



Universidad
Zaragoza

Trabajo Fin de Grado

¿IKEA es una empresa socialmente responsable?

¿Is IKEA a socially responsible Company?

Autores

Vanesa Cabrera Sánchez

Lorena Martínez Clavería

Directora

Esperanza García Uceda

Facultad de Ciencias Sociales y del trabajo

Año 2018-2019

Contenido

I. INTRODUCCIÓN Y MOTIVACIÓN	7
II. PLANTEAMIENTO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	9
II.1. Estructura	9
II.2. Formulación de objetivos	10
II.3. Delimitación de la población objeto de estudio	10
III. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	11
III.1. CONCEPTO DE LA RSE	14
III.2. LA HISTORIA DE LA RSE EN ESPAÑA.....	16
III.3. PRINCIPIOS DE LA RSE.....	19
III.3.1. Principios del Observatorio de la RSC	19
III.3.2. AECA.....	19
III.3.3. Principios de la OCDE.....	21
III.3.4. Principios del Pacto Mundial	22
III.4. IMPORTANCIA DE LA RSE EN LA EMPRESA.....	24
III.4.1. ¿Qué es ser socialmente responsable?	24
III.4.2. Ventajas de la RSE para la empresa y visión crítica de la RSE.....	25
III.5.DIMENSIONES DE LA RSE	30
III.6.HERRAMIENTAS DE GESTION DE LA RSE	33
III.6.1. Memorias de sostenibilidad	33
III.6.2.Normalizaciones y Certificaciones (ISO 26000)	35
III.6.3. Reportes de sostenibilidad (AA1000AS).....	36
III.6.4. La norma de Empresa SGE 21	37
III.6.5. Desarrollo sostenible.....	38
III.6.6.GRI.....	39
IV. ESTUDIO DE CASO:Implementación del ámbito social de la RSE en IKEA.. ..	42
IV.1. HISTORIA DE IKEA.....	42

IV.1.1. Memoria de sostenibilidad.....	44
IV.1.2. Código de conducta	49
IV.2. MÉTODO DEL CASO.....	52
IV.2.1.Tipo de investigación.....	53
IV.2.2. Fuentes de investigación.....	53
IV.2.3.Técnicas de investigación	54
IV.3. ANÁLISIS DE LOS DATOS	57
IV.4. RESULTADOS	69
V. CONCLUSIONES	72
VI. BIBLIOGRAFÍA	76
VII. ANEXO	78
Anexo 1. Cuestionario realizado a los trabajadores de IKEA.	78

AGRADECIMIENTOS

A la hora de escribir este agradecimiento nos vienen a la cabeza un montón de palabras, pero sin duda lo más importante y por lo que nos sentimos más orgullosas es porque por fin vamos a conseguir nuestro objetivo después de tanto tiempo terminar nuestro TFG.

Ha sido un camino duro y complicado, con imprevistos que no siempre hemos sabido resolver a tiempo, tanto en lo académico como en lo personal. Años de muchas indecisiones sobre si continuar o rendirse, aunque, por supuesto, ambas sabíamos que esta última no era la correcta.

Por ello, el primer agradecimiento, sin querer ser egocéntricas, va para nosotras. Para la una y para la otra, por ayudarnos, animarnos, comprendernos y continuar juntas en los malos y buenos momentos. Gracias.

A nuestras familias, que son las que nos han apoyado incondicionalmente desde el principio, las que siempre han estado y estarán orgullosas de nosotras por luchar por lo que queremos. Gracias.

A nuestros profesores, ellos nos han ayudado a entender y comprender todo lo relacionado con las relaciones laborales y recursos humanos que tanto nos apasiona. Gracias.

Y, por último, y por ello no menos importante, a nuestra tutora, que ha tenido que lidiar con dos chicas con vidas revolucionadas. Gracias por orientarnos en todo momento,

por estar pendiente de nosotras y ayudarnos a encauzar nuestras ideas y poder plasmarlas y dar forma a toda la información.

RESUMEN

Las empresas se han ido concienciando de la importancia de la RSE en su ámbito social. Por lo que poco a poco han implantado diferentes medidas para poner en marcha “el ser socialmente responsable”.

En la primera parte de este trabajo se analizan las distintas definiciones consideradas con mayor relevancia en el cuerpo teórico para la concreción del concepto, objeto de este TFG.

Desde este punto de partida, se ha desarrollado cada uno de los elementos que forman parte del concepto de RSE, prestando especial atención a los principios en los que se basa, los actores que intervienen, el desarrollo de la historia en nuestro país y las propias herramientas de gestión.

En la segunda parte se presenta la empresa IKEA, su código de conducta, memoria de sostenibilidad y, a partir de los datos obtenidos de los trabajadores de la empresa IKEA, Zaragoza, se han analizado los resultados y se elaboran las conclusiones.

