>

Arexolaleiba, J. L. (2003). *Lan munduan euskararen erabilera areagotzeko planak*.
<http://www.erabili.com/>

Argandoña, A. (2008). La responsabilidad social de las empresas pequeñas y medianas.
Revista de Antiguos Alumnos del IEEM. <http://socrates.ieem.edu.uy/revista/>

Artez, Elhuyar, Emun. (2003). *Euskara planak eta lan mundua: abiatu den tren*.
<http://www.erabili.com/>

Balderas, A.; Ruiz, M.; Tamayo, U. eta Vicente, A. (2004). *Compatibilidad entre responsabilidad social corporativa y competitividad: estado de la cuestión en el ámbito internacional*. Enpresari aplikaturiko ekonomi institutua, EHU. <http://www.xertatu.net>

Behatoki S.L. Estudios sociológicos y de Mercado. (2007). *Actualización del grado de conocimiento de las situación de la reponsabilidad social empresarial (RSE) entre las PYMEs de Bizkaia, 2006 – Programa Xertatu*. <http://www.xertatu.net>

Bilbao, P. eta Kasares, P. (2012). *Hizkuntza Eskubideen eta lege estatusaren egoera Euskal Herrian*, HIZNET Hizkuntza Plangintza Ikastaroa (2012-2013 ikasturtea).

Common Sense Advisory. (2011). Estrategias de comunicación multilingüe y desarrollo empresarial en entornos globalizados jardunaldiko materiala (Bilbo, 2011ko otsailak 22).

E.B. Europako Batzordea. (2001). *Libro Verde. Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*. COM (2001) 366 final. Bruselas, 18.7.2001. <http://ec.europa.eu>

E.B. Europako Batzordea. (2002). *Comunicación de la Comisión relativa a la responsabilidad social de las empresas: una contribución empresarial al desarrollo sostenible*. COM (2002) 347 final. Bruselas, 2.7.2002. <http://ec.europa.eu>

E.B. Europako Batzordea. (2004). *European Multi Stakeholder Forum on Corporate Social Responsibility. Result s- June 2004. Final Forum Report*. <http://ec.europa.eu>

E.B. Europako Batzordea. (2004). *Report of de round table on “Fostering CSR among SMES”* <http://ec.europa.eu>

E.B. Europako Batzordea. (2011). *Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of*

the Regions. A renewed EU strategy 2011-14 for Corporate Social Responsibility. COM (2011) 681 final. Brussels, 25.10.2011. <http://ec.europa.eu>

Erize, X. (2011). Hizkuntza ekologiatik iraunkortasunera: indarguneak, ahulguneak eta proposamenak. *BAT Soziolinguistika aldizkaria*, 81, 67-86. or.

Europako Parlamentua. (EP, 2013). *Report on corporate social responsibility: accountable, transparent and responsible business behaviour and sustainable growth (2012/2098(INI))*. <http://www.europarl.europa.eu>

Fernandez, I. (2012). Hizkuntza gutxituen eraginkortasuna pertsuasio prozesuetan. Euskararen kasua EAEn. *Bat Soziolinguistika aldizkaria*. V. Hausnartu *Euskal Soziolinguistika sariak* (85 zenb.)

Forética. (2008). *SGE 21:2008. Sistema de gestión ética y socialmente responsable*. <http://sge21.foretica.org/>

Forética. (2012). *Listado de empresas certificadas*. <http://sge21.foretica.org/>

Fundación Ecología y Desarrollo. (2003). *Anuario sobre responsabilidad social corporativa en España* <http://www.ecodes.org/>

Fundación Ecología y Desarrollo. (2004). *Responsabilidad social corporativa y políticas públicas*. <http://www.ecodes.org/>

Greenpeace. (2009). *2010: Los nuevos conquistadores. Multinacionales españolas en América Latina. Impactos económicos, sociales y medioambientales.*
<http://www.greenpeace.es>

GRI. (2011). *Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad*
<https://www.globalreporting.org/Pages/default.aspx>

