

Enpresaren gizarte erantzukizuna (EGE-a): gizarte kontsumista batek mugaturiko kontzeptua eta kontzientzia ezaren kalteak

Gradu Amaierako Lana

Alaitz Miera Lertxundi

ENPRESAREN ADMINISTRAZIO ETA ZUZENDARITZA GRADUA (DONOSTIA)

2018 - 2019 ikasturtea

Tutorea:

Erlantz Allur Aranburu

1. Sarrera	4
2. Enpresaren gizarte-erantzukizuna	6
2.1 Gizarte-erantzukizunaren ikuspegiak	22
2.1.1 Ikuspegi konbentzionala edo klasikoa	22
2.1.2 Ikuspegi liberal edo murrizgarria	22
2.1.3 Ikuspegi erreaktiboa	24
2.1.4 <i>Stakeholders</i> -en ikuspegia	25
2.1.5 Teoria positibista.....	27
2.1.6 Teoria instituzionalista	27
2.2 Enpresaren gizarte-erantzukizunaren nire ikuspegia eta gogoeta	28
3. ISO arauak	32
3.1 ISO 14001.....	34
3.2 SA8000	35
4. Enpresaren gizarte-erantzukizuna gaur egun, alderdi praktikoa	38
4.1 Primarken kasua	39
4.2 Kontsumitzaileen jokabide eta ondorioak.....	44
4.2.1 Galdetegi bidezko ikerketa, metodologia.....	45
4.3 Komertzio txikiaren ikuspegi eta egoera	73
4.3.1 Ikerketa metodologia.....	73
4.3.2 Denda txikiei eginiko elkarrizketak eta ondorioak	74
5. Ondorioak.....	79
6. Bibliografia	84
7. Eranskina.....	86
7.1 1. eranskina: inkesta.....	86
7.2 2. eranskina: denda txikiei egindako elkarrizketak.....	88

1. SARRERA

Ondorengo lan honetan, enpresaren gizarte-erantzukizuna (EGE-a ¹) modu teoriko batean landuko dut lehenik eta behin. EGE-a gaur egun oraindik ere ez da kontzeptu zehatz bat eta horren atzean hainbat autore eta teoria garrantzitsu daude. Hori dela eta, lana hobeto ulertua izan dadin, atal teorikoan definizio batzuk aztertu eta azalduko ditut. Autore horien artean ditugu esate baterako Milton Friedman edota Freeman bera. ²

Lanaren bigarren zatia aldiz, atal praktikoan oinarrituko da. Hau da, lehenengo atalean modu teorikoan aztertu dudan kontzeptu hori errealitatean zein egoeratan dagoen aztertzea izango dut helburu. Azterketa hau gainera, bi ikuspegi ezberdinetatik burutuko dut; lehenik eta behin, enpresaren gizarte-erantzukizuna kontsumitzaileen ikuspegitik aztertuko dut; bezeroek kontsumitzerako orduan zein faktoreri ematen dieten garrantzia, EGE-aren inguruan zenbaterainoko informazioa duten, zein iritzi duten kutsadura eta lan-baldintza kaxkarren inguruan eta beste hainbat aspektu. Aspektu horiek aztertu ondoren, kontsumitzaile horiek bestelako soluziorik ikusten ote duten landuko dut. Eta ikuspegi honekin amaitzeko, egoera hau aldatu ote daitekeen aztertuko dut lortu ditudan datuetan oinarrituz.

Ondoren, enpresen ikuspegiari oinarrituko naiz, baina kasu honetan enpresa txikietan, hau da, komertzio txikian. Azken hauen egoera geroz eta zailagoa dela entzuten denez, errealitatea aztertu nahi izan dut. Modu horretan, egoera horrela egoteko arrazoiak zein diren eta arazo horiek aldatzeko modurik dagoen aztertuko dut. Bide batez, komertzio txikiaren benetako egoera zein den eta nola dagoen ezagutarazi nahi dut. Horretarako, autonomiei ahotza emango diet eta lanaren ostean denda hauek indartzea izango da helburua. Horretarako, bi elkarrizketa burutuko ditut nire herriko denda txikietan, hau da, Orion.

¹ EGE laburdurak enpresaren gizarte-erantzukizunari egiten dio erreferentzia.

² Milton Friedman autorearen lan esanguratsu batzuk; *Capitalismo y libertad* (1962), *Una historia monetaria de Estados Unidos* (1963), *Un marco teórico para el análisis monetarista* (1971) eta *Libertad de elección* (1980).

Freeman autorearen lan ezagun batzuk; *Strategic Management: A Stakeholder Approach* (1984) eta *Managing for Stakeholders*.

Beraz, azkenik, ondorio gisa egoera edota errealitatea zein den ikusi eta egindako azterketa lanetik eratorritako soluzio ezberdinak planteatu nahi ditut. Modu honetan, lan honen bidez, hau irakurtzen duen pertsona orok gaiaren inguruan gogoeta bat burutzea bilatu nahi dut. Gerora, gogoeta horren bidez, hainbat jokabide aldatu daitezten eta errealitatean emaitzak azalerratu daitezten.

2. ENPRESAREN GIZARTE-ERANTZUKIZUNA

Gaur egun, enpresaren gizarte-erantzukizunaren kontzeptua asko entzuten den kontzeptua da. Izan ere, erakundeei erantzukizuna eskatzen baitzaie hainbat alor ezberdinetan eta modu etiko batean jokatzeari. Hau nagusiki gizarteak bultzatzen duen jokabideetako bat da eta antolaketek eskaera hauei erantzuten diete.

Baina oraindik ere kontzeptu honen definizioa oso irekia da, hau da, ez da zerbait zehatza. RAE (Revista Asturiana de Economía) aldizkarian Monevak idatzitako artikuluan adierazten den moduan; “Enpresaren gizarte-erantzukizunaren (EGE-aren) kontzeptua korporazioen inguruko gaien inguruan hitz egitean, zerbait arrunta izaten hasten da hau interpretazio anitz eta oso desberdinak dituen arren. Honek, eztabaida ugari sortu ditu maila instituzional batean, Espainiako Azpi-komisio parlamentarioa eta Adituen Foru nahiz Lan eta Gai Sozialen Ministerioko Lan-Taldea sortzerako orduan islatu da hau”. (Moneva, 2005)

Autore honek adierazten duen moduan, enpresaren gizarte-erantzukizuna geroz eta maiztasun gehiagorekin erabiltzen da, geroz eta enpresa gehiagok barneratzen baitute hau euren antolaketetan. Hala ere, interpretazio ezberdinak sortu dituela adierazten da bertan eta hainbat eztabaida sortu dituela gai honek.

Enpresaren gizarte-erantzukizuna edota EGE-aren kontzeptua XXI. mendean entzunago den arren, aurreko mendean sortu zen kontzeptua da; “Enpresaren gizarte-erantzukizunaren inguruan 20. hamarkadan hitz egiten hasi zen arren, kontzeptua indarra hartzen 1950. urte inguruan hasi zen, zehatzago esanda 1953 urtean Howard Bowen ekonomialariaren eskutik, azken honek argitaratu zuen “Social Responsibilities of the Businessmen” lanari esker. Lan horretan defendatzen zuen enpresen erantzukizuna ez zela soilik ondasun eta zerbitzuak ekoiztea, baizik eta hauek sozietateari hauei esker jaso dituzten onura guztiak itzuli behar dizkietela”. (Díaz Heredia, 2013)

Beraz, esan daiteke Bowen izan zela nagusiki kontzeptu honi indarra ematen hasi zen ekonomialaria. Gainera, ondoren aipatuko den tesian adierazten denez, bera izan zen EGE-aren aspektu modernoena ezartzen, kasu honetan ere, bere liburuari garrantzia ematen zaio. “Hortaz, azterlari ezberdinen arabera, posible da baieztatzea nagusiki

kointzidentzia ugari dauden garaian, hau da, 50. hamarkadan, erantzukizun-sozialaren kontzeptu modernoaren etaparen oinarri gisa finkatu daitekeela. Hau da, Howard Bowen autorearen “Social Responsibilities of the Businessman” lanean ageri diren planteamenduen ondoren, 1953. urtetik aurrera zehazki (Carroll; Spencer eta Butler, 1979)”. (Rivadeneira, 2015)

Hortaz, guztiz zehatza ez den arren, aurreko bi zitazioen arabera eta hainbat ikerkuntzen arabera erantzukizun-sozialaren indartzaile nagusia Howard Bowen bera da.

Gainera, lan horretan aipatzen den moduan, gainontzeko ekonomialariek ere Bowen hartu izan dute EGE-aren erreferente gisa; “Gizarte-erantzukizunaren literatura arloan Howard Bowen autorearen aldekoek, hau Carroll-ek (1999) ”enpresaren gizarte-erantzukizunaren aitatzat” hartzea edota definitzea ekarri zuen”.

Mexikoko “Administración Contemporánea. Revista de Investigación” aldizkarian 2016. urtean argitaratu zen artikulua batean ere ondorengo aipatzen da; “Carroll (1999), Garriga eta Melé (2004) eta beste hainbat autorek Enpresaren gizarte-erantzukizunaren espresioaren hasiera, literatura modernoaren garaiarekin lotzen dute, hau da, Howard R. Bowen-en “Social Responsibilities of the Businessman” lanaren argitalpenaren garaian, zehazki 1953 urtean. Lan hau izango litzateke kontzeptuaren jaiotza gisa ezagutzen den garaia, hortik aurrera, Carrollek kontzeptu honen inguruko “aita” titulua berresten dio, bere ustetan Bowen izan zelako enpresaren gizarte-erantzukizun kontzeptuaren benetako esanahiaren sortzailea”. (Botello Valle eta Vázquez Gracia, 2016)

Beraz, datozen puntuetan hainbat autorek garrantzi handia ematen dien Howard Bowen nor den aztertuko dugu.

Aurrez aipatu den bezala, Howard Bowen ekonomialari garrantzitsua zen eta irakasle gisa karrera luzea izan zuen bere bizitzan. Hasteko, administrazioa ikasi zuen (Hutcheson, n.d.) eta gerora 1939. urtean ekonomiako doktoretza titulua atera zuen. Gainera, Spokane-en (Washington) jaio zen ekonomialari hau, eta heziketa altuko hainbat unibertsitatetan irakasle izatera iritsi zen. Eta heziketa honen inguruan hiru lan garrantzitsu argitaratu zituen beste batzuen artean; “Investment in Learning, The Cost

of Higher Education eta American Professors: A National Resource Imperilled (Jack Schuster-en kolaborazioarekin)”).

Ikasketa eta irakaskuntza arloaz gain, aurrez esan den bezala, Bowen enpresaren gizarte-erantzukizunaren aita gisa hartzen da. Comunidad Responsabilidad Social Empresarial y Sustentabilidad (Comunidad RSE, 2015) komunitateko webgunean Bowenen inguruko artikulu bat argitaratu zen 2015. urtean eta honen izenburua “Howard Bowen, EGE-aren aita” da. Artikulu honek ere bereziki garrantzia ematen dio idatzi zuen lanari, baina kasu honetan beste modu batera espresatzen du hau; “1953. urtean, Bowen-ek “Social Responsibilities of the Businessman” liburua argitaratu zuen, Biblia antzeko liburu bat enpresaren gizarte-erantzukizunaren inguruan”. Bertan ikusten da lan horri ematen dieten garrantzi handia eta badirudi gainontzeko autoreak ere lan horretan oinarritu direla gai honen inguruan jarduterako orduan.

Bestalde, azpimarratzen duena da, ekonomialari hau izan zela lehena erakunde eta gizartearen arteko harremana aztertzen. Argitaratu zuen lan garrantzitsu horretan, honela definitzen zuen berak enpresaren gizarte-erantzukizuna; “enpresarien obligazioak politika korporatiboak bultzatzeko, erabakiak hartzeko edo desiragarria den ekintza ildoak jarraitzeko, hainbat helbururen eta sozietatearen baloreen ingurukoak dira. Eta uste zuen gizarte-erantzukizuna borondatezko enpresen ideia bat zela, modu honetan arazo ekonomikoei aurre egiteko eta euren organizazioen helburuetara heltzeko”.

Lanean jarraian irakurri daitekeen ondoko definizio hau ere zehazten da ; “enpresaren obligazio guztiak emaitzak lortzeko, onuragarriak izatea helburu eta sozietatearen baloreekiko, zuzendariak ezartzen dituzten erantzukizunez haratago”. (Bowen, 1953) Hau da, azken finean, antolaketek gizarte honengandik onura ugari lortzen dituela dio, eta hori dela medio, erakundeek gizarteari onura horien truke beste hainbat itzuli behar dizkietela esaten du. Izan ere, enpresek, gizarteak dituen hainbat baliabide erabiltzen baitituzte. Eta gainera, (Bowen, 1953) erakundeek euren gain hartzen dituzten arrisku horien ondorioek gizartean izaten dituzten eraginak ere kontutan hartu behar dituztela dio berak, beraien erabaki askoek ondorio zuzena izaten baitute gizartearekiko.

Aurrez esan bezala, Bowen enpresaren gizarte-erantzukizunaren autore nagusizat hartzen duen autoreetako bat Carroll da. Azken hau aztertuz gero, ikus daiteke arlo honen inguruan planteatu zuen piramidea oso ezaguna dela. Hurrengo irudi honetan ikus daiteke hau.

1 irudia: Carroll-en EGE-aren piramidea



Iturria: Agudelo Orejuela, B. A., Gómez Higueta, J. A., & Valencia Patiño, S. (2017)-en oinarrituta, egileak moldaturikoa (2018).

Piramide honek beraz, lau maila ditu ezkerrean ikus daitekeen moduan. Carroll-ek ondokoa dio piramidearen inguruan “*Business Horizons*” deituriko aldizkarian argitaratu zen artikuluan (Carroll, 1991); “Artikulu honek enpresaren gizarte-erantzukizunaren natura aztertuko du, bere zati osagarriak ulertzeko helburuarekin. Asmoa EGE-aren karakterizazioa izango da, modu honetan erabilgarria izan dadin hau euren akzionistekin dituzten betebeharrak beste lehiakide taldeek eskatzen duten

legitimazioa bete nahi duten exekutiboentzat. Eztabaida hau, erantzukizun-sozial korporatiboaren piramide batean adieraziko da”.

Hau da, Carrollek piramide honetan enpresaren gizarte-erantzukizunak izan behar dituen osagaiak azaltzea du helburu eta baita kontzeptu honen naturaltasuna zein den zehaztea ere. Modu horretan lortu nahi dena da EGE-a enpresan barneratzea helburu duten exekutiboek kontzeptua errazago ulertzea eta hau errazago erabiltzea osagai ezberdinak ezagutuz. Nagusiki, enpresa hauei modu legitimo batean jokatzeko eskatzen dieten interes-talde ezberdinen eraginez barneratu ohi da enpresaren gizarte-

erantzukizuna antolaketan, esate baterako, akzionistek eskaturik. Hori dela eta, piramidean ikus genitzakeen lau lerroak izango dira EGE-a osatzen duten osagaiak.

Aztertu ditzagun osagai bakoitzaren barruan sailkatzen dituen azpi-osagai horiek artikuluan oinarrituz (Carroll, 1991):

1. Osagai ekonomikoak (erantzukizunak):

- a. Garrantzitsua da koherentziaz jardutea irabaziak maximizatzerako orduan.
- b. Garrantzitsua da konpromezua izatea une oro ahalik eta errentagarriena izatearekin.
- c. Garrantzitsua da lehia posizio indartsu bat izatea eta hura mantentzea.
- d. Garrantzitsua da efizientzia operatibo altua mantentzea.
- e. Garrantzitsua da arrakasta irmo bat definitzean hau koherentziaz egitea errentagarria izan dadin.

2. Osagai legitimoak (erantzukizunak):

- a. Garrantzitsua da jokabideak gobernuaren eta legeen itxaropenekin koherentzia izatea.
- b. Garrantzitsua da erregulazio federalak, estatukoak nahiz tokikoak betetzea.
- c. Garrantzitsua da legeak errespetatzen dituen herritar korporatibo bat izatea.
- d. Garrantzitsua da arrakasta finko gisa definitzen den zerbaitek legeak adierazitako bere obligazio guztiak betetzea.
- e. Garrantzitsua da eskaintzen diren ondasun eta zerbitzuek gutxieneko baldintza legalak betetzea.

3. Osagai etikoak (erantzukizunak):

- a. Garrantzitsua da modu koherente batean jokatzeko itxarondako gizarte-ohiturekiko eta baita arau etikoekiko ere.
- b. Garrantzitsua da sozietatearen etika berria nahiz arau moralen eboluziora egokitzea eta hauek aitortzea nahiz errespetatzea.
- c. Garrantzitsua da arriskuan egoteko arau etikoak saihestea helburu korporatiboak lortzeko.

- d. Garrantzitsua da enpresa hiritar on bat definitua izan dadin bere jarduerak itxarondako jokabide moral nahiz etikoetan oinarritzen delako.
- e. Garrantzitsua da aitortzea eta ulertzea integritate korporatiboa eta jokabide etikoa, arau eta erregulazioak betetzeaz haratago dagoen zerbait dela.

4. Osagai filantropikoak (erantzukizunak):

- a. Garrantzitsua da modu koherente batean jardutea filantropiarekin eta sozietateak itxarondako karitatez.
- b. Garrantzitsua da isunen laguntza eta arte eszenikoak.
- c. Garrantzitsua da gerente nahiz langileek aktibitate boluntario eta karitatekoetan parte hartzea beraien komunitateetan.
- d. Garrantzitsua da edukazio pribatu eta publikoetako instituzioei asistentzia eskaintzea.
- e. Garrantzitsua da borondatez laguntzea hainbat proiektuetan, non hauek komunitatearen bizi-kalitatea hobetzen duten.

Beraz, horiek dira autore honen aburuz enpresaren gizarte-erantzukizunaren osagaiak, eta bere ustetan EGE-a zerbait erreala bihurtu dadin, kudeatzaileek nagusiki moralak izan behar dute eta jokabide zuzenekin jardun alegia, eta ez jokabide amoral edota immoral bidez. Modu horretan soilik izango baita posible EGE-a errealizatzea.

Baina aurrez esan bezala, enpresaren gizarte-erantzukizuna kontzeptu zaharra den arren, definizio anitz ditu. Eta ez hori bakarrik, pertsona bakoitzaren pentsamoldearen arabera aldatu daiteke, hau da, guztientzat ez ditu osagai berdinak EGE-ak. Gainera, ikuspuntu ezberdina eman ahal zaio kontzeptuari, eta horren arabera hau aldatuko da. Hori argi ikus daiteke hemen beheko 1.taulan.

1. Taula: EGE-aren teoriak enfokearen arabera

PERSPEKTIBA TEORIKO ERABILIAK EGE-AREN IKERKETAN ETA TEORIEN BISIO EZBERDINAK EUREN ARRAZIONALIDADE ETA ENPRESAREN SOZINETATEAREN INGURUKO KONTZEPZIOAREN ARABERA

Arrazoinamendu nagusia	Irabazien maximizazio hutsa	Irabazien maximizazio mugatua	Arreta soziala	Komunitateko zerbitzua
Legala	Jabetzaren teoria EGE-a akziodunek aplikatzea aukeratu dezaketean aukera bat da, izan ere, euren jabetza eskubidea banatu dezakete eta horiekin jarraitu ondoen iruditzen zaien moduan.			
Ekonomikoa	Agentziaren teoria EGE-a akzionisten doktrina iraultzailea eta ongizatearen aurkako saiakera da.	Firmaren teoria EGE-a balore soziala sortzeko posibilitatea da, enpresaren aktibitate filantropiko soilen inplantazio bitartez.		
Ekonomiko-estrategikoa		Erantzukizun sozial korporatiboa Teoria instituzionala Interes-taldearen teoria Herritartasun korporatiboa EGE-a guztiaren gaintik, enpresaren erantzun estrategikoa da, non lehiarako abantaila sortzeko gai den.		
Psikologikoa			Zerbitzariaren teoria EGE-a kudeatzaileei aurkezten zaien aukera ongia egiteko.	
Soziologikoa			Gizarte kontratuaren teoria integratzailea Herritartasun korporatiboa EGE-a enpresari egiteko moralak betearazteko instrumentu gisa, sozietate bateko kide moduan betiere misioaren naturaltasun estrategikoa baztertu gabe.	
Etikoa				Enpresari aplikaturiko etika Ongizate komuna Garapen iraunkorraren teoria EGE-a inperatibo moral bat da eta honek enpresak derrigortzen ditu ondasun unibertsalekin kolaboratzera.

Iturria: Elaborazio propioa bertan oinarrituz; Alvarado, Bigné eta Currás (2011) eta (Martínez García de Leaniz, Pérez Ruiz eta Rodríguez del Bosque, 2012).

Enpresaren gizarte-erantzukizuna kontzeptu anitza da, definizio ugari baititu. Orain arte aipatuak diren definizio eta ideia ezberdinak garrantzi handia duten arren, oraindik ere azaldu ez diren beste ideia mordoa daude gaiaren inguruan. Adibidez, ondorengo autore hauek hainbat definizio bildu eta analisi bat egin ostean, ondorengo definizio hertsiago hau lortu zuten; “literatura akademikora erantsi diren definizio berrien analisi globalari esker, garapen iraunkorra definitzea ahalbidetu da gizakiaren garapen prozesua lortzeko modu global, erlazionatu, konparagarri, seguru eta zuhur gisa.” (Gladwin eta Kennelly, 1995)

Definizio horren arabera, EGE-a zerbait globala da, guztiontzat. Modu global batean gizartearen garapena lortu ahal izateko bide bat, guztion artean harremana izanaz eta hau beti ere modu seguru eta zuhur batean. Hori izan zen Gladwin eta Kennelly autoreek burutu zuten analisiaren nolabaiteko laburpen bat, zehazki 1995.urtean. Kontzeptu ireki gisa ezarri zuten eta ez erakundeetan soilik zentratu, gizarteri osoan baizik.

Bestalde, badaude beste hainbat autore kontzeptual batzuk. Hauek, enpresaren gizarte-erantzukizuna beste dimentsio batzuetatik identifikatzen dute. Horien artean daude Linnanen eta Panapanaan (2002) eta Panwar, Rinne, Hansen eta Juslin (2006). (Martínez García de Leaniz, Pérez Ruiz eta Rodríguez del Bosque, 2012) “autore hauek enpresaren gizarte-erantzukizuna kontzeptualizatzen dute, garapen iraunkorren oinarrituz, enpresaren erantzukizuna dimentsio anitzeko eraikuntza gisa azalduz alegia; ingurumen dimentsioa, dimentsio sozial eta dimentsio ekonomikoaz barneratuz zehazki.”

Hau hobeto ulertua izan dadin, artikuluan adierazten den moduan, “La Organización Mundial del Turismo (2004)” antolaketak osagai bakoitza sakonago definitzen du.

- Ingurumenaren dimentsioa: ingurugiroko baliabideen erabilera optimoan oinarritzen da hau (kasu honetan artikulua turismoan oinarritzen denez, beraien aburuz sektore honen garapenerako ezinbesteko elementuak dira). Baita ere, beharrezko prozesu ekologikoak babestean, baliabide naturalak kontserbatzen laguntzean eta dibertsitate biologikoan oinarritzean datza.

- Dimentsio soziala: kasu honetan hainbat faktorekiko errespetuaz hitz egiten du. Adibidez, komunitate ezberdinetako errealitate sozio-kulturarekiko, kultura mantentzearekiko, tradizioei edota inter kulturalizazioa besteak beste.
- Dimentsio ekonomikoa: honen kasuan epe luze baterako aktibitate ekonomiko bat bermatzean datza. Eta horren bitartez, agente guztiei irabaziak ematea modu egoki batean banatuz. Kontzeptu hau “Triple Bottom Line” enfokearekin erabat loturik dagoela adierazten da (Elkingtong, 1998).

Beraz, ikus daitekeen bezala, ikuspegi hau beste hainbat faktore ezberdinetan oinarritzen da. Edota, batzuetan osagaiak berdinak dira, baina hauek behatzerako eta definitzerako orduan gauza asko aldatu daitezke, norberaren pertzepzioaren arabera.