Harmoni, A. (2012). *Official website as a Means of Stakeholder Dialogue on Corporate Social Responsibility.* <http://www.eecon.info/>

Hizkuntza Eskubideen Behatokia. (2011). *Urteko txostena 2011. Hizkuntza-eskubideen egoera Euskal Herrian.* <http://www.behatokia.org/>

Hizkuntza Politikarako Sailburuordetza, Eusko Jaurlaritza. (2012). *V. Inkesta Soziolinguistikoa. Euskal Autonomia Erkidegoa, Nafarroa eta Iparraldea.*
<http://www.euskara.euskadi.net/r59-734/eu/>

<http://lanabesa.net/index.php/enpresak/1792-innobasque-ete-etan-ege-ak-ezartzea-sustatzen-du.html>

http://money.cnn.com/magazines/fortune/global500/2009/full_list/

<http://www.csreurope.org/>

http://www.euskara.euskadi.net/r5914414/eu/contenidos/informacion/elebide_nortzuk/eu_elebi_no/elebi_no.html

<http://www.mondragon-corporation.com/language/eu-ES/EUS/Nor-Gara/Sarrera.aspx>

Illia, L.; Gonzalez del Valle, A.; Rodriguez, B.; Romenti, S.; Sanchez, J.E.; Toledo, A.; Velásques, M. eta Zyglidopoulos S.C. (2010). *CSR Communication. Exploring European cross-national differences and tendencies*. <http://www.ie.edu/>

IQNet. (2011). *Sistemas de gestión de la responsabilidad social. Requisitos*. <http://www.iqnet-certification.com/?page=prod&IDmacro=home>

ISO. (2010). *Descubriendo ISO 26000*. <http://www.iso.org/iso/home.html>

ISO. (2011). *Database iso 14001 iso survey*. <http://www.iso.org/iso/home.html>

ISO. (2011). *Database iso 9001 iso survey*. <http://www.iso.org/iso/home.html>

Mark-Herbert C. eta von Schantz, C. (2007). *Communicating Corporate Social Responsibility – Brand Management*. *EJBO, Electronic Journal of Business Ethics and Organization Studies*, (vol. 12, No. 2, 2007). <http://ejbo.jyu.fi/>

Marko J. I. (2004). *Euskara bultzatzeko erantzukizuna eta enpresak*. www.erabili.com

Marko, J.I. (2009). *Hizkuntza-eraldaketa organizazioetan: Esperientzia eta modelizazioa. Dinamizazio soziolinguistikoa Gizarte Pedagogiaren baitan* (Doktorego tesia, Euskal Herriko Unibertsitatea).

Mondragon Korporazioa. (2012). *ESK-ko konpromisoen dekalogo*, Mondragon. <http://www.mondragon-corporation.com/>

Mondragon Korporazioa. (2012). *Gestio Eredu Korporatiboa*. <http://www.mondragon-corporation.com/>

Morsing, M. eta Schultz, M. (2006). Corporate social responsibility communication: stakeholder information, response and involvement strategies. *Business Ethics: A European Review*, Volume 15, Number. <http://onlinelibrary.wiley.com/>

SAI. (2004). *Guidance document for social accountability 8000*. <http://www.sa-intl.org/>

SAI. (2008). *Social Accountability 8000*. <http://www.sa-intl.org/>

SAI. (2012). *Q3 SA8000 Certs List, Public List*. <http://www.sa-intl.org/>

Sarasua, J. (2003). *Kooperatibagintza eta euskara, elkarren garabide*. <http://www.erabili.com/>

Toña Güenaga, A. (2001-2012 ikasturtea). *Ética y Responsabilidad Social de la Empresa*, Giza Baliabideetako Unibertsitate Masterra, Deustoko Unibertsitatea.

Ventosa, M. (2012). *Gestión de la diversidad cultural en las empresas*. <http://www.fundaciondiversidad.org/>

Xertatu, Bizkaiko enpresen gizarte erantzukizuna. (2004). *Enpresaren giza erantzukizuna eta lehiakortasuna*. <http://www.xertatu.net>