Artikuluari jarraiki, beste perspektiba bat azaltzen da, non bertan interes-taldeen garrantzia azpimarratzen den. Alegia, erakundeen jabeez gain, inbertsore eta akzionistak ere kontuan hartzen diren (Schmidhein, Chase eta De Simone, 1997). Modu honetan, ingurugiroa errespetatzeaz, printzipio sozial eta kulturalez gain, antolaketek kontutan izan behar dute inguruko “publikoa” (Freeman, 2000; Wheeler, Colbert eta Free- ANÁLISIS DE LA PRÁCTICA CORPORATIVA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN ... 151 Cuadernos de Turismo, 30, (2012), 145-164 man, 2003).

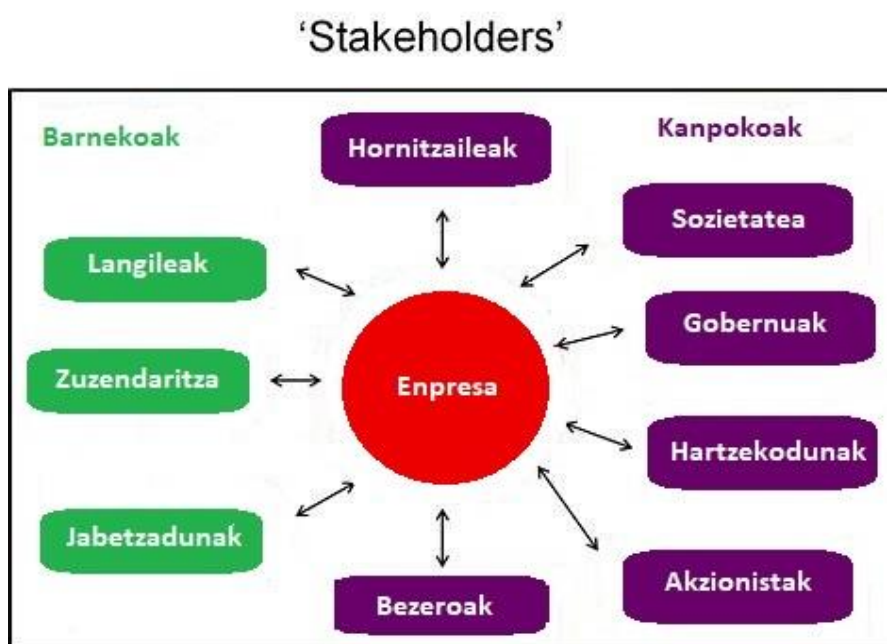
Interes-taldeen edota *Stakeholders* ikuspegia, enpresaren gizarte-erantzukizunetan indar handien duten teorien artean dugu. Honen arabera “baieztatzen da enpresetako exekutiboek ez dituztela soilik akziodunak asetu behar, baizik eta kolektibo ugari, non hauek enpresaren emaitzetan eragin dezaketen edota alderantziz, emaitzek euren eragin diezaieketen eta gainera, hauek gabe existentziarik izango ez luketen”. (Donaldson eta Preston, 1995; Argandoña, 1998; Garriga eta Melé, 2004) Hau da, erakundearekiko eragina duen oro kontuan izan behar da.

Ikuspegi honen barruan garrantzi eta indar handia duen autoreetako bat Freeman da. *Stakeholders* hitzaren kontzeptua enpresarekin harremana duten interes-taldeak laburtzean datza, hau da, erakundeekin nolabaiteko lotura duten talde guztiei erreferentzia egiten dien eta modu laburrean azaltzen duen hitz bat da. Interes-talde horien artean izango genituzke bezeroak, hornitzaileak edota akzionistak esate

baterako. Zehatzago esanda “enpresak bere helburuak bete ditzan nolabaiteko eragina izan dezakeen edozein giza-talde edo gizabanako”. (Heras, 2004)

Beheko 2. irudian ikus genezake *Stakeholders* ezberdinen eskema bat. Enpresa batek kanpoko nahiz barruko interes-taldeak izan ditzake. Irudian berdez agertzen diren horiek barnekoak dira, azken finean, antolaketa barruan, hitzak berak adierazten duen bezala, jarduten dutenak dira, esaterako langileak. More kolorez aldiz, kanpoko eragileak ditugu. Esaterako hornitzaile jakin bat izan daiteke edota gizarte osoa.

2. irudia: stakeholders-ak



Iturria: elaborazio propioa

Freemanek aurrez zeuden teoriari kritika bat egin zien bere liburuan. “Strategic Management: A Stakeholder Approach” deiturikoa izan zen burutu zuen lan garrantzitsuena. Hau aztertzen badugu, bere ustetan ondoko akatsa izan dute aurreko teoriak; “Hala eta guztiz ere, ikuspegi horietako gehienek elkarbanatzen dutena, alderdi interesatuetako taldeen bazterketa da tradizionalki burutu diren analisietan. Gainera, talde hauetako askori ez zitzaion jaramonik egin hasiera batean berez, enprekin erlazio polemiko bat zutelako. Hori dela eta, gizarte-erantzukizunaren literaturari eginiko aportazio garrantzitsuenetariko bat interes-taldeen inguruko analisietan

eremua zabaltzea eta hau gerentziara barneratzea izan zen, eta talde hauekin aurrez zeuden erlazioak ezartzea edota indartzea". (Freeman, 1984)

Liburuko aipu hau aztertzen badugu, aurrez esan dudan moduan, lehendik gizarte-erantzukizunaren inguruan buruturiko gainontzeko teoria eta ideiei kritika bat egiten die. Izan ere, bere uste apalean, *Stakeholder* faktorea oso garrantzitsua da eta hau gainontzeko autoreek kontutan hartu ez izana kritikatzeko du. Horretaz gain, enfoke horietan hauek kontutan ez izateko arrazoia enpresek interes-talde horiekin dituzten erlazioarako arazoak direla azpimarratzen du.

Bestalde, gizarte-erantzukizunaren inguruko analisia egiterako orduan, nagusiki bi faktore barneratzeari ematen dio garrantzia. Alde batetik, interes-talde guztiak analisi horretan sartzeari, eta bestetik, organizazio batek dituen erlazio oro indartzeari eta konpontzeari.

Liburua aztertzen jarraitzen badugu (Freeman, 1984), aurrez aipaturiko kritika horri jarraipen bat ematen diola ikus daiteke. Lehenik eta behin, liburuko zati bat zitatuko da eta ondoren hau aztertu;

"Gizarte ekintzaile mugimenduak, estrategiak garatzeko orduan talde antagonikoen eragina alde batera uzteak dakartzan arriskuak erakutsi ditu. Interes-taldean analisi gehienak, maila orokorretik kanpo egin ziren, banakako enpresen estrategiekiko independenteki. Hala ere, korporazio ospetsuei eraginiko profil handiko hainbat hondamendi kaltetuen kasuen eraginez, hainbat saiakera egin dira aurkikuntza horiek estrategia orokorreko negozio helburuetan barneratzeko".

Bertan aipatzen denez, mugimendu aktibista sozialek demostratu egin zuten estrategia baten garapenean talde antagonisten eragina kontutan ez hartzea arriskutsua zela. Aldez aurretik, talde antagonista bat zer den azaltzea garrantzitsua da esaldia hobeto ulertua izan dadin; Antagonista hitza norbaiti edota zerbaiti aurka egiten dion edonori buruz hitz egiteko erabiltzen den espresioa da. Beste modu batean esanda, jardun ezberdinen gain oposizio bat burutzen dutenak dira antagonistak. Demagun, herrialde bateko presidentea X partidu politikakoa dela eta beste partidu politiko baten ideologien aurka doala. Bi hauek ez dira ados egongo hainbat aspektutan, beraz, indarrean dagoen

partidu politikoaren ideien aurka doan taldea ados ez dagoenez, bere ideiei oposizio bat burutuko diete hauei aurka eginaz. Horixe izango litzateke antagonistaren esanahia.

Hori kontuan izanik, Freemanen esaldira itzuliz, erakundea bera soilik kontuan hartzea akats bat dela azpimarratzen jarraitzen du. Ingurunean guztia ez baita beti aldekoa izango, kanpoan dauden interes-taldeek ere eragina dute antolaketa hauen egunerokotasunean. Inguruko faktore ezberdinak aldekoak izan daitezkeen bezala, hauek enpresaren aurka ere joan daitezke eta egoera hori ez badute kontutan hartzen estrategia bat burutzerako orduan, ondorio txar asko jasan ditzakete. Horregatik, liburuko aipuko azken esaldian adierazten den moduan, saiakera batzuk egin dira negozio helburu estrategiko orokorretan aurkikuntza eta azterketa horiek barneratzeko.

Freemanek ordea, liburuko ondorengo paragrafoetan esaten duenaren arabera (Freeman, 1984), gizarte-erantzukizun korporatiboek karakterizazio bat izan dute, hau da, kontzeptu hau interes-taldeekin erlazionatzeko bide bat izatera sinplifikatu dela dio.

Horretaz gain, Freemanek interes-talde horien artean, bi azpitalde banatzen direla adierazten du. Alde batetik, erantzukizun sozial eta ingurugiroarekiko kezka duten interes-taldeak leudeke. Bestetik ordea, enpresaren gizarte-erantzukizuna negozioetan zentratu ezartzen dutenak. Azken honen kasuan, liburuan ongi azaltzen den moduan, EGE hau erakundeek lehiarako beste elementu bat izango balitz bezala erabiltzen dute. Azken finean, honek ere gastu bat duenez, enpresa arrakastatsuenek eta indartsuenek soilik onartu zezaketen hasiera batean.

Egoera hori horrela egonik, Freemanek argi adierazten du konfusio handia egon dela kontzeptu honen inguruan, jada interes-taldeen arabera EGE-ak definizio bat edo beste hartu baitezake. Hau da, enpresaren gizarte-erantzukizuna burutzen duenaren eta jasotzen duenaren ikuspegiaren arabera aldatu daiteke hau. Gainera, bere ustetan, ikuspegi oro garrantzitsuak dira, ez du bata bestea baino indar gehiago, guztiek posizio etiko bat dutelako oinarri.

Ikuspegi hau defendatzen duten beste hainbat autorek, interes-talde horretan beste eragile bat sartzea erabaki zuten (Martínez García de Leaniz, Pérez Ruiz eta Rodríguez del Bosque, 2012), zehazki, ingurumena. Autore hauek Bazin eta Ballet (2004) izan ziren.

Ondorengo puntuetan, enpresaren gizarte-erantzukizunaren ikuspegia aztertuko dugu organismo internazionalen inguruan, lan batean burutu zen analisi korporatiboan oinarrituz (González García, López Mato eta Sylvester, n.d.). Bertan, araudi horien helburuak azaltzen dira; “Kasu askotan, derrigorrekoak ez diren eta atxikidura borondatezko arau hauek indarrean dagoen legedia betetzea azpimarratzen du (adibidez, laneko segurtasuna, hurren lanaren debekua, langileen afiliazio askatasuna, obligazio fiskalak betetzea...). Bertatik araudi honen alderdi didaktikoa sortzen da, geroz eta derrigorrezkotasun izaera gehiago instalatuz nahitaezkoari eta aldi berean, nahitaezkoak ez diren jarrera eta jokabideetako osasuntsuen gomendioekin nahastuz (adibidez, gaitasun berritzailea handituz, lanerako prestakuntza, ingurumena hobetzeko teknologiak hedatzea). Baina indibidualki, guztion laguntzaz, gizartearen bizi kalitatea areagotzea du helburu”.

Argi esaten duenez, arau hauek nagusiki boluntarioak dira, hau da, ez dira derrigorrez aplikatu behar. Arau horiek gainera, historian zehar eboluzioa izan dute. Lan honetan hainbat organismoren analisi eta sintetizatze bat azaltzen da, zehazki “el Equipo Empresa y Sociedad”-ek burutua. Bertan ez dira guztiak agertzen, baina bai garrantzitsuenetariko batzuk (González García, López Mato eta Sylvester, n.d.).

1. Enpresa multinazionalentzako OCDE-ren gidak: hauek 1976. urtean argitaratu ziren lehen aldiz eta hauek ezaugarrietako bat arau boluntarioak direla da. Hauek ordea, orain dela 18 urte berrikusi ziren azken aldiz. Honen helburua, nazio ezberdinen artean onarturiko arau horien bidez, gomendioak ematean datza. Gomendio hauen bidez, ondokoa lortu nahi izan da “enpresa multinazionalen aktibitateak hauek kokatuak dauden herrialdeko politika publikoekin harmonian garatzen dira, enpresa eta gizartearen arteko konfiantza erraztuz eta inbertsioen ekarpena indartuz garapen iraunkorrera. Gida hauek harpidetu dituzten gobernuak konpromezua hartu dute kotizazio positiboak sustatzera ekonomiaren aurrerapenari, ingurumenari eta gizarteari, enpresaren jokabide arduratsua praktikan jartzeko neurri pribatuak osatuz”.

2. Liburu berdea: ondoko hau 2001. urtean argitaratu eta 2002 urtean berrikusi zen. “Europako Erkidegoen Batzordearen posizioa adierazten du enpresen gizarte-erantzukizunaren sustapenaren inguruan, funtsezko eginkizun bat duten eragileen arteko elkarte sakonetan oinarrituta, esperientzia aprobetxatuz, transparentzia igoaz eta berrikuntza praktikak sustatuaz, non hauek Europako ekonomia munduko lehiakorrenean eta dinamikoenean bilakatzeko joera duten”.

3. Estatu Batuak: 1999. urtean argitaratu zen lan hau, enpresaren gizarte-erantzukizunarekin lotua. Honen bidez, hainbat printzipio eta balore sustatu nahi dira, mundu mailako merkatuak aurpegi humanistikoago bat izan dezan. Hau, bai ingurune eta baita sozietatean ere oinarrituz. Bertan, 9 printzipio operatibo daude, non hauek munduko negozioak giza-eskubideetan, laneko arauetan eta ingurumenean oinarritzera eramaten dituen.

Bertan parte hartu nahi duten erakundeek printzipio horiei laguntza eskaintzen diotenaren deklarazio bat publiko egin behar dute, modu horretan konpromezua hartuz eta urtean behin bide horren bidez lortu dituzten aurrera-pausu desberdinak aurkeztuz.

4. Negozioen errealizatorako printzipioak: iazko mendeko printzipioak dira hauek, zehazki, 1994. urtekoak. Printzipio hauek gainera, Europako hainbat enpresari liderren inizatiba izan zirela dio. Baita ere, Japoniako eta Ameriketako Estatu Batuetako (AEB) hainbat enpresarirena ere. Hauen bidez, erakundeen jokabide ezberdinak mundu-mailan arautzea eta neurtzea bilatu nahi zen. Non ezarritako prozesu horietan, hainbat balore identifikatu zitezkeen, enpresako jarduera onartua izan zedin eta guztiok errespetatua izan zedin.

Printzipio horien oinarriak ondokoak direna adierazten da; “batera bizitzea eta lan egitea ongizate amankomunerako, kooperazioa eta oparotasuna elkarrekin bizi daitezen onartuaz, lehia osasuntsu baten bitartez eta pertsonen baloreei lehentasuna emanaz azken helburu gisa”.

5. **SA 8000:** 1997. urtean argitaratu ziren arau uniforme eta auditatu daitezkeenak dira, non hauek gizarte-erantzukizunaren inguruan diharduten. Hirugarren pertsona batzuek hau onartu eta zertifikatu bat lortzean oinarritzen den sistema bat da eta hau edozein tamainatako erakundeek erabili dezakete. Honen bidez erakutsi nahi da organizazio batek erantzukizun-sozialaren inguruan konpromezua duen ala ez eta hau hobetzen diharduen. Dena den, teoriaren hurrengo atalean aztertuko dugu hau, beraz, argi geratu ez bada ere sakonduko dugu aurrerago.

6. **Ingurumenaren administraziorako arau internazionala, ISO 14000:** aurreko puntuan azaldu den ISO-aren funtzionamendu berdina du honek ere. Hau ISO 8000 baino urte bat beranduago argitaratu zen, hau da, 1995. urtean zehazki. Arau estandar hau ere maila internazional batekoa da, baina kasu honetan gizarte-erantzukizunaren ingurukoa izan ordez, ingurumenaren gaia jorratzen duen arau bat da. Estandar honen bidez, ingurumenaren etengabeko hobekuntza bat bilatu nahi da eta gainera, organizazioen konpromezua adierazteko ere erabiltzen da. Enpresa barnean arau estandar hauek inplantatzeak adierazi nahi du, ingurumenarekiko konpromezua izatean gainera, hau hobetzen jardungo dutela etengabe. Baina ez hori bakarrik, bertan barneratzen dira baita ere ingurumen politikak, helburuak, programak, auditorioak, zuzenketa akzioak, berrikusketa administratiboak eta hobekuntza jarraitua. Hala ere, ISO hau aurrekoa bezala datozen puntuetan sakonago aztertuko dugu.

7. **Gizarte erantzukizun korporatiboa Europa (CSR):** 2000. urtean argitaratu zen hau, kasu honetan “European Business Campaign on Corporate Social Responsibility”-ren inizatibari esker. Helburua honen kasuan, erakundeen praktika zuzena sendotzea da, bereziki hiru ardatz nagusiren inguruan; ekonomikoa, soziala eta ingurumenaren ingurukoa. Hau “triple responsabilidad de las empresas” gisa ezagutzen da. Gainera, jardun hau interes-taldeekin batera burutzea proposatzen da.

8. **Garapen jasangarriaren munduko merkataritza kontseilua (World Business Council for Sustainable Development, WBCSD):** hau 160 konpainia internazionalaz osaturik dago, non hauek 30 herrialde ezberdinetan eta 20 sektore industrial ezberdinetan (industria munduko sektore ekonomiko garrantzitsuenak) banaturik dauden. Honen helburua, aldaketa bat bultzatzea da garapenerako hainbat

aldaketen bidez. Horien artean ditugu ekoefizientzia, berrikuntza eta gizarte-erantzukizun korporatiboa. Araudi hau 2000. urtekoa da.

2.1 GIZARTE ERANTZUKIZUNAREN IKUSPEGIAK

Aurreko atalean autore eta ideologia anitz aipatu dira baina badira beste hainbat ikuspegi ezberdin ere gizarte-erantzukizunaren kontzeptuaren inguruan. Autore ezberdinek, kontzeptu honek duen esanahia azaltzeaz gain, bertan eragiten duten faktore ezberdinak zeintzuk diren azaltzen dituzte. "Enpresaren ekonomia eta zuzendaritza: teoria eta praktika" liburuan ageri diren ikuspegi ezberdinak azalduko dira datozen puntuetan. Modu honetan, dauden ideologiak ikusi ahal izateko eta hau ulertzeko modu ezberdinak daudela ikusteko.

Aurrez jada batzuk azertu baditugu ere, teoria hauek elkarrekiko nahiko ezberdinak direnez, zein ideologia ezberdin aurkitu genitzakeen ikusteko balio izango ditu ondorengo atal honek.

2.1.1 IKUSPEGI KONBENTZIONALA EDO KLASIKOA

Liburu honetan lehenik eta behin ikuspegi konbentzionala edota klasikoa azaltzen da. Bertan, argi adierazten den moduan (Heras, 2004) "enpresaren erantzukizuna ekonomian ondasun eta zerbitzuak eraginkortasunez produzitzea da". Aurrerago azaltzen den bezala, erakunde batek jarduera hori burutzearekin jada funtzio soziala betetzen duela adierazten da. Beraz, erakundeek dituzten oinarrizko betebeharretan oinarritzen den teoria edota ikuspegia da honako hau.

Horretaz gain, liburuari jarraiki, "enpresak ekoizpen-prozesua zuzentzeko ardura du eta enpresak arriskuak bereganatzen ditu". Besterik gabe, teoria hau aipaturiko bi esaldi horietan oinarritzen da, ikuspegi hau oso oinarrizkoa eta sinplea dela esan daiteke. Eta Iñaki Herasek argi laburbiltzen duen moduan, enpresaren erantzukizun soziala kasu honetan funtzio ekonomikoan oinarritzen da, azken finean, aberastasuna sortzearekin bat doa ikuspegi klasikoa.

2.1.2 IKUSPEGI LIBERAL EDO MURRIZGARRIA

Liburuaren egiturari jarraiki, bigarrenez ikuspegi liberal edo murrizgarria aurkitu genezake. Hau ere, aurreko teoria bezala, ideologia sinple batean oinarritzen da, izan ere, azalpen labur eta zehatz batean oinarritzen da. Bertan, modu laburrean adierazten den bezala, erakundeak ahalik eta irabazi gehien lortzean datza, beti ere, legeak betez.

Gainera, hemen bai ala bai aipatu beharreko autore bat dugu, kontzeptu honen gain ospe edota pisu handia duen pertsona bat baita Milton Friedman. Berak gainera, ideologia hau defendatzeko hainbat arrazoi ematen dizkigu. Lehenik ordea parentesi txiki bat egingo dugu eta Milton Friedmanen bibliografia laburki azalduko dut.

Antonio Martino Milton Friedmanen laguna izan zen. Biak, Chicagoko unibertsitatean ezagutu ziren eta horren ondo ezagutzen zirenez, Antoniok bere lagunaren inguruko liburu biografiko bat idatzi zuen; "Orain dela berrogei urteetatik ezagutzen dut Milton Friedman. Berarekin egon nintzen ikasle gisa Chicagoko Unibertsitatean 1966tik 1968. urtera bitartean eta geroztik lagunak gara." (Martino, 2005) Hainbat gertakari adierazten badira ere liburuan, horietako batzuk soilik aipatuko dira. Adibidez, "1912ko uztailaren 31ean jaio zen Brooklynen New Yorkeko estatuan, Jenoa Saul Friedman eta Sara Ethel Landauen semea." Bertan agertzen den Jenoa Saul Friedman, bere aita alegia, hil egin zen eta horren ondorioz 17 urterekin aita gabe geratu zela adierazten du bere lagun Antoniok. Egoera hori izan arren, "Rahway High School" eskolan diploma bat irabazi zuen Miltonek jada, oraindik ere adin txikikoa izanik.

Bere ikasketak ekonomiaren ingurukoak izan zirela ere adierazten da, eta gainera, "Federal Reserve Board"-eko presidentea izan zen. Bestalde, Friedmanek hainbat kritika egin zizkion politika-monetarioari.

"1932 eta 1933 urteetan, Friedmanek Chicagon ikasi zuen hainbat ekonomialari handien eskutik. Baina 1933 eta 1934ean, arrazoi ekonomikoak medio, Chicagoko ikasketak uztera behartua ikusi zen eta bere ikasketak New Yorkeko Columbia Unibertsitatean jarraitu zituen. Bertan Wesley Mitchelen influentzia izan zuen ziklo ekonomikoen inguruan eta honek, ekonomia kuantitatiboarekiko pasioa piztu zion eta pasio horrek gainera, bizitza osoan iraun zion."

Ekonomialari honek, beste gauzen artean, teoria liberal edota murrizgarria defendatzeko arrazoi ezberdinak azpimarratzen ditu. Lantzen ari naizen liburuko 108. orrialdean (Heras, 2004) egiten da aipamen hau. Hasteko, bere aburuz, enpresek euren interes-ekonomikoa helburutzat hartzen badute eta euren jarduera helburu hori lortzearekin bat etorritz gero, jadanik erantzukizun-soziala betetzen dutela dio. Interes-

ekonomikotik kanpo dauden gainontzeko faktore edota egiteko guztiak, organizazio publikoen ardura direla esaten baitu.

Gizarte-erantzukizunari loturiko beste arrazoietakoa bat agintearekin loturik dago. Milton Friedmanen arabera, geroz eta gizarte-erantzukizun handiagoa izan, orduan eta aginte gehiago izan beharko dutela erakundeek. Beraz, honen ara behera esan daiteke gizarte-helburuak aginte gehien duten organizazioen esku daudela eta erakunde pribatuen erantzukizun bakarra interes-ekonomikoa dela.

Erakundeetako langileei buruz ere jarduten du berak. Bere ustetan, langile hauek enpresaren interes-ekonomikoak betetzeko gaitasunak edota abileziak soilik dituzte eta ez gizateriarekin loturik dauden bestelako faktoreak betetzeko. Langile horiek interes-ekonomikoa betetzeko ez diren gainontzeko gaitasunen urritasuna dutela azpimarratzen du gainera.

2.1.3 IKUSPEGI ERREAKTIBOA

Hirugarren ikuspegia beraz, ikuspegi erreaktiboan oinarritzen da. Honen arabera (Heras, 2004), “enpresak gizarte-taldeekin edo enpresarekin elkarreginean dauden pertsonen eskariak bete behar ditu”. Horretarako hainbat galdera planteatu behar dituzte erakundeek; zer nahi du bezeroak? Zer nahi dute langileek? Zer nahi dute akziodunek? Zer nahi dute inguruko langileek? Teoria edota ikuspegi honek ez du soilik interes-ekonomikoa kontuan hartzen. Ikusten den bezala, interes-taldeen eta enpresa barruko langileen interes eta beharrak kontuan hartzen ditu. Hori dela eta, organizazio hauek erantzukizunen mugak zabaltzen dituzte eta jada ikuspegi hau ez da aurrekoak bezain hertsia.

Ikuspegi irekiago honek beraz, bere gain hartzen ditu gizartearen faktore ezberdinak, etika eta beste hainbat ikuspegiarekin gehiago egokitzen diren hainbat ideia. Hiruko erregela moduko gertakari bat dagoela esan daiteke; erakunde batek barneko langileen eta kanpoko gizarte edota kontsumitzaileen beharrak aztertu eta hauek betetzen badituzte, zuzenki irabaziak izateko erraztasun handiagoa dutela. Hau da, interes-ekonomiko hori ez dutela indartu behar, modu etiko batean jokatzuz ia bakarrik etorriko baitira irabaziak denon ongizatean baliatuz.

2.1.4 STAKEHOLDERS-EN IKUSPEGIA

Teoria hau aurrez sakonki aztertu dugu, non autore garrantzitsuena Freeman den bertan. Baina esan beharra dago teoria hau lantzen duten beste hainbat autore erebadaudela, horien artean dugu esate baterako Michael C. Jensen. Berak ordea, interes-taldeen inguruko teoriari ordea akats bat aurkitu zien. Modu honetan definitua dagoela adierazten du berak teoria,; “Interes-taldeen teoriak dio exekutiboek euren erabakietan kontutan izan behar dutela enpresarekiko alderdi interesatuek dituzten interes guztiak (ez soilik finantza arlokoak, baizik eta langileen, bezeroen, komunitatearen, gobernuaren funtzioen eta hainbat interpretazio ingurumen, terrorista eta mehatxurenak zehazki)”. (Jensen, 2002)

Aipuan ageri den moduan definitzen da teoria hau baina Jensenek teoriaren planteamendu horri ondorengo hutsune edota akatsa aurkitzen dio: “Teoria honen defentsariak ez dutenez espezifikaziorik egiten erabakiak hartzerako orduan nola bateratu hauek, teoria honek exekutiboek erabaki ez zehatzak hartzera eramaten dituzte. Interes-taldeen teoria honek azken finean, exekutiboek euren akzioak kontutan ez izatera eramaten ditu”. (Jensen, 2002) Michaelen bertan adierazten duenaren arabera, teoria honek enpresaren gain interesa duten agente ororen interesa kontutan hartu nahi du. Baina honek arazoak ekartzen dizkiete exekutiboek erabakiak hartzerako orduan, ezin baitituzte erabaki zehatzak hartu eta gainera, guztien interesak erabaki soil batean bateratzea ezinezkotzat hartzen dute.

Hutsune hori medio, Jensenek teoria hau bere kutsu bat emanaz osatu zuen: “Enpresa batek ezin du bere balorea maximizatu interes-taldeein jaramonik egiten ez badie. Proposamen bat eskaintzen dut balioa maximizatzearen eta interes-taldeen teoriaren arteko erlazioa proposa azaltzeko. Balio Argiztatuaren Maximizazioa deitzen diot, eta hau Stakeholder teoria ilustratuaren berdina dela esaten dut. Balio argiztatuaren maximizazioak erabiltzen duen egitura ia guztia interes-taldeen berdina da, baina honek onartu egiten du baloreen maximizazioa epe luze batean enpresaren parte interesatuen beharrezko konpentsazioak egiteko. Exekutiboek, zuzendariak, estrategia egileak eta kudeaketa zientifikoak teoria ilustratuaren alderdi interesatuengandik onurak atera ditzakete. Teoria ilustratuak alderdi interesatu zehatzen balioa maximizatzen dutenez

epe luzera edo balorea enpresaren helburu gisa ezartzen duenez, interes-taldeen teoria tradizionalak dituen helburu anitzeko arazoak konpontzen ditu". (Jensen, 2002) Hau da, interes-taldeen teoria tradizionalak alderdi interesatu guztien interesak erabakietan kontutan hartzea eskatzen du, eta aurrez Jensenek adierazi duen moduan, exekutiboek erabaki zehatzak hartzea ezinezkoa egiten zuen. Teoria tradizionalari kutsu berri hau gehituz ordea, exekutiboei euren burua begiratzea onartzen zaie eta epe luze batera euren balioa eta helburuak betetzea. Gainera, epe luze batean oinarritzen denez, erabaki horiek epe horretan enpresaren balioa maximizatuko du eta dituen harreman horietatik hainbat onura aterako dituzte. Beraz, teoria berritzaile honen bidez, exekutiboek ez dituzte helburu horren anitzak zehaztu behar eta erabakiak errazago hartzea errazten diete.

Guzti hau argiago ulertzeko ordea, artikuluan zehar teoria tradizionalak bere ustetan dituen arazoak puntuz puntu azaltzen ditu (Jensen, 2002):

1. "Helburu anitzak ez du helbururik: logika erabiliz, ezinezkoa da dimentsio batean baino gehiagotan maximizatzea aldi berean eraldaketa monotonoak izan ezean elkarrekiko. Beraz, exekutibo bati irabaziak, merkatuko partizipazioa, etorkizuneko irabazien hazkundera eta beste edozein aspektu maximizatzea eskatzeak, exekutibo horri erabaki zehatz eta arrazoizko bat hartu ezinean utziko dio. Horrek beraz, administratzailea helbururik gabe utziko du. Emaitza konfusioa eta helburu zehatza ez izatea izango baita eta honek enpresari kalteak ekarriko dizkio bere bizi iraupenean.
2. Enpresaren guztirako balioaren maximizaziok gizartea hobetzen du: adierazten da gizartearen onura maximizatzen dela enpresa guztiek euren ekonomia maximizatzen saiatzen direnean, hau da, balio propioa. (...) Zalantzarik gabe ordea, badaude hainbat egoera non, enpresaren balioa maximizatzeak ez duen gizartearen ongizatea ekartzen, batez ere monopolio eta "externalitateak" daudenean. Monopolioek orokorrean, prezio altuak ezartzen dituzte eta "externalitate" horiek ekonomialarien aburuz erreferentzia egiten diete exekutiboek hartzen dituzten erabakien

ondorio eta onurak aguantatzen ez dituztenean. Adibidez, enpresa batek kutsatzea hau egiteko baimena erosi gabe“.

Beraz, ikus daiteke teoriei beti ateratzen dizkietela hutsune edota akatsak. Azken finean, ekonomia ingurune irekia da eta dinamikoa denez etengabe aldatzen doa. Horrek aldaketak eskatzen dizkiete enpresei, hasiera batean ezarritako teoriak ez dira okerrak izango, baina denbora aurrera joan ahala aldaketak ere egin behar dira. Edota bakoitzak kontzeptuaren inguruan duen ikuspegiaren eta pentsatzeko moduaren arabera ere beti egongo dira euren ustetan hobekuntza batzuk.

2.1.5 Teoria positibista

Teoria hau Kudeaketa Eredu Berriak ikasgaiari azaldu zigun Iñaki Herasek. Berak klasean aurkeztu zizkigun diapositibatan oinarrituz, bi puntu nagusi bereizten direla ikusi daiteke. Jarraian adieraziko ditut puntu hauek baina lehenik eta behin aipamen bat egin nahi dut.

Nire ustetan, ikuspegi hau, teoria klasikoaren (2.1 puntua) oso antzekoa da. Azken finean, lehenengo puntuan adierazten denez, ikuspegi hauen hipotesia oso tradizionala dela dio diapositibak. Alegia, erakundeen helburuak irabazien maximizazio edota merkatuen efizientzia lortzea dira besteen artean.

Bigarrenaz, enpresaren gizarte-erantzukizuna irabazi ekonomikoekin zuzenki lotua dagoela esaten dute. Hau da, EGE-a lehiarako gaitasuna areagotzeko erabiltzen dela diote, organizazio bera gainontzeko lehiakideengatik desberdintzeko tresna gisa erabiltzen dutela edota enpresaren irudi ona erakusteko.

2.1.6 Teoria instituzionalista

Teoria hau ez dugu sakonki aztertuko baina galdera bat planteatzeko erabiliko dugu, non gerora ikerketa baten bidez erantzuna emango zaion.

Oraingoan ere, Kudeaketa Eredu Berriak ikasgaiari aurkeztu zizkigun diapositibetan oinarrituz (Heras, 2018), ondorengo hiru puntuak azaltzen dira teoria honen inguruan:

- “Organizazioen ikerketen soziologia instituzionaletan oinarritzen da.
- Enpresen erabakiek instituzioen presioei erantzuten diete (sozialak nahiz kulturalak) antolaketa praktikak inplantatzerako orduan.
- Legitimazio prozesuak ere analizatzen dituzte”.

Laburbilduz, nagusiki instituzioek erakundeen gain ezartzen duten presioaz hitz egiten du. Modu horretan, enpresek egiteko eta erreakzio ugari hauen menpekoak direla adierazten du. Esate baterako, ONG ezberdinak egon daitezke, non hauek langileen lan-baldintza egokiak lortzeko borrokatuko duten. Beraz, ONG horrek presio hori eragiten diotenez, antolatzerako orduan organizazioek eskatzen zaiena betetzeko ahalegina egingo dute.

2.2 ENPRESAREN GIZARTE ERANTZUKIZUNAREN NIRE IKUSPUNTUA ETA GOGOETA

Ikus daitekeen bezala, teoria eta ikuspegi ugari dituen kontzeptu bat da enpresaren gizarte-erantzukizuna. Baina ezin daiteke esan zein den egokiena; azken finean, norberak bere pentsamendua izango baitu. Gainera, aipatu ditudan teoria horiez gain, badaude gehiago ere.. Aipatu ditudan teorietan ordea, gizarte-erantzukizunaren inguruko autore garrantzitsu batzuei aipamena egin diet eta horretaz gain, guztiz ezberdinak diren ikuspegiak azaldu ditut, kontzeptua esan bezala zehatza ez dela ikusi ahal izateko.

Orain datorren atal honetan nire iritzia eta ikuspegiak azalduko dut, gerora teoria hau praktikara aplikatzerako orduan nire posizioa modu egokian ulertua izan dadin:

Nire aburuz, enpresaren gizarte-erantzukizuna ez da erakunde baten irabaziak hobetzeko bide bat. Izenak berak dioen bezala, gizarteari zuzendu behar zaion jarduera bat dela pentsatzen dut. Honekin ez dut esan nahi enpresa batek gizarte-erantzukizuna aplikatzeagatik ezin dituenik onurak jasan, baina helburua ez litzateke norberaren irabaziak maximizatzean oinarritu beharko. Aurrez esan bezala, ingurumenaren eta gizartearen onurak bilatuz, interes propioko onurak zuzenean lortuko direnaren ustea dut.

EGE-a alde batetik, kutsadurarekin loturik, hau da, gaur egunean tamalez garrantzi gutxi ematen zaion berotegi efektuari zuzendua egon behar dela iruditzen zait. Adibidez, energia berriztagarriak erabiliz eta ahalik eta kutsadura gutxien sortuz. Bestalde, kontsumitzaileekin etikoki jokatzear gain, garrantzitsuagoa iruditzen zait oraindik ere 21.mendean lan-baldintza kaxkar eta esplotazio kasuak egotea. Horregatik, bertara gizarte-erantzukizuna zuzentzea oso beharrezkoa ikusten dut.

Stakeholder ikuspegiarekin ere ados nago, erakundeko interes-taldeak, barnekoak nahiz kanpokoak, kontutan hartzea beharrezkoa da. Esate baterako, gizartearen benetako beharrak zein diren aztertu ahal izateko eta hauek modu egokian asetu ahal izateko. Eta organizazioek hain beharrezkoak dituzten langileen nahiak entzun eta hauek burutzea ere bai. Azken finean, gaur egunean kontutan hartzen ez dena da lanean PERTSONEKIN jarduten dugula eta ez makina batzuekin. Pertsona horien atzean sentimenduak daude, arazoak, bizitza bat, beharrak eta hainbat sentimendu. Ideia hori guztiok buruan sartu behar dugu.

Gainera, esan nezake, 2.5 puntuko teoria positibistarekin ez nagoela batere ados baina hori dela errealitatean gertatzen dena. Marketing hutsa dela iruditzen zait, zehazki teorian esaten den moduan, enpresak irudi ona lortzeko bide gisa erabiltzen du. Gerora, azalduko ditut gai honen inguruan dauden ISO arau estandarrak, baina adibidez Primark enpresak ISO batzuk inplantatuak ditu, non langileen eskubideak adierazten diren; ordutegiak, gutxieneko soldata eta antzerakoak, baina errealitatean esplotazio kasu ugari izan dituen erakunde bat da. Galdetu genezake ea nola saldu dezaketen kamiseta bat 2,50 euroren truke atzean dagoen esku-lana, garraioa, dendaren alokairua, langileen soldata eta bestelako gastu guztiak izanik eta gainera prezio horretan salduz irabaziak izan.

Azkenik, nire ustearekin bat datorren ondorengo eskema hau aurkeztuko dut (Guevara, 2018);

“Gizarte-erantzukizunak esan nahi du enpresaren hiru ardatzen inguruan lan egitea, emaitzak sortzearen aspektu ekonomikoetan, aspektu sozialetan eta ingurumen aspektuetan eta hauek eramaten gaitu:

- Jokabide garden eta etiko bat mantentzera.
- Garapen iraunkorrari, osasunari eta gizartearen ongizateari laguntzera.
- Gaur egungo itxaropenak eta alderdi interesatuen potentzialak kontutan izatera.
- Lege aplikagarriak errespetatzera eta legeekin koherenteak izatera.
- Organizazio guztian gizarte-erantzukizuna integratzera.
- Gizarte-erantzukizuna beste inguruko aktoreekiko harremanetan dauden aktibitate sareetan praktikatzera”.

Lehenengo esaldian esaten denez, gizarte-erantzukizuna hiru puntu nagusiren inguruan lanean jardutean oinarritzen da; enpresaren emaitzetan, emaitza sozialetan eta ingurumenaren inguruan. Nire ustez, hori izango litzateke laburpen aproposena, ingurugiroa nahiz gizartea hobetzeko etengabeko jardun bat burutu behar da, eta azken finean, enpresak berak onura batzuk lortuko ditu bide horri jarraituz.

Jarraiki, azaltzen diren puntuetan modu sakonago batean aztertzen ditu erakundeen egitekoak. Landu ditudan ikuspegiak aztertuz, azken definizio honetan aurreko teorien ideia ezberdinak bateratzen dituela esan nezake eta horrekin teoria berri bat sortu, hau zehatzago eta osatuago bilakatzuz.

Alde batetik, ikuspegi liberalean (2.2 puntua) adierazi dudan moduan, enpresak irabaziak maximizatu behar ditu betiere legeak betez. Eta hau eskemako hirugarren puntuan laburbiltzen da; “Lege aplikagarriak errespetatzea eta legeekin koherenteak izatea”.

Bestalde, *Stakeholder* ikuspegiaren interes-taldeekin harremana izateari garrantzi handia ematen zaio, bai kanpokoekin eta baita barrukoekin ere. Eskemako azken puntuak ere enpresaren jarduerarekin lotuak dauden taldeekin harremana izatea azpimarratzen du eta hauekin erantzukizun-sozialaren inguruan etengabe jardutean; “Gizarte-erantzukizuna beste inguruko aktoreekiko harremanetan dauden aktibitate sareetan praktikatzera”.

Enpresaren gizarte-erantzukizuna kontzeptu zabala izateaz gain, konplexua dela iruditzen zait, izan ere, ahalik eta faktore gehien eta erantzukizun gehien barneratu behar dituela iruditzen zait. Definizio sinpleek kontuan hartu beharreko gauza asko

bazterten dituztela deritzot. Horregatik, pertsona orok bere ikuspegia izan dezakeen arren, aurrez aipatu ditudan ideiak ezinbestekoak direla esan nezake.

ISO arauak hobeto ulertzeko, ondorengo puntuetan zer den eta zertarako balio duten azalduko dut gehiegi sakondu gabe.

3. ISO ARAUAK

ISO arau estandarrei dagokienez, honi buruzko webgune orrian irakurri genitzakeen historia eta definizio batzuk azalduko dira jarraian. Ondoren ordea, lan honetako gaiaren inguruko ISO ezberdinak zeintzuk diren azaltzeaz gain, hau inplantatua duen enpresen kasua aztertuko da kontzeptua hobeto ulertua izan dadin.

Webgunean jartzen duenari jarriki beraz (Software ISO, 2018), bertan adierazten da munduko merkatu nahiz sozietatearen hazkundearen ondorioz, produktu, zerbitzu eta ondasunen etengabeko hobekuntza baten beharra dagoela, azken finean, kontsumitzaileen kopurua denbora aurrera joan ahala geroz eta handiago baita. Hori horrela, etengabeko hobekuntzak lortzeko bide dira produkzio prozesuak hobetzea eta baliabideen optimizazioa lortzea. Egoera horretan oinarrituz, beharrezkotzat hartu zen kalitateari buruzko arauak eta estandarrak sortzea, non hauek, organizazio orok aplikatu zitzaizketen.

ISO organizazioa (*International Organization for Standardization*) 1946. urtean sortu zen eta bertan 25 herrialde ezberdinetako hainbat delegatu elkartu ziren. Nazioarteko erakunde honen helburua, webgunean azaltzen den moduan (Software ISO, 2018) ondorengoa da; “koordinazio internazionala eta arau industrialen bateratzea erraztuko ditu”. Hau da, honen bidez herrialde ezberdinetako enpresek dituzten arauak maila internazional batera eraman nahi izan zituzten, honela elkarrekiko zuten koordinazioa errazteko.

Antolaketa honen funtzioak ditugu ondoko hauek: “arau tekniko internazionalen inguruko proiektuen elaborazioak burutzea, herrialde ezberdinen kriterioak bateratzea hauen kooperazioa bilatuz, arau internazionalak sortzea eta modu aktibo batean kolaboratzea normalizazio* hori aplikatzen duten organizazio internazionalekin.”

**Normalizazioa: jadanik dauden arauen formulazio, elaborazio, aplikazio eta hobekuntza prozesua da.*

Beraz, ISO organizazioak hainbat arau estandar sortzen ditu, hauek ordea ez dira derrigorrez aplikatu behar erakundeetan. Hobetzeko bide bat da eta indibidualki enpresa bakoitzak erabakiko du hau inplantatu edo ez. Arau estandar hauek antolaketa

eta beste hainbat arlo hobetzeko erraminta bat dira azken finean. Eta erraminta hauen bidez, enpresako aktibitate guztietan kalitate gorenera iritsiko dira. Gainera, ISO arauak inplantatzen dituzten enpresen artean, auditoreek bisitak burutzen dituzte eta guztia zuzena bada, ISO zertifikatuak lortzen dira.

Aurrez esan bezala, ISO arau estandarrak esparru ezberdinetara bideratuak daude, eta hori ISO arauaren zenbakian ikusten da. ISO 9001 Kudeaketa Eredu Berriak asignaturan landu genuen kalitatearen kudeaketari buruzkoa da eta azkenekoa, ingurugiroaren kudeaketa diseinu prozesuen bidez (*ecodiseño*).

Zertifikatu horiek interes-taldeei segurtasun bat ematen diete erakunde hauen produktu eta zerbitzuen inguruan. Eta ez hori bakarrik, zertifikatu hauen bidez kalitateaz gain, *stakeholders* ezberdinek badakite arau estandar horiek jarraitzen dituela erakundeak eta baita bertako plantilla guztiak ere. Beraz, itxura ona ematen du baita ere barnean dagoen antolaketa aproposa dela helarazten baitu (ez du zertan ala izan, baina kalitate gorena adierazten duenez lehenengo begirada batean sentsazio hori transmititzen du).

Praktikako atalean aztertuko badugu ere, esan daiteke ISO zertifikatuak antolaketa egoki bat lortzeko erabiltzeaz gain, askotan marketing tresna bat bezala ere erabiltzen direla. Demagun esnekien sektorea aztertzen jartzen garela. Enpresa batek ez badu ISO zertifikaturik eta bere lehiakideek bai, gainontzekoek lehiarako erraztasun puntu positibo bat izango du honekin alderatuz. Hori dela eta, enpresa askok lehiarako bide gisa erabiltzen dutela esango nuke.

Aurreko paragrafoan aipatu den esnekien merkaturia aztertuz gero, Danone enpresa frantziarra esnekien liderra da. ARAL deituriko aldizkarian, non hau kontsumo handiko berrien aldizkaria den, Danone-ren inguruko albistegi bat argitaratu zen (revistaaral.com, 2018). Bertan adierazten duenez, erakunde honek elikaduren segurtasunaren inguruko zertifikatua lortu zuen 2006.urtean. Ezin izan dut albiste eguneratuago bat bilatu baina adibide gisa berria zaharra izanda ere balio du. AENOR (*Asociación Española de Normalización y Certificación*) organizazioak auditoretza baten

bidez saritu zuen hau. Beraz, ikusten da Danone enpresa liderrak ISO arau estandarrak barneratzen dituela bere antolaketan.

Zertifikatuek gainera, aurrez esan bezala, interes-taldeekin harremanak izaterako orduan ere eragina dute. Izan ere, kasu batzuetan enpresek beraien hornitzaileek esaterako ISO zertifikatuak dituzten ala ez behatzen dute, eta alderantziz. Norberak zertifikatu horiek izateaz gain, ze erakunderekin kontaktatzen duten eta jarduten duten elkarlanean kontutan hartzen baitute. Elkarlan hori guztion belarritara iristen baita eta horren bitartez ere irudi ona lortu nahi baitute.

3.1 ISO 14001

Lan hau erantzukizun-sozialaren ingurukoa denez, arlo honetan ezagunenak diren bi erantzukizunen inguruan dauden ISO ezberdinak soilik azalduko dira. Hau da, jarraian landuko diren ISO arauak ingurumen eta lan-baldintzen ingurukoak izango dira.

Aurrez esan bezala, AENOR (Asociación Española de Normalización y Certificación) arduratzen da arau estandarrak sortzeaz eta ziurtatzeaz. Horregatik, bere webgunean sartu eta bertan ISO 14001 arau estandarren inguruko informazioa topatu dezakegu. Bertan esaten denaren arabera, zertifikatu horien bitartez, erakundeen jardueran ondokoa lortu nahi da; “ingurumenarekiko konpromezua egiaztatzea inpaktuak minimizatuz eta baliabideen kudeaketa erraztuz”.

Gainera, argi adierazten da AENOR-eko orrialdean, modu horretara organizazio hauek ingurunearekiko duten konpromezu hori lehiakideekiko desberdintzeko faktore bat ere badela. ISO honetan esate baterako, ekodiseinua eta energiaren kudeaketa barneratzen dira.

Kudeaketa Eredu Berriak ikasgaiaren Osakidetza erakundearen ingurumenaren deklarazioa aztertu nuen eta honen bidez EMAS zertifikatua aztertuko dut. Hau da, kasu honetan azalduko dudana Osakidetza organizazioak EMAS zertifikatua du, non honek enpresak ISO 14001 inplantatua duela adierazten duen. ISO 14001 ingurumenaren kudeaketarako estandarrak dira eta auditore independente batek ikuskatzen du ea enpresak estandar horiek modu egokian jarraitzen dituen. Baiezkoa den kasuetan,

organizazioek EMAS izeneko zertifikatu bat jasoko dute, hau da, onarpen hori jaso ondoren EMAS logotipoa eskuratzen dute.

Osakidetzaren kasu hau aztertuz atera nuen ondorioa honakoa izan zen; alde batetik, EMAS zertifikatuari esker logikoa den bezalaxe, erakundeak ingurunearekiko duen eragina txikiagoa dela. Gainera, organizazio honek bere *Stakeholders* eta gainontzeko gaiaren inguruan kontzientziatzen dihardu. Eta bestalde, aurrez aipatu dudana bezala, bezeroen aurrean nagusiki, irudi ona ematen du.

3.2 SA8000

Arau estandar hau, langileen lan-baldintzen ingurukoa da. Beraz, nire ustetan hau enpresa guztietan inplantatua egon beharko litzateke, gai oso garrantzitsua baita. SA 8000 txostenean adierazten den bezala; “arau hauek boluntarioak dira non hauek auditatu daitezkeen hirugarren alderdi baten bidez hau ziurtatu ahal izateko, modu horretan eskatzen diren oinarritzko eskakizunak organizazioek betetzen dituzten bai eta establezimendu eta langileen eskubide, lantokiaren egoeraren hobekuntza eta kudeaketa sistemen hobekuntza efektiboan bitartez”. (Sa-intl.org, 2014) Hau da, bertan adierazten den bezala, arau hauek enpresan inplantatzea ez da derrigorrezko zerbait, organizazio bakoitzak erabakiko du barneratu ala ez. Jakina, honek aurrez esan bezala eragina du interes-taldeen edota enpresaren irudiarekiko, bai inplantatzeak eta baita ez inplantatzeak ere.

Araudi honen oinarria ondokoa da: “Estatu Batuetako Giza Eskubideen Deklarazioak, OIT-ko Konbenioak, giza eskubideen arau internazionalak eta lanaren lege nazionalak”. (Sa-intl.org, 2014)

Aztertutako SA 8000 dokumentua 2014ko bertsio bat da. Hau, 4 atal ezberdinetan banaturik dago eta gainera aztertuko dira kontzeptua hobeto ulertzeko:

1. atala: SARRERA:

Atal honetan, dokumentuaren sarrera bat egiten da eta bi azpiatal besterik ez ditu, helburuak eta kudeaketa sistemak azaltzen ditu. Azken finean, aurrez esan bezala arau boluntarioak direla dio eta bere helburu nagusia langile edota pertsonalaren

eskubide oro defenditzea da. Baita ere bere aplikazioa nolakoa den azaltzen da, zehazki aplikazio unibertsala duela adierazten da, edozein organizazio motetan aplikatu baitaitezke (adibidez tamaina kontutan izan gabe).

Kudeaketa sistemaren inguruan nagusiki dioena da ezinbestekoa dena hau organizazio batean inplantatu ondoren jarraitasun bat egotea eta langile guztiak inplikatuak egotea.

2. atala: ARAUAREN ELEMENTUAK ETA HORIEN INTERPRETAZIOAK:

Atal honetan antolaketek bete behar dituzten araudiak zeintzuk diren adierazten da. Alde batetik, lege lokalak, herrialde mailakoak eta beste hainbat lege aplikagarriak bete behar direla adierazten da. Bertan kontutan izan behar da arau bat baino gehiagok gai berdinen inguruan jarduten badu, beti langilearentzat onuragarriena denak izango duela indarra derrigorrez.

Eta bestetik, antolaketak derrigorrez beste hainbat printzipio ere errespetatu behar ditu, hainbat instrumentu internazional zehazki. SA8000 dokumentuak agertzen dira hauek zerrenda gisa. Adibidez, OITko 131 konbenioa, gutxieneko soldataren ezarpenaren ingurukoa.

3. atala: DEFINIZIOAK:

Bertan dokumentuan ateratzen diren hitz, kontzeptu edota elementu ororen definizio zehatza agertzen da guztia ondo ulertua izan dadin gaizki ulerturik gabe. Esate baterako, *debe* eta *puede* hitzak bereizten ditu. *Debe* hitza agertzen den kasuan enpresak derrigorrez bete beharko du eta *puede* agertzen den kasuan ez da derrigorra, baimena duela adierazten du.

Bertan ere aurkitu genitzake dokumentu horretan adierazten diren hainbat sujetu, adibidez umeak zeintzuk diren zehatz mehatz edota lanaldia nola definitzen den.

4. atala: GIZARTE ERANTZUKIZUNAREN BALDINTZAK:

Atal honetan azpiatal ugari daude, zehazki 9 puntu ezberdinen baldintzak aztertzen dira; haurren lana, lan derrigortu edota behartua, osasun eta segurtasuna, askatasun sindikala eta negoziazio kolektiborako eskubidea, diskriminazioa, neurri diziplinarioak, lan orduak, ordainsariak eta kudeaketa sistemenak.

Adibidez, lan orduen inguruan hainbat puntu ditugun arren ondorengo arautzen da:
“Organizazioak legeak bete behar ditu, laneko kontratu kolektiboak eta estandar
industrial aplikagarriak laneko ordutegiekin, atsedenekin eta jai egunekin erlazionatuak.
Laneko aste arrunta, orduz kanpoko denbora kontutan izan gabe, legearekin definitua
egon behar da baina beti ere 48 orduetatik pasatu gabe”.

4. ENPRESAREN GIZARTE ERANTZUKIZUNA GAUR EGUN, ALDERDI PRAKTIKOA

Lanaren lehen zatian enpresaren EGE edota gizarte-erantzukizunaren inguruko hainbat teoria aztertu ditut eta hainbat definizio azaldu ditut. Orain ordea, bigarren zati honetan teoria hori praktikara eramatea izango da helburua. Praktika horren bidez, ikerketa bat burutu eta galdera ezberdinei erantzun bat emateaz gain, hainbat faktorek duten garrantzia azpimarratzea eta jendeak gogoeta bat burutzea lortu nahi dut.

Zati honek hainbat zati ezberdin izango ditu non hauek, elkarrekiko osagarriak izango diren. Lehenik eta behin, oso ezaguna den Primark enpresaren kasua azalduko dut ISO ezberdinen erabilera okerra errealitateko zerbait dela ikusarazia izan dadin. Kasu hau planteatu ondoren bi ikuspegi ezberdin landuko ditut; lehenik eta behin enpresen ikuspegia. Honekin lortu nahi dudana da enpresa txikiak handiekiko duten desabantaila zein den aztertzea eta ezagutaraztea. Azken finean, erakunde handiek ISO erabilera okerren bidez, hau da, lan-esplotazioak esate baterako, abantaila ugari lortzen baitituzte.

Beraz, ikerketa horren bitartez enpresa txikiak hobeto ulertarazteaz gain komertzio txikiei ere indarra eman nahi diet, tamalez egoera txarrean baitaude eta ez delako batere erraza.

Gainera, Espainiako “Ministerio de Industria, Energia y Turismo” Ministerialak argitaraturiko analisi baten arabera (Ipyme.org, 2016) 2015.urtean Euskal Herriko enpresen %99,85-a ETEak, hau da, enpresa txiki eta ertainak dira. Argi dago nagusitasun handia dutela hauek beraz, enpresan handiak %0,15-a besterik ez dira. Estatu mailako enpresa handien batz bestekoa artikularen arabera %0,12 dela adierazten da, beraz, Euskal Herria zenbateko horren gainera dago. Baina hala ere ezin daiteke baztertu bertako ekonomia enpresa txikiak mugitzen dutenaren susmoa. Azken datu gisa, ehuneko horiek datu erlatiboetatik zenbaki absolutuetan zenbat diren adieraziko dut; guztira 2015.urtean Euskal Herrian 148.089 erakunde zeuden non horietatik, 147.865 enpresa txiki eta ertainak diren. Eta beraz, enpresa handien %0,15a 224 enpresa handiei dagokie.

Azkenik, egoera hau aztertuko dut baina kasu honetan ikuspegia aldatuz, alegia, oraingo honetan galdeketa bat burutuko dut baina kontsumitzaileei zuzendua. Gaur egunean kontsumitzaileok kontutan prezioa ala esplotazioa hartzen ote dugun aztertzeko. Eta ea erosterako orduan, arropa horiek zein baldintzatan ekoiztu diren pentsatzen jartzen garen ala ez.

“Kudeaketa Eredu Berriak” asignaturan zehazki, gai honen inguruan hitz egin genuen, eta bertan aipatu zen moduan azken aldian kontsumitzaile nahiz ONG ezberdinek erakunde handiei presioa eragiten diegula esaten da. Hau da, sozietatea esplotazio eta kutsaduraren inguruan kontzientziatuak gaudela esaten da eta enpresek horren ondorioz kontutan hartzen dituztela gai horiek. Baina hori zenbateraino den horrela aztertzea interesgarria izango litzateke.

Aurrekoari jarraiki, klasean ondorioztatu genuenaren arabera, organizazioekiko presioa sortzen duten ONG talde bat egongo da noski, baina sozietatearen oso zati txikiaren ordezkari gisa dihardute. Azken finean, sinistu nahi dena da sozietateak pentsamoldea aldatu duela baina zori txarrez hori ezta horrela. Hau frogatzeko gainera, gerora aztertuko dudan moduan ere badaude hainbat esperimentu.

4.1 PRIMARK KASUA

Ondorengo zati honetan Primark enpresaren kasua azalduko dut modu labur batean. Kasu hau orokorrean oso ezaguna da baina honen bitartez hainbat faktore ezagutaraztea dut helburu. Erakunde honen moduan badira beste hainbat iruzur berdina burutzen dutenak eta gerora denda txikiei iruzur horiek ze modutara eragiten dien aztertu ahal izateko ezinbestekoa da hau aztertzea. Aurrez hau aztertzeko burutu nuen lanean oinarrituko naiz horretarako.

Primark enpresa oso ezaguna da guztion artean, nagusiki ezaguna izateko bi faktore ditu, arropa ugari eta prezio baxuan. Orokorrean, Primarkera joan ohi den jendea ez da joaten jantzi zehatz baten bila, baizik eta poltsa haundiak bete ohi dira eta ahal den guztia erosi beste hainbat dendekin alderatuz gero askoz ere merkeagoa delako. Azken finean, Primark bezalako dendetan, benetan behar ditugun jantziak beharrean prezio baxuen eraginez denetik erosten bukatzen da.

Benetan pentsatzen jarri gaitzke eta ondorengoa planteatu: nola ote den beraientzat posible horren merke eskaintzea produktuak. Eta ea zergatik ez duten berdina egiten gainontzeko enpresek. Hau posible izateko, horren atzean zer dagoen jakin nahi da. Eta bi aukera posible nagusi daude: zerbaitek egiten du hori posible izatea edo benetan erakunde honek marjina txikia ezartzen du bere irabazietarako.

Kontsumitzaileok ez gara errealitateaz jabetzen, eta kontuan izan behar dugu erosten dugun gauza ororen atzean dagoen ibilbideaz. Ez da ekoiztu egiten dela eta saldu zuzenena ez. Adibidez, Primarkek bere jantzi eta gainontzeko produktuak kanpoan ekoizten ditu, beraz alde batetik bertan bi gastu daude: eskulana eta lehengaien kostua jakina. Gerora, bukatutako produktu horiek inportatu egin behar dira kanpoko herrialde horretatik eta horrek ere kostu bat izango du. Ondoren, produktu horiei dagokien etiketa ezarri behar zaie, biltegitatu egin behar dira daramatzan kostuekin, marka horretako denda guztietara bidali eta prozesu guztia burutu honela. Azkenenean argi dago prozesu horretako aktibitate txikienak ere baduela kostu bat, azken finean, aktibitate txiki horiek ere balio erantsi bat ezartzen baitiote produktuei. Egia da, enpresak berak dituela hauek ekoizteko fabrikak atzerrian bada ere, eta horrek bitartekariak kostuak ekiditen laguntzen dietela. Baina, duen eskulan, inportazio eta gainontzeko kostuekin kamiseta bat esate baterako 3€tan saltzea posible izatea arraroa da. Primarki, ekoizpen kostu guzti horiek kendu ondoren bere sarrerei, zenbateko mozkina lortu dezaken planteatu genezake.

SA 8000 estandarraren dokumentuan argi adierazten denez, oinarrizko soldatak duina izan behar du. Alegia, langileak jasotzen duen soldata horrek duina izateak esan nahi du astero kobratzen duen zenbateko horrek nahikoa izan behar duela bizi irauteko eta bizi maila duin bat izatekoa. Jakina, bai bera eta baita bere familia ere. Beraz, hauek oinarrizko hainbat elementu eskuratzeko gaitasun ekonomikoa izan beharko dute; elikagaiak, ura, etxebizitza, hezkuntza, osasun zerbitzua, garraioa, jantziak eta bestelako ezinbesteko zerbitzuak, esate baterako, ustekabean sortzen diren beste zenbait gertakarietarako.

Primarken enpresaren gizarte-erantzukizunaren deklarazioan soldatari buruzko puntu bat dago eta ondorengo adierazten da bertan (Sa-intl.org, 2014):

“6. ORDAINSARI DUINAK ORDAINTZEN DIRA

6.1 Lanarengatik ordaintzen diren ordainsari eta onurek gutxienez lege nazionalak ezarritako estandarrak edo industriako parametro estandarrak asetzen ditu, altuena dena hartuz. Kasu guztietan ala ere, ordainsariak etzi izan behar du nahikoa oinarrizko beharrak estaltzeko eta diru-sarrera diskrezional batzuk emateko.

6.2 Langileei derrigorrez eman behar zaie, lanpostura sartu baino lehenago, informazio ulergarria eta idatzi bat soldaten inguruan, baita ere informazio zehatza jasoko den soldatari buruz langileari ordaintzen zaion periodo bakoitzean.

6.3 Ez daude soldaten murrizketak onartuak neurri diziplinario gisa, ez eta lege nazionalen ageri ez diren ordainsari murrizketak non baimen espresorik ez duen eragiten dion langileak. Diziplinako neurri guztiak erregistratuak izan behar dira derrigor”.

Deklarazioko 6. puntu honen arabera beraz, bertako langile orok du soldata duin bat. Soldata horien bidez gizakiok beharrezkoak ditugun behar guztiak asetzeko nahikoa dela adierazten da. Gainera, plantillako langile guztiek lanean hasi aurretik kontratua sinatu baino lehen soldatari buruzko informazioa jasotzen duela dio eta beraz kontratua sinatzerakoan badaki zein izango den bere soldata eta bertan ezarrita dagoena onartzen dute. Eta azkenik, adierazten da zigor gisa ez dela soldataren gutxikuntzarik egongo.

Hori da beraz, Primark enpresaren deklarazioan soldatari buruz agertzen den guztia, laburbilduz beraz esan daiteke langile orok soldata duin bat duela eta oinarrizko beharrak asetzeko adina duela.

2015. urtean Primarki buruz argitaratu zen albiste bat aztertuko dugu orain eta konparaketa bat burutuko dugu bere deklarazioan diotenaren eta errealitatean

gertatzen denaren artean. Eta aurrez planteatu dugun galderari erantzuna emango diogu, hau da, ea nola den posible dauden kostu guztiekin Primarkek produktuak horren merke eskaintzea.

Alde batetik artikulu honetan (Pastrana, 2017), zehazki Madrilen kokaturik dagoen Primark denda haundi bateko dependente gisa lan egiten duten langile batzuek adierazten dute astean 30 ordu egiten dituztela lan eta 700€ko soldata bat jasotzen dutela trukean. Gainera, ez dute adierazten hau txarra denik, ez eta ona noski, baina gaur egun dagoena dela adierazten dute eta onargarriztat jotzen dute egoera hau.

Interneten soldata minimoa aurkitzen badugu (Salariominimo.es, 2017) webgune honetan 2017ko gutxieneko soldata aurkitu genezake eta bertan adierazten denez 707,60€-koa izan da. Egia da orain dela bi urteko datuak direla Primark kasukoak baina ez dago alde handirik. Primarkeko dependente horiek beraz soldata minimoa kobratzen dute.

Dendara sartu eta ondorengo eskaintzak ikusi genitzake artikuluaren arabera: galtza bakeroak 8 eurotara, eskularru pareak 1,5 eurotan, txaketak 19 eurotan eta beste horrenbeste, baina jendeak ez du galdetzen nola den posible horren merke saltzea produktu horiek, inor ez da kontziente horren atzean dagoen guztiaz.

Gainera, artikuluaren arabera ere, bertan aurrez esan bezala Madrileko dendaz hitz egiten da bertan, eta “low cost” denda bezala ezagutzen da baina bertan ere ondorengo gogoeta bat egiten da. Nola da posible horren prezio baxuak mantentzea? Artikuluan ongi adierazten denez, Madrileko Primarken dendak bost pisu ditu eta bere kokaleku eta tamainaren ondorioz oso prezio altua du bere alokairuak. Beraz, horren merke saltzen badute, nola ordaintzen dute alokairu hori? UGT sindikatuak ere hainbat salaketa egin zituen urte horretan, alde batetik, soldata baxuak izateaz gain, kontratu horiek ez dira finkoak, tenporalak baizik eta gainera, genero aldetik ere desberdintasun handia dago, izan ere, ia denak emakumezkoak dira. Hau da, kontratu partzialen zenbateko ia osoa emakumezkoena da, eta dauden gizonezko gutxienak kontratu finkoak dira. Zehazki, Primarken plantillaren %90a osatzen dute emakumeek.

Egoera hori kaxkarra da baina erderaz esaten den bezala “*dentro de lo que cabe*” ez da horren txarra, egoera okerragoak baitaude. Adibidez, Bangladesh herrialdean dituzten fabriken kasua artikuluan ondo adierazten den bezala. Zehazki Primarkek munduan zehar 700 fabrika desberdin ditu, horien artean Indian, Txinan, Vietnamen, Turkian eta jakina, aurrez esan bezala, Bangladeshen.

2013. urtean ikaragarritzko istripua gertatu zen azken honetan, eta jendeak errealitatea jakitea ekarri zuen. Istripu horretan 1.127 pertsona hil ziren eta beste 2.438 pertsona zaurituak. Fabrika hau 9 pisukoa zen eta bertan ez zen soilik Primark enpresarentzat egiten lan, beste hainbat marka ezagunentzat ere bai, horien artean zeuden Mango, Beneton edota El Corte Inglés.

Bertako langileek ordea ez zuten dendetako dependente horiek bezala 700 eurotako soldata bat hilean ez, hauek 60 euro soilik irabazten zituzten hilabetean eta lanaldiak ez ziren 30 ordukoak astean ez, askoz ere luzeagoak ziren. Fabrika hauek gainera, 8.000 kilometrotako luzera dute, beraz bertan sartzen diren langile kopurua oso handia da eta soldata kaxkar horrekin oso-oso kostu baxuan ekoizte dituzte produktuak.

Beraz, beraiek esaten dute kostuak murrizteko teknika ugari dituztela eta horri esker prezio baxuan saldu dezaketela, esate baterako iragarkiak ez egiten eta bertatik aurreztuz. Baina ez, errealitatea bertan ikusi baitugu, lan baldintzak ez dira egokiak, oso soldata baxuan dituzte izan ere, deklarazioan ezartzen dena ez da guztiz betetzen. Egia da gutxieneko soldata errespetatzen dela gure herrialdean baina gauzak geroz eta garestiagoak dira eta ez du ematen SA 8000 estandarrean ezartzen diren behar guztiak betetzeko.

Nire aburuz, kontuan hartu behar dugu guzti honen atzean **personak** daudela, lan-baldintza kaxkarretan jarduten dutela guk produktuak prezio merkeagoan erosi ahal izateko eta modu horretan enpresak lehiakorrak izateko, mozkin gehiago izateko eta beste hainbat onura lortzeko baina guztia enpresaren intereserako da. Azken finean, langile guzti horiek ez dute ezer lortzen baldintza horietan jarduteagatik. Gainera, ez da soilik baldintza txarretan jardutea, soldata oso baxuekin ere jarduten baitute eta SA8000 estandarrean adierazten dena ez da betetzen. Hau da, ez dute nahikoa soldata horrekin bertan agertzen diren oinarritzko behar guztiak asetzeko.

Baina pentsa genezake, zergatik egiten dute lan horren baldintza txarrak badaude bertan? Askotan beste irtenbiderik ez dutelako, izan ere, herrialde txiroak izan ohi dira eta hori egiten ez badute ez dute beste ezer.

Nire ustez, ISO 8000 estandarra enpresa guztiek aplikatu beharko lukete baina ongi betez guztia, inongo iruzurrik gabe. Kanpoan ekoiztu nahi bada egokia izan daiteke herrialde txiroagotan ekonomia sustatzeko adibidez, baina legeak betez. Guztiok baikara pertsonak eta ezin da inor baldintza txar horietan jardun ez eta horrela tratatu. Enpresek beraien interesa soilik behatzen dute eta horrek aldatu behar du, beraien izan behar dira kontzientzia hori barneratzen lehenak eta ondoren kontsumitzaileok. Badakigulako ze egoera dagoen inguruan eta berdin kontsumitzen jarraitzen dugulako.

Lan handia dago egiteko eta bakoitzak pixkanaka aldatzen joan behar du eta etikoki jokatu, guztiok garelako pertsonak eta guztiok eskubide berdinak ditugulako.

Kasu hau aztertu ostean, orain zati garrantzitsuena dator. Ea nola eragiten duen guzti honek kontsumitzaileen gain eta enpresa txikien gain. Aztertu dezagun.

4.2 KONTSUMITZAILEEN JOKABIDE ETA ONDORIOAK

Zati honetan, aurrez esan dudan bezala, helburua kontsumitzaileek erosterako orduan kontutan hartzen dituzten faktoreak zeintzuk diren aztertzean datza. Hasiera batean eskema batzuen bidez nire pentsamoldea azalduko dut eta gerora inkesta bat planteatuz errealitatea zein den aztertu.

Enpresaren gizarte-erantzukizunak geroz eta indar gehiago du baina aurrez esan bezala erakunde handiek marketing tresna gisa erabiltzen dute. Kontsumitzaileok ordea, ezagutzarik ba ote dugu ISO arau estandarrez? Kontutan hartzen dugu produkzioa nolakoa izan den? Eta kutsadura?

Produktuak erosterako orduan, nire ustez, prezioa da lehenik eta behin kontuan hartzen den faktorea. Beste batzuek kalitatea ere baloratuko dute, baina nire ustetan (gerora inkestan hau ikusiko da) lehentasuna prezio merkeek dute. Gizarte oso kontsumista da gaur egungoa, eta gainera, enpresek oinarritzko beharrak asetzeaz gain, sozietateak bene-benetan beharrezkoak ez dituen beharrak ere sortzen dituzte. Hau da, sortzen diren behar ugari kutixi hutsak dira. Demagun "Iphone" telefono mugikorra dugula

Apple markakoa. Bi urtetik behin modelo berri bat merkaturatzen den bakoitzean, Apple munduan sartuta dauden kontsumitzaileek azken modeloa izateko beharra sentituko dute. Benetan behar-beharrezkoa ez da beraientzat, baina beraiei buruan sartuko zaie hobeagoa dela eta aurreko modeloak ez dituen pare bat funtzio berri horiek ezinbestekoak izango dituela (honela ez izanda ere).

Arroparen munduan ere, normalean ez dugu erosten benetan arropa gutxi dugunean, baizik eta urtaro berri bakoitzeko jantzi berriak erosten ditugu. Moda etengabe aldatzen bait doa gizartean eta helburua izaten baita modako arropa erostea. Uda batean modan dagoen zerbait hurrengo udaran jada ez da modakoa izango eta modu horretan kontsumitzaileok arropa aldaketa bat egingo dugu. Askotan ez dugu behar modan dagoena edukitzea baina sozietateak bultzatzen duen zerbait da.

Beraz, armairuan dagoen arropa guzti hori etengabe aldatzen da orokorrean eta jakina, horrek kostu handia du. Hortaz, orokorrean enpresa handietara joaten gara hau erostera. Zenbat aldiz entzun ote dut; zertarako erosiko dut denda txiki batean 50 euro balio dituen galtza bat, diru horrekin Primarken konjuntio oso bat erosi banezake zapatak barne?

Eta, askotan joaten gara arropa erostera zentro komertzial handietara zer nahi edota behar dugun jakin gabe. Besterik gabe arropa berria izan nahi dugu eta “txoilorenbat” bilatzera joaten gara.

Aurreko kasu guztietan ordea, non geratu dira lan-baldintzak, produkzioa eta ISO arauak?

Nik dudak zalantza bi faktoreren inguruan planteatzen da; jendea ez dago behar bezala informaturik gaiaren inguruan edo beraiei eragiten ez dietelako nahiago dute prezio merkean kontsumitzea.

4.2.1 GALDETEGI BIDEZKO IKERKETA, METODOLOGIA

Lanaren lehen atalean, hau da, alderdi teorikoan azterturikoarekin eta gaur egungo egoera nire ikuspuntutik ikusiaz sortu zaizkidan zalantzak argitzea da ondorengo helburua. Kontsumitzaileen ikuspegia eta iritzia jakin ahal izateko, ahalik eta lagin altuena lortu nahi izan dut, azken finean, geroz eta lagin altuagoa izan, orduan eta

erantzun barietate altuagoa lortzeko aukera izango dudalako. Beraz, galdera hauek inkesta baten bidez planteatzea erabaki dut ondorengo webgune baten bidez (Manager.e-encuesta.com, 2018), modu horretan hau hedatzea eta hau kontsumitzaile ezberdinetara helaraztea errazagoa baita internet bidez.

Inkesta hau 14 galdera ezberdinez osaturik dago, alde batetik kontsumitzaileen erosketa prozesua aztertzen dutena, alegia, erosterako orduan zer behatzen duten eta nora joaten diren aztertzen du. Eta bestetik, egoeraren inguruan duten jakintza eta iritzia aztertzea izan da helburua. Horretarako gizarte-erantzukizunaren inguruko hainbat galdera egin dizkiet eta gaiaren inguruan zenbaterainoko informazioa duten jakin nahi izan dut. Azkenik, kontsumitzaileen ikuspegi hori aztertu ondoren komertzio txikien ikuspegia ere landuko dudanez, hauen inguruan duten ikuspuntua ere eskatu diet, eta komertzio handi nahiz txikien artean non erosten duten gehiago aztertu nahi izan dut.

Inkestaren azkeneko galdera, ordea idazteko galdera bat izan da. Egoera ezagutarazi ondoren, euren ikusten dituzten irtenbide ezberdinak ezagutu nahi izan ditut eta modu horretan, niri ordura arte bururatu ez zaizkidan ideia ezberdinak planteatu eta gaiaren inguruan erreflexio bat egin.

Lanaren amaieran aurkitu daiteke inkesta hau eranskinean eta bertan ikus daiteke duen formatua. Gainera, inkesta honekin ikerketa burutzeko datuak lortzeaz gain, kontsumitzaileek inkesta bete ahala erreflexio bat burutzea izan da nire helburuetako bat.

Galdetegi hau burutu ondoren, hainbat sare sozialen bidez zabaldu dut hau eta 100 pertsonako lagina lortu ostean galdetegia itxi dut. Lagin horretan esan beharra dago sexu eta adin barietate handia dagoela. Gainera, Euskal Herritik kanpo ere kontsumitzaile batzuek burutu dute inkesta hau. Erderaz egoteko arrazoia beraz, kanpotarrek ere burutu izana da, edota hemen Euskal Herrian euskaraz hitz egiten ez duen jendeak ulertu zezan.

Inkesta itxi ondoren, emaitza horiek aztertu eta modu ulergarri nahiz bisual batean aurkeztuak izan daitezkeen grafiko ezberdinak egin ditut. Kasu batzuetan barra bidezko grafikoak eta beste batzuetan tarta deituriko grafiko bidez. Azken galdera aldiz idaztekoa denez, ehun pertsonen iradokizun guztiak irakurri eta orri batean bildu ditut. Erantzun

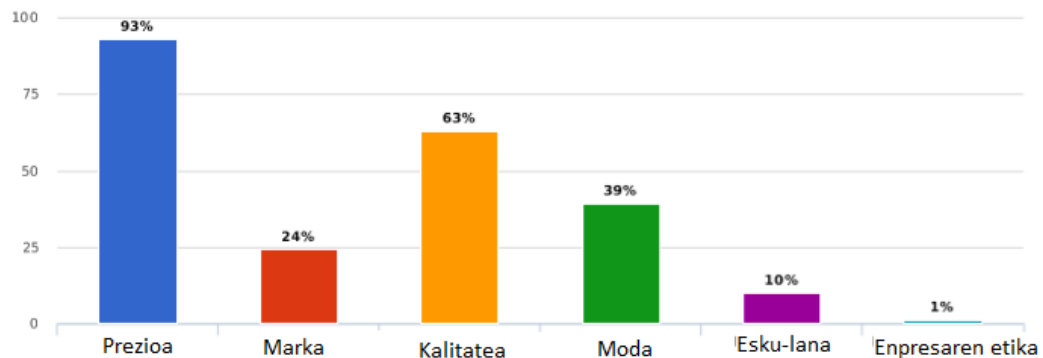
asko errepikatzen direnez, ideia nagusiak hartu eta azaldu ditut. Gainera, ideia horien artean orain arte lanean planteatu ez ditudan iradokizun berriak ere aurkitu ditut.

Datozen puntuetan beraz, ahalik eta modu sakonenean aztertuko ditut galdera horiek lortu ditudan emaitzekin txosten bat burutuaz.

1. Galdera:

Lehenengo galdera honetan, helburua kontsumitzaile ezberdinek erosterako orduan zein faktore hartzen dituzten kontutan ezagutzea izan da. Faktore horien artean aukeratu ditudanak prezioa, marka, moda, kalitatea, esku-lana eta enpresaren etika izan dira. Jakina da faktore gehiago ere egongo direla, baina entzunenak edota garrantzitsuenak iruditu zaizkit aurreko hauek. Inkestako erantzunak ikusi aurretik nire aburuz nagusienak prezioa eta moda direla esango nuke. Eta emaitzek ondorengoa adierazten dute:

1. Zein faktore hartzen dituzu kontutan erosterako orduan?



Erantzuna	Ehunekoak	Kantitatea	Estadistikak
Prezioa	93.00%	93	Guztirako partizipazioa 100
Marka	24.00%	24	Batuketa 0.00
Kalitatea	63.00%	63	Batezbestekoa 0.00
Moda	39.00%	39	Desbiderapen estandarra 0.00
Esku-lana	10.00%	10	Minimoa 0.00
Enpresaren etika	1.00%	1	Maximoa 0.00
Erantzunak guztira		100	

Iturria: elaborazio propioa

Galderak argi dioen bezala beraz, jendeak kontutan hartzen dituen faktoreak bozkatu ditu, alegia, faktore bat edota gehiago hautatu ahal izan dituzte. Argi eta garbi ikus daiteke grafikoan irabazle nagusia prezioa dela %93 batekin. Beraz, aurrez espero nuen bezala, kontsumitzaileok berebiziko garrantzia ematen diogu prezioari.

Horri jarraiki, esan nezake orokorrean guztiok egoten garela beherapenen zain esate baterako. Guzti hau gaur egunean bizi garen sozietate kontsumistaren ondorio dela uste dut. Geroz eta merkeago erosi produktuak, orduan eta gehiago erosi genezake eta geure patrika begiratzeko ohitura handia dugu. Ez ordea, produktu horiek nondik datozen edota nola ekoitziak izan diren. Kontsumoak bultatutako asebetetze-maila dugu, eta ez gure beharren arabera.

Pertsonalki, esan beharra dut bigarren tokian %63 batekin kalitatea egoteak zertxobait harritu nauela. Baina honekin ateratzen dudan ondorioa da jendeak kalitate ona nahi duela, baina noski, ahalik eta gutxien ordainduz. Erderaz esaten den "calidad-precio" erlazioari buruz jardungo genuke beraz. Jendeak kalitatea nahi du eta produktu horren kalitatearen arabera prest egongo da gehiago edota gutxiago ordaintzera. Jakina da, aurrez erabili dudan Primark enpresaren kasuan, produktu horiek ez direla kalitate altukoak.

Hirugarrenez, berdez agertzen den moda faktorea dugu. Datu honen arabera, bozkatu duten 100 pertsonen artean 39k moda faktorea kontutan hartzen dute. Hau aurreko faktoreekin lortuz gero, exigentzia handiko kontsumitzaileak izango genituzke non, garrantzia ematen dieten prezioari, kalitateari eta modakoa izateari.

Arroparen markari laurdenak soilik bozkatu izana ere oso arraroa egin zaidala esan beharra dut. Gogoan dut lehen elkarren artean betiko marka ezagunak (Roxy, Ripcurl, Billabong) asko begiratzen zirela baina badirudi azken bezeroak geroz eta garrantzi gutxiago ematen diola azken honi.

Azkenik, benetan jakin mina sortzen zidaten bi faktoreak ditugu. Hauek, aurrez nuen aurreikuspenekin bat datoz. Esku-lana %1ak soilik hartzen du kontutan, hau da, 100 pertsonen artean bakar batek. Hasiera batean, XXI. mendean egonda eta gai honen inguruan eman diren kasu ezberdinen artean, arraroa da zenbateko hori izatea honelako gai garrantzitsu batek.

Argi eta garbi esan nezake emaitza horrek adierazten duela aspektu horretan oraindik ere lan handia dagoela egiteko. Gizartea ez dago benetan kontzientziatua gaiaren inguruan, nahiago baitute prezio merke batean erostea edota modako nahiz kalitatekoa izatea erosten duten arropa hori. Gerora ordea, esplotazioaren gaiak hitz egiten badugu edonorrekin, ia guztiek berdina esango dute; lotsagarria dela munduan gertatzen dena eta ezin dela hura onartu. Baina nik gutxienez argi ikusten dut, bertan kontra dikzio handi bat dago.

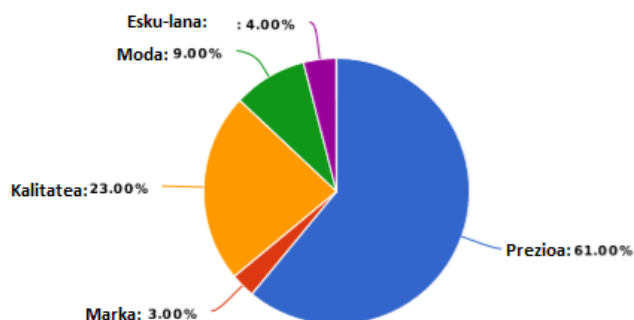
Enpresaren etika badirudi ordea %10ak erreparatzen duela. Zifra baxua den arren, uste baino bezero gehiagok baloratzen dutela ikus nezake. Baina enpresaren etikaren gaia aurrerago aztertuko dut sakonago beste galdera batean oinarrituz.

Laburbilduz, galdera honetatik atera dezakedan ondorio laburra ondokoa da: jendeak prezio baxuan erostea bilatzen du, beste batzuek kalitatea kontutan hartzen dute baina beti ere prezioari behatuz eta azkenik arropa modakoa izatea ere. Baina ondorio honetako zatirik garrantzitsuena esku-lanari dagokio, oso zenbateko urria izan baitu eta hau benetan kezkarria iruditzen baitzait.

2. Galdera

Ondorengo galdera hau aurrekoari jarriki doa. Aurrekoan kontutan hartzen diren faktore ezberdinetaz hitz egin da, baina oraingo honetan, hautatuak izan diren horietatik bezero bakoitzak garrantzi gehien zeini ematen dion adieraztea eskatu diet. Eta ondorengoak dira emaitzak:

2. Lehenengo galderako faktoreen artean, zein da nagusiki kontutan hartzen duzun faktorea? (Bat bakarria aukeratu)



Erantzuna	Ehunekoa	Kantitatea	Estadistikak
Prezioa	61.00%	61	Guztirako partizipazioa 100
Marka	3.00%	3	Batuketa 0.00
Kalitatea	23.00%	23	Batezbestekoa 0.00
Moda	9.00%	9	Desbiderapen estandarra 0.00
Esku-lana	4.00%	4	Minimoa 0.00
Enpresaren etika	0.00%	0	Maximoa 0.00
Erantzun guztiak		100	

Iturria: elaborazio propioa

Lehenik eta behin, datuak erreparatuz esan beharra dut akatsen bat egon dela edota jendeak ez duela oso ongi ulertu galdera, izan ere, lehenengo galderan pertsona bakarrak hautatu du esku-lana eta oraingoan 4 pertsonak. Beraz, akats txiki horri garrantzi handirik eman gabe datuak aztertuko ditut.

Uste bezala, eragile nagusia urdinez ageri den prezioa da %61arekin, hau da, bezeroen erdiak baino gehiagok arropa erosterako orduan prezioari ematen dio garrantzi nagusia. Bigarrenez aldiz, lehenengo galderan bezalaxe, bigarren postuan kokatzen da produktuaren kalitatea eta hirugarren postuan moda. Marka eta esku-lana bigarren

plano batean geratzen dira eta zer esan enpresaren etikaren inguruan, inork ez baitio lehentasuna ematen.

Beste behin ere datu hauek gogoeta bat burutzera eramaten naute Berriz ere garrantzitsuagoa da prezioa eta kalitatea. Inor ez da gogoratzen adingabeko umeak baldintza txarretan lanean dabiltzala. Bertan arropa denda horren dotore eta apainduak daude beraien musika eta guzti non, atzean dagoen guztia estaltzen duten. Beste behin ere berdina azpimarratzen dut, sozietate kontsumista eta kapitalista batean murgilduak gaude. Prezio baxuen atzean dagoena ez badugu ikusten edota nabarmentzen, ez da egunerokotasunean gogoan dugun gai bat. Dendek ere ez dute uzten guzti hau ikusten, beraien produktua apainduko dute eta saltokia erakargarri jarri baina besterik ez. Hau esateko, “Kudeaketa Eredu Berriak” asignaturan Iñaki Herasen erakutsi zigun esperimentu interesgarri batean oinarritu naiz. Bideoa ondoko linkean ikusi daiteke: https://www.youtube.com/watch?v=73936cw2_s8

Bideo horretan ikusi genezakena ondorengoa da; kalean besterik gabe “Vending” makina bat dago, hau da, makinara dirua sartu eta botoiekin nahi duzun produktuaren erreferentzia markatuz momentuan lor dezakezu hau. Makina honetan neurri ezberdineko kamiseta txuriak daude eta hauen prezioa 2 eurotako da. Jendea bertatik pasatzean hortaz, begira geratzen da eta prezio baxuak atentzioa deitzen dietenez kamiseta eroatera gerturatzen dira, oso merkea baita.

Txanpona sartu ondoren orde neurria aukeratu eta jarraian dator esperimentua. Bat-batean irudi eta bideo batzuk ageri dira makinan bertan non, produktu horiek ekoitzi dituzten umeak aurkezten diren eta beraien baldintza kaxkarrak azaltzen diren. Soldata penagarri baten truke egunean hamasei lan-ordu burutzen dituzte eta gainera, adin txikikoak dira hauek. Irudietan ere ikusi daiteke fabrika horiek zein kondiziotan dauden eta langileek duten aurpegietan nabarmendu daiteke euren nekea.

Jendea irudi hauek ikusi ostean kontzientziatu egiten da, gaizki sentitzen da produktu hori erosten. Bideoa amaitu ondoren, pantailan galdera bat agertzen da; *oraindik kamiseta erosten jarraitu nahi duzu, ala sartu dituzun bi euroak dohaintzan eman nahi dituzu?* Beraz, langileentzat dohatzea erabakitzen dute zalantzarik egin gabe gainera.

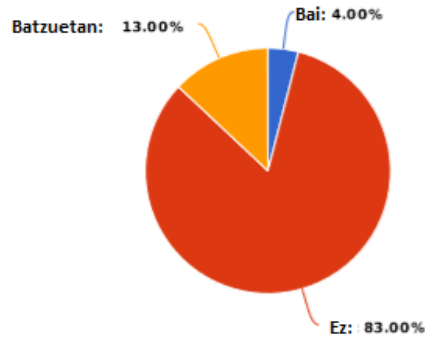
Nire ustez, esperimentu hau oso aproposa da, bai jendea kontzientziazteko eta nagusiki aurrez aipatu dudana ikusteko. Hau da, guztioi ematen digu pena langile horien egoerak eta guztiok esaten dugu ez dela justua, ez baldintza txar horietan lanean jardutea eta ezta adin txikikoak izatea ere. Baina dendeak hau dena estaltzen dutenez, erosterako orduan ez dugu egoera hori buruan, gure armairuan arropa berria izateko nahia asetzea besterik ez baitugu helburu. Ez denez askorik entzuten gaiaren inguruan, ez dugu egunerokotasunean presente. Eta ez hori bakarrik, nire ustez egunerokotasunean eta batez ere erosterako orduan ez badugu gaia kontutan hartzen, esan nahi du ez gaudela kontzientziatuak egoerarekin. Kontzientziatuak egongo bagina gauza hauek ekiditeko aurrerapauso handia izango litzatekelako.

Beraz, inkesta hau bete duten pertsona ia guztiak prezioa kontutan hartzen dutenez, honelako makina bat ikusiz gero ia guztiak erostea erabakiko lukete seguraski eta gerora bideoa ikustean atzera botako lirateke.

Laburbilduz, ikusten ez badugu ez dugu kontutan hartzen atzean dagoen arazoa eta jakina, dendeak ez dute inongo arrastorik utziko, non produzituak izan diren arropa eta produktu horiek, beraz, bertan kontzientziazteko lan handia dagoela aurretik pentsatzen dut.

3. Galdera

3. Kontutan hartzen duzu enpresak araudia betetzen duen? Esate baterako gutxieneko soldata ordaintzea.



Erantzuna	Ehunekoak	Kantitatea	Erantzunak guztira	Estadistikak
Bai	4.00%	4	100	Guztirako partehartzea 100
Ez	83.00%	83		Batuketa 0.00
Batuetan	13.00%	13		Batezbestekoa 0.00
				Desbiderapen estandarra 0.00
				Minimoa 0.00
				Maximoa 0.00

Iturria: elaborazio propioa

Galdera honetan aurrez aipatu ditudan hainbat susmo konfirmatzen dira. 100 bezeroetatik soilik 4 pertsonak hartzen dute kontutan ea erakundeak lan-baldintzen edota kutsaduraren araudia betetzen duen ala ez. %13ak batzuetan adierazi du baina argi eta garbi orokorrean ez da batera behatzen aspektu hau kontsumitzerako orduan, berdin digu nondik eta zein modutara datozen produktuak gustatzen zaizkigun bitartean.

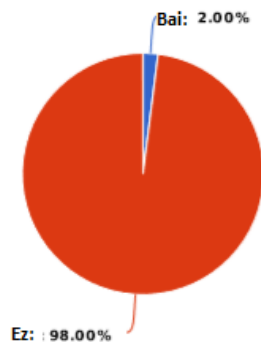
Beste behin ere datu hau oso kezagarria da, askotan entzun dugu hainbat erakundek isurketak egiten dituztela erreketara produktu kutsagarriekin. Merkeago erosi ahal izateko ez du merezi egoera hau egoteak. Azken finean, ingurumenaz gain, hainbat bizidunen kalteak ere ekarriko ditu gainera, ekosistemaren parte baita erreka.

4. Galdera

Aurreko hiru galderetan susmatzen nuen moduan, erantzunak txarrak dira eta hori honela izatearen arrazoiak zeintzuk diren aztertu nahi izan dut. Horregatik laugarren galdera honetan jakin nahi izan dut ea informazio falta dagoen ala ez gaiaren inguruan. Aurrez esan bezala, ikusten dugunean arroparen atzean zein egoera dagoen kontzientziatu egiten gara momentu batez, baina orokorrean informazio urritasuna badago, ez da horren arraroa izango kontzientzia eza izatea gizarteak.

Eta uste bezala, emaitzek ondokoa adierazten dute; %98aren ustetan (jarraian behean dagoen 4. grafikoan ikus daiteke hau) ez dute nahikoa informazio gaiaren inguruan. Azken finean, albistegietan kasu ezberdinak entzun genitzake baina hortik aurrera ezer gehiagorik ez. Eta batez ere, gaur egunean dauden informazio-iturri guztiekin, informazio falta izatea honelako gai garrantzitsu baten inguruan oso tamalgarria da. Agian, komunikazio-bide batzuei ez zaie interesatzen gai honen inguruan espresatzea. Pentsatzeko gauza ugari izan genitzake honen inguruan.

4. Uste duzu nahikoa informazio duzula esplotazio eta atzerriko lan-baldintzen inguruan?

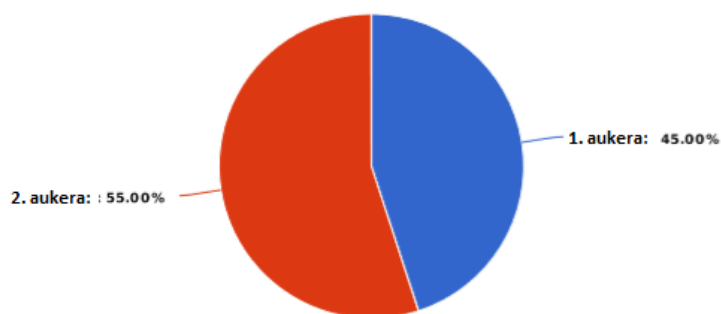


Erantzuna	Ehunekoak	Kantitatea	Estadistikak
Bai	2.00%	2	Guztirako partizipazioa 100
Ez	98.00%	98	Batuketa 0.00
Total de respuestas			Batezbestekoa 0.00
			Desbiderapen estandarra 0.00
			Minimoa 0.00
			Maximoa 0.00

Iturria: elaborazio propioa

5. Galdera

5. Zer duzu nahiago, 50€ ordaintzea galtza baten truke edo arropa ugari erostea adibidez Primarken?



Erantzuna	Ehunekoa	Kantitatea	Estadistikak
1. aukera	45.00%	45	Guztirako partizipazioa 100
2. aukera	55.00%	55	Batuketa 0.00
Erantzun guztiak			Batezbestekoa 0.00
			Desbiderapen estandarra 0.00
			Minimoa 0.00
			Maximoa 0.00

Iturria: elaborazio propioa

5. galdera honekin, berriz ere kontsumitzaileek prezioari zenbateko garrantzia ematen dioten aztertu nahi izan dut. Azken finean, aurrez esan dudana bezala, gizarte kontsumista batean gaudenez, orokorrean nahiago izaten baita arropa gehiago izatea beste hainbat gauza baino lehenago.

Esan beharra dago, galdera honetako emaitzak oso parekatuak daudela. Elkarren artean %10eko desberdintasuna besterik ez dago eta egia esan, ez nuen espero horren parekatuak egotea. Nire ustez, lehenengo aukerak, hau da, 50€ galtza batengatik ordaintzeko prest dauden horiek kalitatea kontutan hartzen dute produktua erosterako orduan. Seguruenik, produktuak duen gain prezio horrek kalitate hobetua ziurtatzeaz gain, epe luzera begira gehiago iraungo du.

Primark enpresan ordea, badakigu 50 euroekin galtzak, kamiseta, jertsea, zapatak eta beste hainbat konplementu erosi genitzakeela. Eta inkesta bete duten bezero erdiek baino gehiagok nahiago dute bigarren aukera hau.

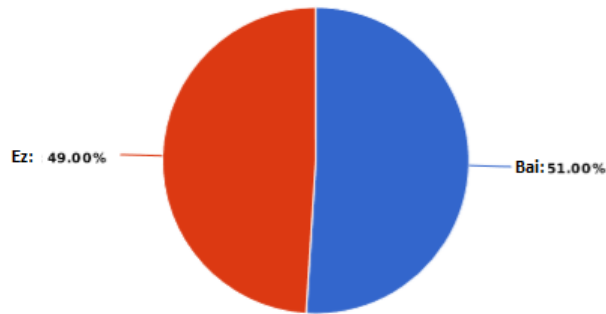
Nire harridurarako beraz, emaitza hau uste baino hobeagoa izan da eta agian lehenengo aukera hautatzeko arrazoi nagusia atzean dagoen lan-baldintza horiena ez bada ere, komertzio txikientzat puntu positibo bat dela hau esan nezake.

6. Galdera

Lehen, laugarren galderan zehazki, ehun pertsonen artean soilik bi pertsonek adierazi dute nahikoa informazio dutela ekoizpeneko baldintza kaxkarren eta kutsaduraren inguruan. Gainontzekoek aldiz, informazio urritasuna dagoela adierazi dute. Datu hau kezkgarritzat hartu dut eta gainera, kontsumitzaileok erakunde mota horietan erosten jarraitzeko arrazoitzat ere hartu dut.

Orain ordea, ikus dezagun informazio falta hori dagoen arren, jendeak benetan ba ote dakien zer dagoen prezio baxu horien atzean. Galdera honakoa da; ba al dakizu zer dagoen bi euro balio dituen kamiseta baten atzean?

6. Kontzientea zara 2 eurotako kamiseta baten atzean dagoenaz? (adib: esplotazioa?)



Erantzuna	Ehunekoak	Kantitatea	Estadistikak
Bai	51.00%	51	Guztirako partizipazioa 100
Ez	49.00%	49	Batuketa 0.00
Erantzun guztiak		100	Batezbestekoa 0.00
			Despiderapen estandarra 0.00
			Minimoa 0.00
			Maximoa 0.00

Iturria: elaborazio propioa

Esan daiteke, orain arteko erantzunen artean hau izan dela parekatuen egon dena. %2ko aldea besterik ez dago baiezkoaren eta ezezkoaren artean. Kontsumitzaileen erdia ez bada kontzientea horren merke saltzen den produktu baten atzean zer dagoen, benetan kezagarria da.

Aurrekoarekin jarraituz, ikusi dugu ia inork ez duela gaiaren inguruan informazio nahikorik, baina beti ere susmoa egon ohi da. Nik ezezkoa bozkatu dutenen artean bi interpretazio mota egin nitzake; alde batetik, benetan ez daukatela ideiarik informazio ezagatik eta ez direla pentsatzen jartzen nola den posible kamiseta hori bi euroren truke erostea non, prezio horretan eskulana ordaindu behar den, dendako langileen soldata, argi-indarra, alokairua, produktuaren inportazioa eta beste horrenbeste. Bestetik ordea, jendea agian kontziente da zer dagoen atzean, baina esan nahi izan duena da erosterako orduan ez duela pentsatzen egoera horretan. Baizik eta berak produktu merkea ikusten duenean, bere patrikari ematen diola garrantzia eta ez beste ezeri.

Laburbilduz, beste behin ere sozietate kontsumistaren ondorio dela esan nezake, informazio ezaren eta hau ezkutatu nahi izatearena zehazki. Azken finean, kontsumismo honek hainbat pertsonen legeak adierazten dituen eta gizabanako bakoitzak oinarrizko beharrak betetzeko adina ez izatea ekartzen du. Oinarrizko beharrak betetzeko eskubidea du gizabanako orok eta hau izan behar du, baina oraindik ere XXI. mendean hau ez da horrela. Kontsumismoa gizarte berekoi baten sinonimotzat har daitekeela planteatu nezake.

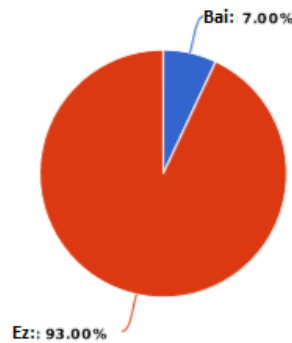
Bestalde, kontsumoa ekiditeko edota gutxienez, gutxitzeko diharduten erakundeek, jakina da prebentziorako hainbat jarduera bete beharko dituztela. Honek jakina kostu bat du eta pentsatzen jarritz gero, bi euroko kamisetak saltzeko gai bada organizazioren bat, kutsadura ekiditeko gastua ez da handia izango edota ez da egongo. Hauek ez dute ingurugiroa kontutan hartzen, produkzio fabrika herrialde ezberdin batean dutenez, ez zaie axola hau kutsatzea, beraiei zuzenean ez baitiote eragiten eta gainera, kostua murrizten baitute. Baina ez dira kontzienteak modu horretan planetari egiten ari zaien kalteaz. Baliabideen urritasunaz gain, kutsaduraren bidez ozono geruza esate baterako zulatzen ari gara, geroz eta gaixotasun gehiago daude kutsaduraren ondorioz ere eta berdin digula ematen du. Erritmo honekin jarraitzen badugu, momentu bat iritsiko da non, ez planetak eta ez gizakion gorputzak kutsadura guzti hau jasan ezingo dutena. Eta jada berandu izango gara konturatzerako.

7. Galdera

Orain arteko galderekin beraz, helburu nagusiak izan dira kontsumitzaileentzat zein faktore diren garrantzitsuenak ezagutzea, zenbaterainoko informazioa duten jakitea eta baita ere zenbaterainoko kontzientzia duten neurtzea gaiaren inguruan. Guzti hori jakitea garrantzitsua izan da, izan ere, hasiera batean aipatu dudan beste helburuetako bat klasean entzun nuena aztertzea izan da; kontsumitzaileok enpresak presionatzen ditugu guztia modu legal eta etiko batean egiteko edo ez?

Hau kontsumitzaileek beraiek erantzungo dute, ea beraiek presio hori burutzen duten edota inguruan dagoela sentitzen duten adieraziz. Inkestaren emaitzak aztertuko ditut beraz.

7. Orokorrean, uste duzu kontsumitzaileok enpresei presioa eragiten diegula esplotazioa eta antzerako jardunak ekiditeko?



Erantzuna	Ehunekoak	Kantitatea	Estadistikak
Bai	7.00%	7	Guztirako partizipazioa
Ez	93.00%	93	Batura
Erantzunak guztira		100	Batezbestekoa
			Desbiderapen estandarra
			Minimoa
			Maximoa

Iturria: elaborazio propioa

Argi eta garbi, grafikoan ikus daiteke kolore bat asko nabarmentzen dela bestearen gain. Indar handia izan duen erantzuna ezezkoa izan da, hau da, ehun pertsonen artean 93ek uste dute ez diegula presiorik eragiten organizazioei. Nik ere berdina pentsatzen dut, gaizki irudituko zaigu esplotazioa adibidez, baina berdin kontsumitzen dugu erakunde horietan.

Presio mota ezberdinak egon daitezke, adibidez bertan ez kontsumitzea, manifestazioak burutzea modu horretan kasua hedabideetan zabaldu dadin eta jendea kontzientziatu dadin hau ezagutaraztera eramanaz, kexak jartzea erakunde publikoek zerbait egin

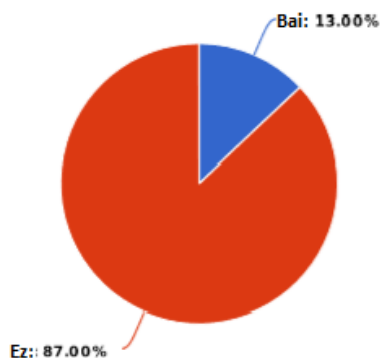
dezaten honen aurrean besteak beste, baina nik ere ez dut honelako akziorik ikusten egoera honen aurrean.

Nire aburuz, egiteko gehiena erakunde publikoek dute baina kontsumitzaileok ere badugu boterea. Arazoa da oso zaila dela guztiok elkartzea, batez ere dagoen informazio faltarekin. Eta baita ere jendeak nahiago duelako merke erostea.

8. Galdera

Ondorengo galdera zazpigarrenari jarraiki doa, galdera berdina baita baina oraingo honetan kutsadurarekin ea presiorik eragiten dugun galdetu baitut.

8. Eta kutsadurarekin?



Erantzuna	Ehunekoa	Kantitatea	Estadistikak
Bai	13.00%	13	Guztirako partizipazioa 100
Ez	87.00%	87	Batuketa 0.00
Erantzunak guztira			Batezbestekoa 0.00
			Desbiderapen estandarra 0.00
			Minimoa 0.00
			Maximoa 0.00

Iturria: elaborazio propioa

Erantzunetan badirudi %13aren ustetan kontsumitzaileok enpresak kutsaduraren inguruan presionatzen ditugula. Beraz, jendearen aburuz, gehiago presionatzen ditugu kutsaduraren inguruan esplotazioaren inguruan baino.

Egia esan, ez dakit zein izan daitekeen arrazoa, hemen bertako erakundeetan egia da kutsadura kontutan hartzen dela eta esplotazio kasuak gehiago direla atzerrian. Baina posible egin behar da jendeak kontzientzia gehiago izatea ingurumenaren inguruan. Egia da, hemen bertan birziklatzea eta antzeko ekimen ugari egiten direla eta jendeak gehiago entzuten duen kontzeptu bat dela. Baina esplotazioa kutsadura bezain larria da eta ez luke desberdintasunik egon beharko bien artean.

9. Galdera

Esplotazio edota kutsadura kasu larriak entzuten dira hainbat atzerriko herrialdetan. Baina ongi behatuz gero, ikusi genezake erakundeek beraien web orrialdean atal bat izaten dutela etika eta araudiaren inguruan. Primark-en kasua aztertu nuenean SA14001 arau estandarra inplantatua izateaz gain, etikaren atala ere badutela ikusi nuen.

Irudian agertzen dena Primark enpresaren webgunearen hasierako orrialdea dugu. Bertan, gorriz borobildurik agertzen da *“nuestra ética”* atala. Gehiago jakiteko, bertan sartu naiz beste behin eta bertan konpromezu ugariaren inguruan hitz egiten dute. Adibidez, hasiera batean aipatu ditudan arau estandarren inplantazioan (ikus ondorengo 3. irudian). Baina etikaren inguruko leihatilari klikatuz gero, lehenik eta behin agertzen den lehenengo esaldia handiz honakoa da;

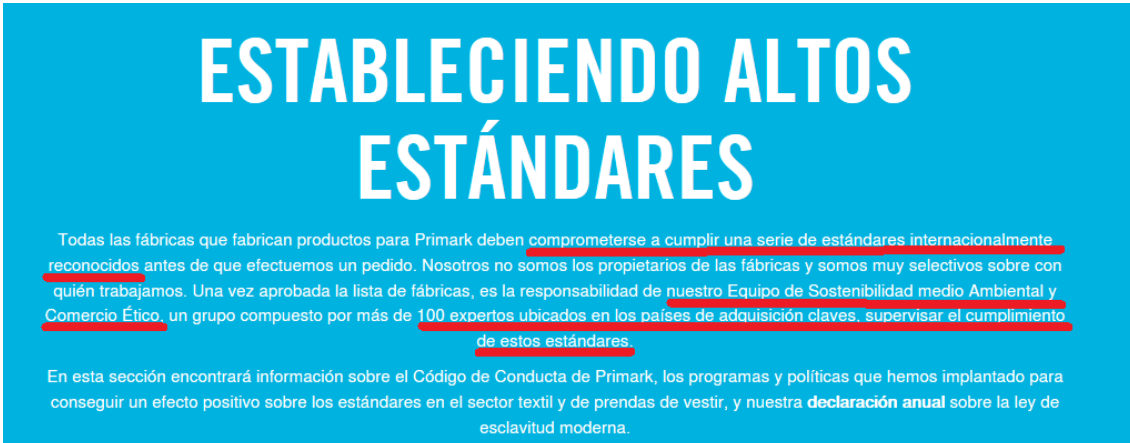
3. irudia: etikako leihatila



Iturria: (Primark.com, 2018)

“Honela eskaintzen dugu kalitate altua prezio baxuetan.” Hori da hasiera batean erakusten diguten esaldia. Eta nik ondokoa planteatzen dut, Badirudi prezio baxuak justifikatzen dabiltzala. Azken finean, organizazio hau prezioen eraginez baita ezaguna. Bertan, informazio gehiago eskuratzeko leihatilari sakatu diot eta hainbat gauza aurkitu genitzake bertan.

4. irudia: arau estandarrei buruzko Primark-eko informazioa



ESTABLECIENDO ALTOS ESTÁNDARES

Todas las fábricas que fabrican productos para Primark deben comprometerse a cumplir una serie de estándares internacionalmente reconocidos antes de que efectuemos un pedido. Nosotros no somos los propietarios de las fábricas y somos muy selectivos sobre con quién trabajamos. Una vez aprobada la lista de fábricas, es la responsabilidad de nuestro Equipo de Sostenibilidad medio Ambiental y Comercio Ético, un grupo compuesto por más de 100 expertos ubicados en los países de adquisición claves, supervisar el cumplimiento de estos estándares.

En esta sección encontrará información sobre el Código de Conducta de Primark, los programas y políticas que hemos implantado para conseguir un efecto positivo sobre los estándares en el sector textil y de prendas de vestir, y nuestra declaración anual sobre la ley de esclavitud moderna.

Iturria: (Primark.com,2018)

Bertan garbi irakurri daiteke “konpromezua hartzea hainbat arau estandar internazional aitortuak betetzearekin” , hau da, ISO arauetara buruz hitz egiten ari dira, hainbat dituztela implantaturik eta hauek betetzean oinarritzen dela beraien jardura. Gerora, baita ere, esaten du “Equipo de Sostenibilidad medio Ambiental y Comercio Ético” bat dutela non, bertan ehun aditu dauden eta hauek arduratzen diren arau estandarrak betetzen direla berrikustez.

Nire ustez, aditu horiek hirugarren pertsonak izan ordez bertakoak direnez, hainbat gauzetan iruzurrak egiten dituztela esango nuke, hau da, demagun informe bat egiten dutela. Bertan guztia ongi dagoela adieraziko dute honela ez den arren eta modu horretan zertifikatua lortuko dute non, hauek adieraziko duten arau estandarrak betetzen dituela. Honekin ordea kontsumitzaileak eta gainontzeko erakundeak engainatu egiten dituzte.

Azkeneko irudia aztertuko dut orain Primark-en webgunearekin amaitzeko. Kasu honetan nagusiki aztertzen ari naizen gaiaren inguruan oinarritzen da; langile eta ingurugiroan. Hona hemen azkenekoa 5. irudian ikusi daitekeen moduan;

5. irudia: langile eta ingurugiroaren inguruko Primark-en informazioa

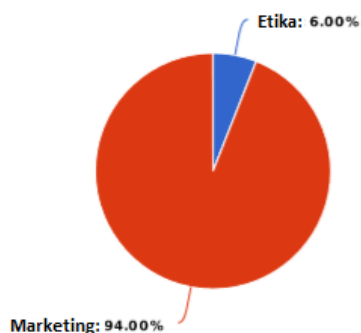


Iturria: (Primark.com,2018)

Azken irudi honetan beraz, esan bezala argi eta garbi irakurri daiteke erakunde honetako produktuak ekoizterako orduan jendea nahiz planeta errespetatzen dituztela. Gerora ordea albisteek ez dute hori adierazten.

Hori dela eta, jendeari galdetu nahi izan diet beraien ustetan ea zenbait erakundek duten etikaren inguruko leihatila hori egia den edota marketing tresna bat besterik ez den.

9. Enpresek beraien webguneetan euren etikari buruz hitz egiten dute, zer uste duzu, egia dela bertan diotena edo marketing hutsa dela?



Erantzuna	Ehunekoak	Kantitatea	Estadistikak
Etika	6.00%	6	Guztirako partizipazioa 100
Marketing	94.00%	94	Batura 0.00
Erantzunak guztira			Batezbestekoa 0.00
			Desbideratze estandarra 0.00
			Minimoa 0.00
			Maximoa 0.00

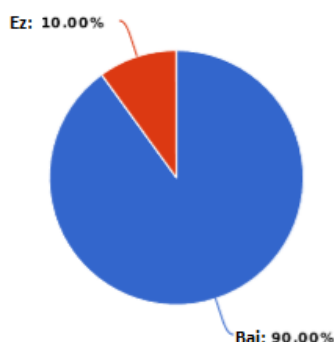
Iturria: elaborazio propioa

Erantzuna oso garbia da, ia denek uste dute marketing tresna hutsa dela guzti hau. Ni ere egia esan ados nago, izan ere, auditore edota adituak enpresa handietan bertakoak izaten dira eta iruzur ugari egoten baitira. Eta hau ez da asmatzen den zerbait, baizik eta kasu ugari eman dira non, ikusten den iruzurrak egon direla eta esaten zena ez zutela betetzen.

10. Galdera

Ondorengo azken galderetan, ikerketaren beste puntu bat aztertu nahi izan dut, zehazki denda txikien egoera. Hau aurrerago komertzio txikien iritzi bidez aztertuko badut ere, kontsumitzaileen ikuspegia jakin nahi izan dut. Horregatik galdetu diet ea beraien ustez denda txikiek desabantaila duten enpresa handien aurrean, nagusiki beraien jarduera ilegal eta ez etikoen eraginez. Eta ondokoa izan da erantzuna:

10. Zure ustetan, enpresa handien jardun hauek eragin txarra eragiten diete komertzio txikiei?



Erantzuna	Ehunekoa	Kantitatea	Estadistikak
Bai	90.00%	90	Guztirako partizipazioa
Ez	10.00%	10	Batura
Erantzunak guztira			100
			Batezbestekoa
			Desbiderazio tipikoa
			Minimoa
			Maximoa

Iturria: elaborazio propioa

Baiezkoa da ezetzaren gain askorengatik irabazi duen erantzuna. Beraien ustetan denda txikien arazo nagusienetako bat, edota gutxienez eragin negatiboa, dute erakunde handien jokaera ez etikoek. Hau egia da, kopuru handian ekoizteaz gain, langileen soldata baxuei “esker” eta beste hainbat arrazoiengatik enpresa handiek prezio merkeagoak ezartzen baitituzte eta denda txikiek ez dute aukera hori izaten. Hori bai, hau denda txikietan burutuko dudan galdetegian ziurtatuko dut aurrerago.

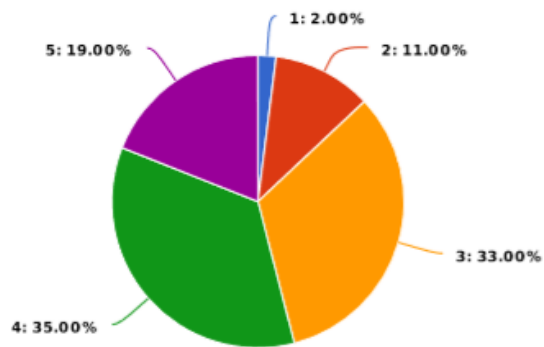
Hala ere, arrazoi honez gain, guk ere kalte egiten diegu denda txikiei, adibidez gehiago kontsumituz zentro komertzialetan prezioak direla eta. Gehiago erosten dugu online bidezko dendetan herrian bertan denda txiki batean erosi genezakenean zerbait. Esate baterako, liburu bat Amazon bidez erostean berez herriko dendetan liburu hori lor zitekeenean. Gai honekin ere gogoeta bat burutu beharra dago, denda txikien egoera geroz eta okerragoa baita.

11. Galdera

Komertzio txiki eta handien arteko desberdintasuna aztertzen jarraitu ahal izateko, ondorengo bi galderak ea zein aniztasunekin kontsumitzen duten bakoitzean puntuatzeko eskatu diet. Galderan argi adierazten den moduan, 1 zenbakiarekin puntuatuz gero esan nahi du ez duela inoiz erosten denda mota horietan eta 5 puntuaketarekin aldiz, beti bertan erosten duela.

Hamaikagarren galdera hau lehenik eta behin zentro komertzial edota enpresa handien ingurukoa da. Kasu honetan emaitzak nahiko banatuak daude ondorengo 11. grafikoan ikusi genezakeen bezala:

11. Zein maiztasunekin erosten duzu zentro komertzialetan? (1 inoiz izanda eta 5 beti).



Erantzuna	Ehunekoa	Kantitatea	Estadistikak
1	2.00%	2	Guztirako partizipazioa 100 Batura 358.00 Batezbestekoa 3.58 Desbiderapen estandarra 0.98 Minimoa 1.00 Maximoa 5.00
2	11.00%	11	
3	33.00%	33	
4	35.00%	35	
5	19.00%	19	
Erantzunak guztira			100

Iturria: elaborazio propioa

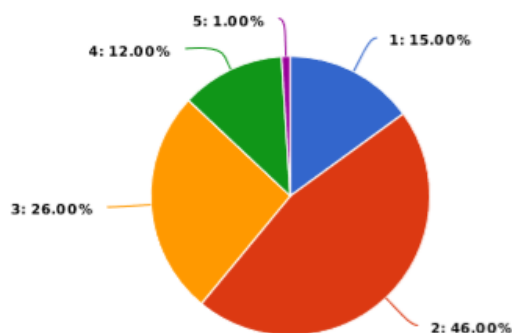
Inoiz bertan erosten ez dutela adierazi dutenak bi pertsona besterik ez dira izan eta beste hamaikak oso gutxitan kontsumitzen dutela hauetan adierazi dute. Beraz, oso argia da bezero ugari dituztela zentro komertzialek. Gainera, %19ak adierazten duenez beti bertan erosten ditu arropak. Horretaz gain, estatistiken taulan ikusi daitekeen moduan, datuen batzuetan bestekoa 3.58koa da. Hau da, hiru eta lau puntuazioen artean dago puntuazioa eta horrek esan nahi du batzuetan eta ia beti zentro komertzialetan erosten dutela.

Hori dela eta, esan daiteke orokorrean kontsumitzaileontzat arropa erosteko toki gustukoenetako bat dela. Jende asko joaten delako bertara.

12. Galdera

Aurreko galderari jarraiki, ondorengo honetan galdera berbera egin dut baina orain aniztasuna denda txikietan oinarrituz. Hortaz, aurrez egin dudana moduan, puntuaketak aztertu eta ondoren hamaika eta hamabigarren galderen bidez konparaketa bat burutu eta ondorioren bat aterako dut.

12. Eta denda txikietan?



Erantzuna	Ehunekoak	Kantitatea	Estadistikak
1	15.00%	15	Guztirako partaidetza 100 Batura 238.00 Batezbestekoa 2.38 Desbiderapen estandarra 0.91 Minimoa 1.00 Maximoa 5.00
2	46.00%	46	
3	26.00%	26	
4	12.00%	12	
5	1.00%	1	
Erantzunak guztira			100

Iturria: elaborazio propioa

Ikus daiteke datuek 180 graduko itzuli bat ematen dutela, izan ere, kasu honetan beti denda txikietan kontsumitzen duten bezero kopurua bat besterik ez baita. Aldiz, inoiz bertan erosten ez dutenen ehunekoa %15eraino igotzen da. Bestalde, batz bestekoa aztertuz, 2.38 batean dagoela ikusten dugu. Hau da, denda txikietan jendeak ez du erosten ia inoiz edota batzuetan soilik erosten du bertan. Normalean, batz besteko hori izan daiteke jendeak zerbait puntuala behar duenean soilik begiratzeko duela komertzio txikietan. Baina erosketan anitzak egiterako orduan, zentro komertzialak dituela nahiago. Hala nola, zentro komertzialek argi dago indar berezia dutela denda txikien gain, jendeak askoz gehiago kontsumitzen baitu hauetan. Hori horrela izateko argi dago alde batetik prezio faktorea dugula, orokorrean denda txikietako prezioak garestiagoak izaten baitira, eta aldiz, zentro komertzialetako ondasunak merkeagoak.

Dena den, arrazoi ezberdinak izanda ere, gu geuk erabakitzen dugu denda txikietan gutxi kontsumitzea, eta aurrerago soluzioak aurkitzen saiatuko bagara ere, guk ematen diegu boterea erakunde handiei.

Ondorengo planteamendu bat bururatzen zait; komertzio txikien bidez, bertako produktu eta esku-lana sustatzen dugu. Baina errealitatean ez dakit zenbateraino hartzen dugun kontutan produktuen jatorria zein herrialdeetako den.

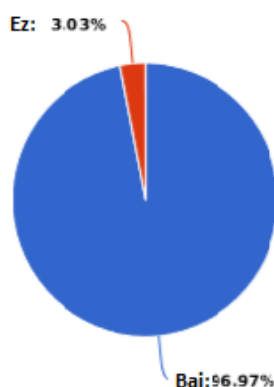
13. Galdera

Inkestaren amaierara iristen ari naiz, gauza batzuk argiago geratu zaizkit jada eta gauza gehiago ulertzen ditut orain. Baina egia da jendeak ez dakiela oso ongi zer esan nahi duen enpresaren gizarte-erantzukizunak. Hasieran aztertu dudak bezala, oso kontzeptu zabala baita eta modu ezberdinetara interpretatu daitekeelako. Baina gutxi gora behera guztiok buruan kontzeptu bat dugula esango nuke, zehazki, modu zuzen batean jokatzearena.

Hau horrela izanik, jendearen ustetan enpresaren gizarte-erantzukizunaren kontzeptua garrantzitsua ote den jakin nahi izan dut. Posible da jendeak garrantzirik ez ematea gaiari eta guztiak berdin jarraitzen badu inportantziarik ez ematea. Hau da, agian berari egoera honek eragiten ez dionez eta prezio merkean kontsumitu dazakenez gustura dago.

Ikus ditzagun beraz inkestan agertzen diren erantzunak:

13. Uste duzu gizarte-erantzukizuna garrantzitsua dela?



Erantzuna	Ehunekoak	Kantitatea	Estadistikak
Bai	96.97%	96	Guztirako partaidetza 99
Ez	3.03%	3	Batuketa 0.00
Erantzunak guztira			Batezbestekoa 0.00
			Desbiderapen tipikoa 0.00
			Minimoa 0.00
			Maximoa 0.00

Iturria: elaborazio propioa

Esan beharra dago kasu honetan pertsona batek hutsik utzi duela erantzuna beraz, 99 pertsonak erantzun dute galdera hau. Gutxienez, izan duen erantzunak poztu egiten nau, ikusten den grafikoan ia %100ak baiezkoa bozkatu baitu. Hiru pertsonen arabera hau guztia ez da garrantzitsua baina ia denen ustez bai.

Erantzun hau ikusita beraz, jendearen ustetan garrantzitsua bada, argi dago lana egin behar dela honetan. Badakite gutxi gora behera zer dagoen eta zein izan beharko litzatekeen egoera zuzena, baina ez dute horrenbeste informazio. Beraz, ikusten den moduan oraindik ere lan ugari dago egiteko.

14. Galdera

Azken galdera honetan, jendearen iritzia eskatu dut beraien ustetan zein soluzio posible dauden galdetuz. Egia esan erantzun mota ugari izan ditut, batzuk oso tipikoak eta beste baten bat originalagoa. Bada ordea erantzunik idatzi ez duen jendea ere edota ez dakiela adierazi duenik.

Asko errepikatu egiten dira, beraz, guztiak irakurri ondoren ideia garrantzitsuenak hautatu ditut:

Lehenik eta behin, galderari jarraiki hainbat adibide adierazi nituen soluzio posible gisa. Horietako bat enpresa mota hauetan kontsumitzeari uztea zen. Eta esan beharra dago jende askok berdina pentsatzen duela eta soluzio gisa hau adierazi duela.

Bestetik, hau ere adibide gisa adierazi nuen, multak edota isunak oso aipatuak izan dira. Batzuek multa soilik adierazi dute baina beste askok isun horiek altuak izatea edota zenbatekoa igotzea azaldu dute. Azken finean, erakunde handi horiek diru ugari dute eta beraientzat multa bat ez da ezer izango gerora jarduera zehatz batzuekin multaren zenbatekoa bidertuta irabazten badute.

Jende ugari ere kontzientziazioaren gaiaren inguruan jardun du. Gizartea kontzientziaztea garrantzitsua dela iruditu zaie, eta jakina, horretarako informazio gehiago egotea. Adibidez, inkesta bete duen pertsona batek erantzun original bat adierazi du. Alde batetik, adierazten zuen sozietatea kontzientziatu ahal izateko hainbat kanpaina, bideo, langile horien benetako errealitatea zein den ikusteko aukera gehiago izatea, isunak eta antzerako ekintza gehiago adierazi ditu. Eta bestetik, pertsonaia publikoek lagundu egin beharko luketela idatzi du. Horien artean ditugu "influencer" deituriko pertsonaia ospetsuak, aktoreak, "youtuber" pertsonaiak eta kantanteak adibidez eta hau ez litzateke batere txarra izango, jende ospetsuak eragin handia baitu gizarte honetan.

Enpresa hauek araudia bete arte itxita mantentzea beste aukeren artean dugu. Baita ere, lan-baldintza txarren kasuetan segurtasun gehiago ezartzea, arauak betearaztea derrigorrez, bertako produktua indartzea, enpresa hauei boikot bat egitea besteak beste.

Orokorrean soluzio horiek kontutan izaten ditugu, baina bada jendea non beste ikuspuntu batetik aztertu duen guzti hau.

Hasteko, bada jendea adierazi duena ez dagoela soilik gure eskuetan egoera hau. Hau da, guk gauzak aldatu bagenitzake ere, hainbat pertsonen ustetan Gobernuak ere esku hartu beharko luke gai honetan. Gainera, batek adierazi duen moduan, ez geuk soilik, gainontzekoek ere ez badute ezer egiten egoera hau aldatzeko, denda txikiak desagertzeko arriskuan egon litezkela adierazi dute.

Jendeak ere adierazi du, aurrez esan dudana moduan, lan-baldintza txarrak dituzten erakundeetan ez kontsumitzea, baita ere adierazi dute denda txikietan gehiago kontsumitzea beharrezkoa dela.

Azken hauen artean, soluzio gisa idatzia izan den arren, beste desabantaila bat adierazi du denda txikientzat. Esan duenaren arabera, bai denda txikiek eta baita zentro komertzialek, ordutegi berdina izan beharko lukete. Ni honekin ados nago, ordutegi aldetik zentro komertzialetan lan ordu asko egiten dituzte, azken finean, langile gehiago kontratatu baititzakete. Denda txikiek ordea, langile gutxi izaten dituzte eta ezin dituzte horrenbeste ordu sartu lanean. Ni Orio izeneko herrian bizi naiz, eta ikusten dut denda txikiek jasaten duten presioa. Hau geroago aztertuko badut ere, nire herriko denda txikiek jai egunetan, adibidez igandeetan ere, dendak irekitzen dituzte salmentak areagotu ahal izateko.

Denda txikiei abantaila eman nahian, baten batek ere soluziotzat eman du zerga bat ezartzea eremu handia duten enpresentzat, modu horretan denda txikiekiko berdintasun handiagoa izan dezaten.

Bada ordea aldatu behar dutenak denda txikietako prezioak direla adierazi duenik ere, zehazki prezio hauen jaitsiera eskatzen dutenak.

Beste batzuek ordea, adierazi dute erakunde handiak soilik ez direla esplotazioa burutzen dutenak. Baizik eta luxuzko beste hainbat markek ere esplotazioa burutzen dutela eta horretarako ezinbestekoa dela Gobernuaren esku-hartzea.

Azkenik, batek dio erosketak burutu beharko genituzkeela garantia ziurtatzen diguten zertifikatu edota zigilu bat duten establezimenduetan. Non hauek auditoreak hirugarren pertsona bat edota erakundetik kanpokoak diren eta ez bertakoak eta iruzurrak burutzen dituztenak.

4.3 KOMERTZIO TXIKIAREN IKUSPEGI ETA EGOERA

4.3.1 IKERKETA METODOLOGIA

Idea horiek guztiak aproposak dira, eta hainbat ideiekin ados nago, baina soluzioak eman baino lehen garrantzitsua da denda txikien iritzia jakitea eta dituzten desabantailak adieraztea. Horregatik, orain elkarrizketaren bat burutuko dut baina kasu honetan nire herriko, hau da, Orioko denda txikietako hainbat autonomoei.

Orion, herriko denda txikien artean Arkupe deituriko elkarte bat osatu zuten non, helburu gisa komertzio txikia indartzea duen hainbat jarduera aurrera eramana. Adibidez, orain 2018 urteko udaran “Los 40 principales” musika jaialdiaren antolaketan parte hartu zuen elkarte honek. Hori dela eta, Arkupe elkartearekin kontaktuan jartzen saiatu naiz, beraiek inork baino hobeto azalduko didatelako zein den komertzio txikien egoera. Baina ezinezkoa izan zait hauekin harremanetan jartzea, ez baitut lortu kontaktuan jartzea.

Arazo hori dela eta, azken finean herriko dendak bertako partaide direnez, dendari txiki batzuei elkarrizketa egin diet dendatik pasatuz. Elkarrizketa horietan, beraien iritzia jakin nahi izan dut baina ez da izan aurrez prestatuturiko galdetegi bat, momentuan bururatzen joan zaizkidan galderak aipatu ditut.

Zehazki, bi denda ezberdinei egin diet elkarrizketa, Roses eta Lua deituriko dendei. Bi denda hauek aukeratzeko arrazoiak hauen egoera izan da. Batetik, Roses dendaren kasuan, egoera txarrari aurre egiteko NUE ezberdin bat barneratu du eta bere kasua ezagutuko dugu. Bestetik aldiz, Lua denda 2010. urtean ireki zen eta orain, 2018ko irailean itxi egin da egoera txarra dela medio eta gertakari hau ere aztertuko dugu. Beraz, egoeraren aurrean dauden bi erantzun ezberdin direla kontutan izanik, bi denda hauetako langileei egin diet elkarrizketa.

Ez ditut elkarrizketa guztiak bertan idatziko, hauek 2. Eranskinean irakurri daitezke, baina esan dizkidaten gauzak aipatuko ditut eta horietatik ondorio berriak atera, ideia ezberdin asko atera dizkidatelako. Gainera, burutu ditudan galderak ez dira prestatuak izan, kontatzen joan diren gauzen arabera galdetu diet.

4.3.2 DENDA TXIKIEI EGINIKO ELKARRIZKETA ETA ONDORIOAK

Lehenik eta behin, galdetu diedan galdera komertzio txikiaren egoera nola ikusten duten izan da. Espero nuen moduan, egoera txarrean daudela adierazi dute guztiek. Honen arrazoia ere oso amankomuna izan da; zentro komertzialak, interneta eta antzerakoak. Ia jende guztia bertara joaten dela adierazi dute argi eta garbi autonomo hauek, eta ez hori bakarrik. Egoera hau aldatu ezean azkenean denda txiki guztiak ixten amaituko dutela adierazi dute, herria oso triste utziaz.

Horri jarriki, segidan planteatu diedan galdera izan da ea zergatik uste duten zentro komertzialetara joaten dela jendea eta ez denda txikietara. Erantzunak prezioaren inguruan joan badira ere, honako erantzun ezberdin hau jaso dut Roses deituriko dendako autonomoaren eskutik: “Beno, uste dut jendeak uste duela zentro

komertzialetara joanez gero denda txikietan aurkituko ez dituen jantziak aurkituko dituela, baina oso nahastuak daude, izan ere, azkenean jende guztia joaten da enpresa handietara eta denda berdinetara eta gero kalean emakume, gizon nahiz ume guztiak berdin jantzita joaten dira. Hau ordea, ez da denda txikietan gertatzen. Nik neuk adibidez, hemen Orion, modelo bakoitzeko taila ezberdin guztietatik bakarra ekartzen dut, beraz, ez da egongo beste inor zu bezala jantzita”.

Esaldi hori izan da originalena nolabait, bere ustetan jendea zerbait ezberdina erostera joaten da firma ezagunetara eta errealitatean hori ez da horrela gertatzen. Egia esan, orain arte ez dut originaltasunaren gaia planteatu, baina arrazoi bat izan daiteke. Eta elkarrizketan argi adierazi didan bezala, denda txikietan originaltasuna lortzea errazagoa da izan daiteke. Beraz, bertan dugu denda txikietan gehiago erosteko beste arrazoi bat ere.

Bestalde, adierazi diet kontsumitzaileei inkesta bat egin niela eta hauek erosterako orduan prezio faktorea izaten dutela nagusiki kontutan. Eta baita ere, denda txikietan gutxiago erosteko arrazoiak hauek izaten dituzten prezio altuak izaten direla. Baina dendari txikiak ez daude ados. Batzuek argi adierazi didate prezio mota ugari izaten dituztela beraien dendetan. Baina jakina, garestiagoak direnak markakoak diren ala ez kontutan izan behar da eta normalean firma ezagun batekoak izaten dira. Baita ere, adibidez Luako langileak honakoa azpimarratu dit: “Jende askok esaten du aurpegia dugula prezio altuak jartzen ditugulako baina ez dute ulertzen kostu asko ditugula”.

Gainera, prezio altuagoa duten arropetan ere kalitatea kontutan hartu behar da, agian denda horretako prezio baxuena ez da merkea baina bai kalitate onekoa.

Primark erakundearen kasuan bi eurotara kamisetak saltzen dituztela adierazi diedanean eta atzean dagoena guztiok ezagutzen dugula adieraztean, honek beraien nola eragiten dieten galdetu diet. Azken finean, komertzio txikiek ez dituzte horren hornitzaile merkeak hauekin alderatuz, edota hori izan da ordura arte nire ustea. Eta hain zuzen ere, beraien esaten dute ez dutela kamisetarik bi eurotan erosten, hori honela izateko imajinatzea besterik ez dela zein materialekin ekoitzia dagoen eta zein

egoeratan eta non. Gainera, baten honako espresioa adierazi du: “ezin zait buruan sartu honelako prezioak egotea”.

Hornitzaileekin jarraituz, nondik ekartzen dituzten euren produktuak galdetu diet. Eta biek Espainia mailako arropa ekartzen dutela adierazi dute. Eta hori honela ez den kasuetan, kanpoko marka batzuekin lanean dihardutelako da. Adibidez, aurrez aipatu dudan Roses dendak, gizonetzkoen arroparen kasuan, Ameriketako arropa marka batekin dihardu lanean. Eta baita ere, dendaria bera Bartzelonakoa denez, bertatik ekartzen ditu gainontzeko produktu guztiak. Azken finean, bada mara bilatzen duen jendea eta gainera, marka bakoitzak bezero zehatz batzuk izaten dituela adierazi dute normalean.

Erakunde handiek beraz lehia handia egiten dietela argia da, baina lehia hau justua ote den jakin nahi izan dut ondorengo galderan. Badakigu hainbat organizazioen atzean zer dagoen, baina legeak eztabaida gai bat izan daiteke legeak beste aldera begiratzen duen edota egoera aldatzeko zerbait egiten duen. Gauzak honela, abantaila handia dute enpresa handiek eta gainera, komertzio txikiari oraindik eta gehiago kaltetzen diete.

Hau konfirmatzeaz gain, beste hainbat injustizia aipatu dizkirate. Adibidez, denda txinatarrek bertako dendek ordaintzen dituzten hainbat zerga ez dituztela ordaindu behar adierazten dute, eta jakina, hori desabantaila bat da beraientzat. Azken batean, bertakoak direnek ordaindu behar baitute eta kanpotik etortzen direnek bertakoekiko abantaila dutela azpimarratzen baitute. Edota horren lokal txikiak izateko hornikuntza gastu oso altuak ditutela ere adierazi didate.

Beraz, adierazi diet ea ez duten behar adinako babes sentitzen kanpotik eta ezezkoa jaso dut. Desabantaila horiei gainera internet bidezko erosketak ere gehitzen direla adierazi dute eta baita ere azoka. Geroz eta kezkatuago baitaude azken fenomeno hauekin.

Lua deituriko dendak itxi egin behar izan du, eta Rosesek NUE ezberdin bat barneratu behar izan duela adierazi dit, modaz gain estetikan ere oinarritzen dena. Hau da, masajeak eskaintzen dituzte, depilazioa, azazkalen zaintzea eta beste hainbat estetikako jarduera. Dirua lortzeko iturri berri gehiago behar dituztelako. Gainera, Luako langileak adierazi didanez, beraiek itxi egin behar izan duten bezalaxe, gainontzekoek Roses bezala gauza berriak probatzen dihardutela egoerari buelta emateko. Adibidez, Luak berak ere hasiera batean emakume nahiz umeen arropa saltzen zutela kontatu dit baina eskaera handiagoa zuenez emakumezkoen arropak, denda osoa emakumezkoentzat zuzentzea erabaki zuten. Eta honelako aldaketa asko egin zituzten, baina azkenean ixten amaitu du.

Nagusiki, elkarrizketa hauetan bi dendei eman diet garrantzia, aurrez aipatu dudan moduan. Izan ere, bi denda hauen kasuak egoera oso ongi erakusten dutela iruditzen baitzait.

Alde batetik, Roses dendak argi adierazi dit euren egoera zein gogorra den. Hori dela eta, diru iturri berriak bilatzen aritu da eta NUE berri bat barneratu du dendan. Horretarako, duen eremu txikian orain hainbat aldaketa eta obra egin behar ditu. Arropa saltzeaz gain, estetika ere barneratu du, non bertan masajeak, depilazioa eta antzerako beste hainbat zaintza eskainiko dituen. Modu horretan, bezero berriak erakartzea du helburu eta bezero zorroa handitzeaz gain, bere sarrerak ere handitzea.

Dendaren izenaren azpian ikus daiteke orain "*estetika eta moda*" jartzen duela. Azken finean, negozio unitate berria barneratzearen estrategia hau bizirik irauteko metodo bat dela esan nezake.

Bestalde, Lua dendaren kasua aztertuz, ikusi dut honen gertakaria gauzak aldatu ezean gainontzeko komertzio txikiek izango duten etorkizun bera izan dela. Hau da, itxi egin behar izan du dendak eta hori izango da gainontzekoei gainera datorkiena egoera aldatu ezean. Eta bertako langilean argi adierazi duenez ondorengo da bere ustetan soluzioa: "Nire ustez jendeak kontzientziatu behar du eta gure artean lagundu".

Azken finean, gauza berriak probatzen saiatzen dira komertzio txikiko dendari batzuk ea negozioari buelta ematea lortzen duten. Baina beste hainbat kasuetan zuzenean denda ixtea erabakitzen dute etorkizuna beltz kolorekoa ikusten dutelako. Luaren kasua aipatu badut ere, nire herrian, denda txikiak geroz eta erritmo handiagoan banan-banan erortzen ari dira. Urte honetan gutxienez 8 denda itxi dira.

5. ONDORIOAK

Lan honetan hainbat ondorio nabarmendu daitezke. Batetik, aztertu dudana atal bakoitzean daudenak eta bestetik, ondorio orokorrak. Hasteko, esan behar dut gaur egunean ere enpresaren gizarte-erantzukizuna edota EGE-a oso kontzeptu zabala dela. Horren ondorioz, gizabanako orok kontzeptuaren definizio ezberdin bat izan dezake. Eta jakina, bakoitzak pertzepzio ezberdin bat badu gaiaren inguruan, zailagoa izan daiteke hau antolatzea eta arautzea.

Gainera, teoria ugari dauden arren, ia beti hutsune edota hobetzeko gauzak aurkitu ohi dira, beraz horren ondorioz oraindik ere ez da kontzeptu zehatza. Hala eta guztiz ere, jendeak ideia bat egin dezakeen arren gaiaren inguruan, informazio falta handia dago eta gizarte kontsumista honek hau estaltzen duenez, ez da egunerokotasunean presente dagoen gai bat.

Demagun, erakunde batentzat kontsumitzaileen beharrak asetze hutsarekin gizarte erantzukizuna betetzen dutela. Ikuspegi etikoak ordea, jardun horretatik kanpo geratzen dira. Legeek ordea ez dute enpresa derrigortzen hainbat aspektutan, eta hori horrela bakoitzak bere interesaren arabera jokatzeko aukera handia dago.

Nire ustetan, organizazioen oinarrizko erantzukizuna kontsumitzaileen beharrak asetzean datza, beti ere jokabide moral eta etikoak betez. Bizitza-maila altu edota ertaina dugunok gure beharrak asetu eta hainbat kutixi izan ahal izateko, kontutan hartu behar dugu etikoki onargarriak ez diren hainbat jokabide ezkututzen direla atzen lanean zehar aipatu den gisa. Edota, geuk gure beharrak ahalik eta modu ekonomikoenean asetu ahal izateko, enpresek kostuak beste bide batzuetatik murrizten dute, esate baterako kutsadurarako hainbat neurri ukatuz.

Produktu eta zerbitzu bakoitzaren atzean beti esku-lan bat dago, eta askotan kanpoko herrialdekoak izaten dira langile hauek. Gainera, langile hauek hirugarren mundukoak izaten dira, alegia, bizi-maila baxuagoa dutenak. Eta enpresa asko egoera honetaz baliatzen dira, herrialde txiroak direnez, diru-iturri oro ongi etorriak baitira. Azken finean, PERTSONAK dira eta askotan ez da hori kontutan hartzen. Edota, gure herrialdeetako ibaiak ez daude herri txiroetako ibaiak bezain kutsatuak. Hori horrela, ez

dugu pentsatzen kutsadurak guregan eragin zuzena izan dezakeenik. Baina orokorrean guzti honek planetari egiten dio kalte eta hau guztion arazoa da. Gainera kalte hauek geroz eta etorkizun hurbilago batekoak dira eta hortaz ohartzea garrantzitsua da.

Eta jakina, produkzioa kanpoan dagoenez ere aire kutsatuak ez digu eragiten hasiera batean. Baina beste herrialde batzuetan badira hainbat pertsona egunerokotasunean aire kutsatu hori arnastu behar dutenak. Eta erakundeek isurtzen dituten ke eta antzekoek, ozono geruza zulatzen dute. Orain agian ez dugu askorik nabarituko baina aldaketa klimatikoa deituriko fenomenoak entzuten den gai bat da. Oraindik ere aldaketa klimatikoak ez ditu ondorio larriak ekarri baina hau areagotu baino lehen aldatu beharra dago. Asko dago pentsatzeko eta egiteko gai honen inguruan.

Kontsumitzaileei dagokienez, gehiegi eskatzen dugula iruditzen zait. Beti nahi ditugu kalitate oneko jantziak, ahal bada markakoa izatea baina beti ere prezio merkean. Gizarte kapitalista batean bizitzeaz gain, oso exigenteak gara eta hainbat kasuetan berekoiak ere esango nuke. Gehiago hartzen baitugu kontutan daramagun arroparen prezioa eta moda hauek nondik eta zein egoeratik eratorriak izan diren baino.

Hortik dator gehien kezkatzen nauen gaia, ignorantzia. Inkestan atera ditudan emaitzetatik ateratzen dudan ondorio okerrenetarikoa baita hau. Jendeak argi adierazi du informazio falta handia dagoela gai hauen inguruan eta beraiek erosterako orduan ez diren kontzienteak prezio baxuen atzean zer dagoen. Erakundeek euren webgunean etikaren atala ezartzen badute ere, ez dut uste kontsumitzaile askok begiratzen dutenik hau. Eta hare eta gutxiagok erreflexionatuko dute ea iruzur hutsa den edota benetan betetzen duten hura.

Hedabideek ez dute behar adina informatzen kasu hauen inguruan, ez baitaie interesatzen. Eta dendeek gainera, guztia estaltzen dute musika bidez, usainen bidez eta beste hainbat marketing sentsorialen bidez atzean dagoenean ez pentsatzeko.

Argi dagoena da, jendea atzean dagoen egoerataz ez dela kontzientea hasiera batean baina egoera hau ikusarazizgero (aurrez aipatu dudan esperimentuaren kasuan adibidez), damutzen direla eta egoeraz erreflexionatzen dutela. Alegia, errealitatea ikusten dutenean damua sartzen zaie eta errealitatean dagoen egoera hori zein den

benetan ezagutzen dutela ikusten dute. Hori dela eta, ignorantzia eta informazio eza dira arazoak, eta ez errealitatea ezagutzearena.

Horren aurrean ikusten dudana soluzioa hedabideek gaiaren inguruan gehiago hitzegitea da adibidez. Bestetik, ikastetxeetan gaiaren inguruan sakonki lanketa bat burutzea, errealitatea ikusteko dokumentalak edota erreportajeak burutzea besteak beste.

Gizartea kontzientziatzea lehen urratsa da, eta urrats garrantzitsua gainera. Baina hori ez da nahikoa. Egoera hau aldatu ahal izateko guztia ez baitago kontsumitzaileen esku. Kontutan izan behar genuke guzti hau eta nolabaiteko "boikot" bat egin baldintza kaxkarretan diharduten erakundeei. Baina lehenengoak egoera hau aldatzen organizazioak izan behar dira.

ISO arau estandarrak niri aproposak iruditzen zaizkit, erakundeei antolaketa eta beste hainbat aspektuetan laguntzea baitute helburu. Baina kutsadura eta lan baldintzen inguruan dauden arau estandarrekin ez nago guztiz ados. ISO horietan aipatzen dena aproposa dela iruditzen zait, neurri ugari baitaude jokabide etikoari buruz aurrez aztertutik dudana moduan. Arazoa ordea hauek borondatezkoak izatean dago, enpresa askok marketing hutserako erabiltzen baitute hau.

Gainera, aurrez esan bezala, enpresa handietako auditoreak ez dira beti hirugarren pertsona batzuk izaten eta hori dela eta iruzurrak egoten dira.

Beraz, ikusten dudana soluzioa erakundeen inguruan ondorengoa da; lehenik eta behin, plantilla osoari (bai langileei eta baita zuzendariei ere) ikastaroak ematea gaiaren inguruan, eragiten dituzten kalte guztiak ondo ezagutzera iritsi ahal izateko. Bigarrenez, gai honen inguruko ISO arau estandar horiek derrigorrezkoak bihurtzea eta ez borondatezkoak. Edota arau hauek borondatezkoak izaten jarraituz gero, auditoreak hirugarren pertsonak izatea eta ez enpresa bertakoak. Erakunde guztiek transparentziaz jokatzeko alegia.

Azkenik, komertzio txikien inguruko azterketari dagokionez, aurrez aipaturiko moduan hauen etorkizuna oso beltza dela ikusten dut. Hori dela eta, hainbat konponbide bururatzen zaizkit.

Hasteko, herriko bertako dendek desabantailak dituzte kanpotarren herrian bertan dendak irekitzen dituzten autonomoekiko. Adibidez, aipatu didaten moduan, txinatarrek ez dituzte hainbat zerga ordaintzen. Modu horretan lehiarako abantaila garbia dute azken hauek eta denda txikiek bizi irautea nahi badugu gauza horiek kontutan hartu behar dira eta bertakoei abantaila eman eta ez soilik kanpokoei.

Horretaz gain, nire herrian dendek elkarte bat osatu duten moduan, gainontzekoei ere hau egitera animatzen diet. Hainbat ekimen burutu eta modu horretan ezagutaraztera ereman ahal izateko denda horiek. Bai dendek eta baita herrietako udaletxeek ere indarra eman behar diete hauei hainbat iragarki eginaz edota hauek defendituz.

Gainera, ez dugu kontutan hartu behar soilik dituzten prezioak. Egia esan, ahoz ahokoak asko egiten du eta beti entzuten da prezio garestiak izaten dituztela herri txikietan. Baina egia esan, ez zaigu asko kostatzen dendetara sartzea eta hori egia ote den behatzea zuzenean zentro komertzialetara joan ordez.

Prezioak ez dira beti uste bezain garestiak eta gainera denetik aurkitu genezake. Kontutan hartu behar dugu, normalean estatu mailako produkzioa dutela hauek eta ez atzerrian, horrek ere jakina prezioan eragina duela esan beharra dago. Baita ere autonomoek dituzten zerga eta gastuak ezin dira alderatu eremu handietako dendekin.

Amaitzeko, lan honekin lortu nahi izan ditudan helburuak azaldu nahi ditut. Alde batetik, enpresaren gizarte-erantzukizunaren inguruan gehiago ikasi nahi izan dut, eta egia esan, kontzeptu honen atzean mundu oso bat dagoela ikusi dut. Hori dela eta, ezinezkoa da dauden ideologia eta teoria osoak azaltzea, beraz, garrantzitsuenak azaldu eta barneratu ditut.

Bigarrenez, kontsumitzaileek gaiaren inguruan duten iritzia jakiteaz gain, arazorik dagoen aztertu nahi izan dut eta baita ere ea zein faktore izaten duten kontutan erosterako orduan. Beraz, bertatik atera dut informazio urritasunaren arazoa eta espero dut lan hau irakurtzen duen orok kontutan hartzea. Inkesta burutu duen pertsona bakoitzak ere gaiaren inguruan erreflexio bat burutzea ere helburuen artean neukan. Eta espero dut gogoeta hori jende askok egin izana eta baita orain lana irakurtzen duten jende guztietan. Nik neuk gogoeta sakona burutu dut eta beste modu batean ikusten dut kontsumoa, denda txikien egoeraz ere kontzienteagoa naizela ikusten baitut.

Hirugarrenez eta beraz azkenik, denda txikien kasua aztertzea beharrezkotzat ikusi dut lana egiterako orduan. Albistegietan geroz eta gehiago entzuten da autonomoen egoera oso txarra dela eta denda txiki ugari ixten ari direla. Eta nik hori nire herrian bertan nabarmendu dudanez azterketa polita dela iruditu zait. Honen helburua beti ere gogoeta bultzatzeaz gain, komertzio txikiari hitza eta indarra ematea izan da helburua. Beraien kasua ezagutaraztera eramateko eta kontsumitzaileek kontutan hartu dezaten guzti hau. Espero dudana da jendeak egunerokotasunean zentro komertzialez gain denda txiki hauek ere buruan izatea.

Gauzak kritikatzeko eta nor bere interesa begiratzea erraza da, baina ez dugu geure burua soilik begiratu behar, ingurune osoa hartu behar dugu kontutan eta geure erabakiek geuri soilik eragiten ez digutela ikasi.

Orokorrean esan nezake, kontsumismoak gizarte-erantzukizunari garrantzia kentzen diola bere horretan kontzeptuak duen esanahia murriztuz eta desbideratuz. Kontsumismoak jendea erostera eramaten du kalitate eta prezioa behatuz besteak beste, baina beti ere interes propioarako faktoreak kontutan hartuaz. Esanahia murriztearekin esan nahi dudana da, jokabide etikoak eta antzerakoak alde batean uzten direla kasu askotan eta garrantzirik ez zaiela ematen. Honen arrazoia ez da jendea ez delako bere garrantziaz kontzientea, izan ere, badakite pisu handia duen zerbait dela. Beraz, esan nezake, oinarria badakitela baina kontzeptuaren garrantzia jakiteak ez du ezertarako balio hau errealitatean kontutan hartzen ez badugu. Eta kontzientzia ezak nahiz jokatzeko modua aldatze ezak kalte ugari ekartzeaz gain kaltetuak ere ekartzen ditu.

Informazioa hedatu eta kontzientziazioa lortu arte ez dira gauza asko aldatuko. Eta hori aldatu ezean, beti irabazten aterako direnak enpresa handiak edota zentro komertzialak izango dira.

6. BIBLIOGRAFIA

Agudelo Orejuela, B. A., Gómez Higueta, J. A., & Valencia Patiño, S. (2017). Estudio de caso de Responsabilidad Social Empresarial en el Centro Comercial Unicentro Pereira.

Botello Valle, L. and Vázquez Gracia, J. (2016). Aplicación del modelo teórico de A.B. Carroll al estudio de la responsabilidad social empresarial (RSE). *Administración Contemporánea. Revista de Investigación*, [online] (28). Eskuragarri:

[https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/51755835/KARINA_RAMIREZ_2016_COLPARMEX.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1530613738&Signature=rfUI2%2BAaSg237hFWpIW7y5V%2Fz4o%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DEl discurso sobre el diseño gráfico form.pdf](https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/51755835/KARINA_RAMIREZ_2016_COLPARMEX.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1530613738&Signature=rfUI2%2BAaSg237hFWpIW7y5V%2Fz4o%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DEl+discurso+sobre+el+diseño+gráfico+form.pdf)

Bowen, H. (n.d.). Social Responsibilities of the Businessman. [online] Eskuragarri:

[https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/34340380/Ritzer_George_-_Teoria_Sociologica_Clasica.PDF?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1531820093&Signature=4ahtiR1de1Sh2XmMGTHMB8IIAiM%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DTeoria sociologica clasica.pdf](https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/34340380/Ritzer_George_-_Teoria_Sociologica_Clasica.PDF?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1531820093&Signature=4ahtiR1de1Sh2XmMGTHMB8IIAiM%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DTeoria+sociologica+clasica.pdf)

Carroll, A. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. *Business Horizons*, [online] pp.39-48. Eskuragarri: <http://cf.linnbenton.edu/bcs/bm/gusdorm/upload/Pyramid%20of%20Social%20Responsibility.pdf>

ComunidadRSE. (2015). Howard Bowen, el padre de la RSE - ComunidadRSE. [online] Eskuragarri: <http://www.comunidadrse.com.ar/howard-bowen-el-padre-de-la-rse/>

Díaz Heredia, I. (2013). Responsabilidad social corporativa de las empresa de distribución comercial españolas. Evidencias empíricas.. Máster. Oviedo.

Egela1718.ehu.eus. (2017). eGela 2017-18 UPV/EHU: Gunean sartu. [online] Eskuragarri: https://egela1718.ehu.eus/pluginfile.php/904776/mod_resource/content/2/Spanish-Primark-Code-Of-Conduct.pdf

González García, I., López Mato, L. and Sylvester, R. (n.d.). *RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA Análisis, comparaciones y propuestas sobre el comportamiento sistémico del "ciudadano empresa". Normativas y realidades. Una visión integral incluyendo Argentina..*

Hutcheson, P. (n.d.). Howard Bowen (1908–1989). [online] Education.stateuniversity.com. Eskuragarri: <http://education.stateuniversity.com/pages/1797/Bowen-Howard-1908-1989.html>

Icesi.edu.co. (2018). Vista de DIMENSIONALIDAD DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PERCIBIDA Y SUS EFECTOS SOBRE LA IMAGEN Y LA REPUTACIÓN: UNA APROXIMACIÓN DESDE EL MODELO DE CARROLL. [online] Eskuragarri:

https://www.icesi.edu.co/revistas/index.php/estudios_gerenciales/article/view/267/265

Ipyme.org. (2016). *Ipyme*. [online] Eskuragarri: <http://www.ipyme.org/Publicaciones/ESTADISTICAS-PYME-2015.pdf>

Jensen, M. (2002). Value Maximization, Stakeholder Theory, and the Corporate Objective Function. In: 2nd ed. The Monitor Group and Harvard Business School.

Manager.e-encuesta.com. (2018). *Entrar | Encuestas Online | e-encuesta.com*. [online] Eskuragarri: <https://manager.e-encuesta.com/login?clientLanguage=es>

Martínez García de Leaniz, P., Pérez Ruiz, A. and Rodríguez del Bosque, I. (2012). Análisis de la práctica corporativa de la responsabilidad social en el sector turístico: un estudio de casos. Cuadernos de Turismo, [online] (30), pp.145-164. Eskuragarri: <http://revistas.um.es/turismo/article/view/160491/140361>

Martino, A. (2005). *Milton Friedman*. Soveria Mannelli: Rubbettino.

Moneva, J. (2005). Información sobre responsabilidad social corporativa: situación y tendencias. *Revista asturiana de economía*, [online] (34). Eskuragarri: <https://mail.google.com/mail/u/0/#inbox/1644ae363071beaf?projector=1&messagePartId=0.1>

Pastrana, E. (2017). Lo que esconde el low cost de Primark: 700 euros de sueldo y fábricas en Bangladesh. Noticias de Consumo. [online] El Confidencial. Eskuragarri: https://www.elconfidencial.com/consumo/2015-10-24/lo-que-esconde-el-low-cost-de-primark-paga-700-euros-y-fabrica-en-bangladesh_1065656/

Primark.com. (2018). [online] Eskuragarri: <https://www.primark.com/es/destacados>.

Priscila Rivadeneira, J. (2015). Diagnóstico y propuesta de un programa de responsabilidad social como estrategia en la gestión de recursos humanos de la empresa Tuperware del Ecuador, en la ciudad Quito, en el período 2014-2015.. Doctorado. Pontificia Universidad Católica del Ecuador.

Sa-intl.org. (2014). Responsabilidad Social 8000. [online] Eskuragarri: http://sa-intl.org/_data/n_0001/resources/live/SA8000%202014_Spanish.pdf.

Salariominimo.es. (2017). Salario Mínimo Interprofesional 2017. [online] Eskuragarri: <http://www.salariominimo.es/>

7. ERANSKINAK:

7.1.1. eranskina: inkesta

1 ¿Qué factores tienes en cuenta a la hora de comprar ropa nueva? (*)

- Precio
- Marca
- Calidad
- Moda
- Mano de obra
- Ética de la empresa

2 Entre los factores de la pregunta 1, ¿Cuál es el factor que tienes en cuenta principalmente? (Elige solo uno) (*)

- Precio
- Marca
- Calidad
- Moda
- Mano de obra
- Ética de la empresa

3 ¿Tienes en cuenta si la empresa cumple con las normativas como por ejemplo pagar el sueldo mínimo? (*)

- Si
- No
- A veces

4 ¿Piensas que tienes suficiente información sobre la explotación y las condiciones laborales del extranjero? (*)

- Si
- No

5 ¿Prefieres pagar 50€ por un pantalón o comprarte un conjunto entero por ejemplo en Primark? (*)

- 1ª opción
- 2ª opción

6 ¿Eres consciente de lo que hay detrás de una camiseta de 2€? (ej: explotación) (*)

- Si
- No

7 En general, ¿piensas que los consumidores presionamos a las empresas para evitar la explotación? (*)

- Si
 No

8 ¿Y con la contaminación? (*)

- Si
 No

9 Las empresas en sus redes sociales sueles hablar sobre su ética, ¿piensas que es verdad lo que dicen o que es puro marketing? (*)

- Ética
 Marketing

10 ¿Piensas que todas estas conductas de las empresas grandes perjudican al pequeño comercio? (*)

- Si
 No

11 ¿Cuántas veces compras en centros comerciales? (1 siendo nunca y 5 siempre) (*)

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

12 ¿Y en tiendas pequeñas?

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

13 ¿Crees que la responsabilidad social es importante?

- Si
 No

14 ¿Cómo crees que se podría acabar con esta situación? (Ej: multas, no comprar en esas empresas...) (*)

7.2 2. Eranskina: denda txikien elkarrizketak

ROSES:

- **Nola uste duzu dagoela denda txikien egoera?**
- Ba oso gaizki, oso gaizki dago komertzioa, batez ere enpresari txikiena, izan ere, jendea zentro komertzialetara joaten da eta hau aldatu ezean denda guztiak itxi egingo dituzte eta herria oso tristea geratuko da.
- Eta zergatik uste duzu zentro komertzialetara joaten direla?
- Beno nire ustetan jendeak pentsatzen duelako bertan denda txikietan aurkituko ez dituzten jantziak aurkituko dituztela baina hau ez da honela izaten. Azken finean, guztiak denda berberetara joaten dira eta azkenean gizon, emakume nahiz ume guztiak berdin jantzita joan ohi dira. Adibidez nik hemen Orion modelo bakoitzetik taila bakoitzetik kantitate bakarra ekartzen dut, beraz, ezinezkoa da inor zu bezala jantzita ikustea.
- **Inkesta bat burutu nuen kontsumitzaileen artean eta esan zidaten prezioek influentzia handia dutela denda txikien gain eta horregatik joaten direla superfizie handiko dendetara. Ze iritzi duzu honen inguruan?**
- Ez, hau ez da horrela, erosi nahi denaren arabera baina hau. Nik adibidez dendan 20€ balio dituen produktuak ditut eta baita ere 60€ balio dituenena, baina jakina garestiak marka edota firmak izan ohi dira.
- **Jakina, eta kalitatea baita ezta?**
- Bai, kalitatea ere bai noski.
- **Gerora, baita ere badakigu Primarkek kamisetak saltzen dituela 2 euroren truke eta azken finean bertatik mozkinak ateratzen dituztela. Horren ondorioz, badakigu atzean dagoen egoera, esate baterako esplotazioa. Zuk uste duzu honek ere eragina duela zuen gain? Izan ere, zuek ez dituzue hornitzaile horren merkeak.**
- Ezinezkoa da kamiseta bat 2 eurotara erostea, nik ez dut prezio horretan erositako produkturik, imajinatu izango duen material eta kalitatea. Ezin zait buruan sartu prezio horiek egotea.

- **Zuk nondik ekartzen dituzu normalean saltzen dituzun produktuak?**
- Ba gizonezkoen kasuan marka Amerikano batekin egiten dut lana eta hauek bai garestiagoak direla azken finean marka delako, baina marka honek bezeroak ditu. Eta beste askotan Bartzelonatik ekartzen ditun, ni bertakoa naiz eta handik ekartzen ditut. Baita ere taila handiak bertatik ekartzen ditut eta produktu Espainola sustatzen saiatzen naiz.
- **Azkenean, enpresa handiek lehia egiten dizute baina justua iruditzen zaizu lehia hau? Ez zaizu iruditzen abantaila dutela eta legeek beste aldera begiratzen dutela? Azken finean, esplotazioa eta antzerakoak daude atzean eta horren desabantaila dakar zuentzat.**
- Bai noski, eta gainera, adibidez txinatarrek ez dute zergarik ordaintzen bertakoek ordaintzen ditugunak.
- **Hortaz zure ustez, ez zaituzte behar bezala zaintzen ezta?**
- Hori da, eta batez ere orain ere kalte asko eragiten diguna internet bidezko salmentak dira. Baira tira, nik orain dendan aldaketa bat egin dut eta estetika barneratu dut. Beraz, orain estetika eta moda ditut dendan, arropa erosi dezakezu eta aldi berean azazkalak margotu.

LUA:

- **Nola ikusten duzu denda txikien egoera?**
- Nik bizi izan dudanagatik egia da egoera ez dudala ongi ikusten, azken finean, jendeak asko konparatzen baitu. Baita ere, jende asko azokara joaten da eta bertako prezioekin alderatzen etorri izan zait jendea esanaz “bai azokan dendan duzuen arropa berdina ikusi dut baina askoz ere prezio merkeagoan” . Eta egia da hori baina ezberdina da lokal bat edukitzea dituen gastuekin, argia, ura, langilea... azken finean, honen ondorioz irabaziak izateko prezioei marjina handiago bat jarri behar baitzaie. Zaila da, jendeak ere esaten du joateko denda txikietara, arropak eta zapatak probatzeko taila zehatza jakiteko eta gerora interneten askoz ere merkeago erosteko. Eta jakina, nire aurpegia ikustekoa da,

nik onartzen dut bakoitzak bere erara egin dezakeela eta errespetatzen dut, baina komertzio txikiari ez dio faborerik egiten.

- **Jende asko ere zentro komertzialetara joaten da, zergatik da hori horrela zure ustez?**

- Bai, niretzat prezioagatik, eta seguraski ere aukera gehiago daudelako bertan, izan ere, zentro komertzialetan denetik dago eremu berean. Denda asko daude eta kalitatea ez da onena izango baina asko aldatzea gustatzen zaigunez eta ez diogunez balorerik ematen horri ba orduan berdin zaigu eskusibitatea eta beste guztia. Azken finean, denda txikietan taila bakoitzetik modelo bat egoten da eta originaltasuna lortzen da baina jendeak ez du horretan pentsatzen. Eta nik ulertzen dut dendako estiloa eta dena gustatu egin behar dela baina askotan ez dira ezta erostera etortzen, eta erostekotan traba asko jartzen dira. Askotan gertatu izan zain gertukoekin ere, dendan arropak probatu eta gerora aste pare batera edo marka merkeagoak diren modelo bera erosita. Eta amorrua ematen didana da, inork ez duela ezer egiten egoera aldatzeko baina gerora denda ixtean mundu osoa etortzen dela pena handiarekin.

- **Azkenean, zentro komertzialetako prezioak merkeagoak dira baina jakina, nola ekoizten dituzten eta esplotazioa eta guzti hori egonda azkenean desabantaila duzue ezta?**

- Jakina, horren kontra ezin duzu, milaka daude gainera honelakoak eta azkenean beraien jokoan erortzen amaitzen dute askoek, hau pena bat da.

- **Eta horregatik itxi duzue denda? Hau da, egoera gaizki zegoelako?**

- Bai hori da, egoera gaizki zeon, ez horren gaizki ezta baina denda ezberdinak irekitzen hasi dira Luarenak, Eibarren, Lekeition... baina denda hauek handiagoak dira eta konturatu dira horiek mozkin hirukoitza ematen dutela eta jakina Oriokoa txikia izanik eta mozkin gutxiago ematen dituenek, ixtea erabaki dute. Beraz, apustu egiten dute dendak irekitzearekin baina tamaina handiagoan eta nahia dagoen tokietan. Eta imajinatu, zifrak asmatuko ditut, Eibarren 1500 eurotako fakturazioa egiten den bitartean Orion 280€ soilik ikusten badira Eibarreko dendaren alde egingo dute eta txikiak itxi.

- **Zuek adibidez arropa eta Espainia mailatik ekartzen zenuten?**
- Bai, egiten zen, Madril edo Bartzelonan erosi eta etiketa asko pertsonalizatu. Gerora Zuatzun, hau da, Donostian duten lokal batean ekoitzi egiten ziren eta hauek dendetara banatu. Baina bai Espainia maila.
- **Zentro komertzialek, internetak, txinatarrek zergak ez ordaintzeak... guzti honekin azken finean desabantaila duzue eta ez zaizu iruditzen ez dizuela behar bezala zaintzen?**
- Ez, gastu asko ditugu, adibidez nik lokal txikian komun bat nuen eta uraren faktura 90€koa izaten zen. Imaginatu denda batean gastatzen den ur kantitaterako fakturaren zenbatekoa den. Broma gisa kostu horren truke dutxa bat jartzeko esaten nuen beti. Gerora, alokairua, zergak eta gastuak etengabe, baina ez dituzu laguntzak beste batzuei ematen dizkietenak bezala eta ez ditugu erraztasunak. Egia da irekitzerako orduan laguntza batzuk jasotzen direla baina gerora errealitatea mantentzean dator. Gainera, nirekin Luan lan egin dituzten hainbat lankidek euren denda propioa ireki dute beste herrietan, zazpi lankidek zehazki eta bakarrak jarraitzen du irekita, gainontzeko guztiek itxi egin baitute. Zaila da, inbertsio handia egin behar delako eta gerora guzti horri buelta eman behar bait diozu eta pena bat da. Gerora gauza ez da nik lana izatea edo ez, baizik eta herri mailan pena ematen du oso tristea geratzen delako. Eta guztiek galdetzen zidaten ea lehiakide berrien eraginez izan den itxiera baina ez. Eta onartu beharra dut nik neuk dendan lanean hasi ondoren hasi nintzela denda txikietan eta herrian bertan kontsumitzen, ordura arte ez bait nintzen kontzientea egoera honetaz.
- **Zure ustez zein da soluzioa?**
- Nire ustez jendeak kontzientziatu behar du eta gure artean lagundu.
- **Jende askok esaten du prezio altuen ondorioz ez dutela ekoizten denda txikietan, ze iritzi duzu?**
- Jende askok esaten du aurpegia dugula prezio altuak jartzen ditugulako baina ez dute ulertzen kostu asko ditugula. Gerora ere, hornitzaileekin prezioa adosten da eta agian zu negoziatzaile ona zara eta prezio baxuan lortu duzu edota alderantziz. Gero jendeak ondoko dendan prezio baxuagoan produktu bera

dagoela adierazten du baina ez dakite atzean negoziazioak eta antzerakoak daudela. Baina egia esan ez dakit soluzioa zein den kontzientziazioaz gain. Nire ustetan ere, azken zentimoa ere begiratzen dugu baina zentro komertzialetara joaten gasolina edota garraio publikoan gastatzen den ezberdintasunaren truke azkenean herri txikian kontsumitu dezakezu eta azkenean zentro komertzialetara joaten ere denbora asko galtzen da.

- **Azkenean hau aldatu ezean denda txikiak itxi egingo dira eta herria triste geratuko da ezta?**

- Bai, guztiz ados, izan ere, ez dugu gure esku dagoena egiten egoera aldatzeko bi euro aurrezteko. Eta berandu denean pena ematen diete baina bitartean ezer ere ez.

- **Zuek ahaleginik egin duzue bizi irauteko zuzenean itxi ordeez?**

- Bai jakina, hasiera batean dendan emakumezko eta haurrentzako arropa saltzen genuen, denda erdia bati zuzendua zegoen eta beste erdia besteei. Baina ikusi zen emakumezkoen arropak irteera handiagoa zuela eta eskaria ere askoz handiagoa zela. Beraz, hori horrela, denda guztia emakumezkoen arropara zuzentzea erabaki zen. Hor, arropaz gain, konplementuak ere saltzen genituen, adibidez poltsak. Baina hauek arrakasta handia izan ez zutenez kendu egin genituen eta arropa gehiago sartzen probatu. Beti egon izan gara eskariaren arabera moldatzen eta nik uste denda txiki askok egin behar izaten dutela hau.