ABSTRACT

Companies have become aware of the importance of CSR in their social field. So little by little they have implemented different measures to implement "the socially responsible being."

In the first part of this work the different definitions considered with greater relevance in the theoretical body for the concretion of the concept, object of this TFG are analyzed.

From this starting point, each of the elements that are part of the CSR concept has been developed, paying special attention to the principles on which it is based, the actors involved, the development of history in our country and the own management tools.

Palabras clave: Responsabilidad Social Empresarial, Desarrollo sostenible, Memoria de sostenibilidad, Código de conducta.

I. INTRODUCCIÓN

La responsabilidad social de las empresas se ha convertido en un punto importante dentro del mundo empresarial. Las empresas, cada vez más, incluyen códigos de conducta, desarrollan actividades y prácticas de responsabilidad social empresarial (de aquí en adelante, RSE).

Como primer objetivo de una empresa está la maximización de beneficios. Sin embargo, la idea de que una empresa debe llevar a cabo una responsable gestión en sus negocios, ha cobrado mucha fuerza en los últimos años.

Las empresas han de concienciarse que deben comprometerse con el entorno y el medio ambiente, sin olvidar el aspecto social, y sin restar importancia al económico. Deben actuar de manera responsable, y como señala Kliksberg (2009), convertirse en una organización con alta responsabilidad social empresarial. Deben desarrollar y aplicar medidas de compromiso con el medio ambiente y la sociedad ya que es cada vez más habitual y “obligado” para las empresas, desde un punto de vista ético y como respuesta a las exigencias, cada vez mayores y más responsables, de los consumidores y también de los propios integrantes de las empresas.

Scade (2010) define una empresa socialmente responsable como “aquella que tiene como fin crear y maximizar el valor para sus grupos de interés mediante un

comportamiento ético, tratando de generar valor social y medio ambiental, además del económico”

Kristensen (2001) plantea el tránsito del Estado de Bienestar hacia un nuevo ámbito denominado como sociedad del bienestar, donde una parte de la responsabilidad contraída por el sector público se va a desplazar a diferentes actores del ámbito privado.

Actualmente, el discurso moderno sobre la responsabilidad social empresarial tiene uno de sus principales pilares en las iniciativas desarrolladas por organismos e instituciones como la Organización de las Naciones Unidas (ONU), la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos(OCDE), la Organización Internacional del Trabajo (OIT) o la Unión Europea (UE) que a lo largo de las tres últimas décadas han generado un verdadero “corpus” de obligada referencia sobre la materia y que hemos ido consultando para crear el cuerpo teórico de este trabajo fin de grado (TFG).

II. PLANTEAMIENTO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

La RSE es un tema de actualidad en pleno crecimiento y constante cambio. Lo hemos elegido ya que actualmente nos encontramos trabajando en dos grandes empresas, IKEA y Ferrovial, en las que la RSE es una parte fundamental de su estrategia de negocio. Siguiendo las indicaciones de nuestra directora de Trabajo Fin de Grado, además, de una seria revisión bibliográfica sobre la materia que nos ha permitido contextualizar nuestra investigación en el ámbito social de la RSE, hemos tratado de conocer cómo nuestras entidades realmente implementan su responsabilidad empresarial a través de sus propios trabajadores.

Esta investigación surge al cuestionarnos si todas esas prácticas llevadas a cabo por la empresa son conocidas y visibles para los propios trabajadores, es decir, hasta qué punto son informados de las mismas.

II.1. Estructura

Siguiendo las indicaciones de nuestra directora de TFG, además, de una seria revisión bibliográfica sobre la materia que nos ha permitido contextualizar nuestra investigación en el ámbito social de la RSE, hemos tratado de conocer cómo nuestras entidades

realmente implementan su responsabilidad empresarial a través de sus propios trabajadores.

Para la realización de la parte práctica de este trabajo nos hemos basado en la realización de una encuesta a partir de la cual un grupo significativo de trabajadores en este caso, de la empresa IKEA Zaragoza, nos facilitarán información acerca de la implementación de la responsabilidad social en su organización y cuyos resultados analizaremos detalladamente para conocer de forma objetiva como se lleva a cabo.

II.2. Formulación de objetivos

El **objetivo general** de este trabajo es conocer la percepción que los trabajadores de IKEA Zaragoza, tienen de las políticas de RSE implementadas en la organización. Esto es, si son conocedores de cada una de ellas ya que esta empresa se manifiesta abiertamente como transparente y comunicar cada una de ellas a sus trabajadores.

Objetivos específicos de trabajo:

- Profundizar en el concepto de RSE.
- Conocer el desarrollo, históricamente hablando, del concepto de RSE.
- Investigar en profundidad el ámbito social de la política de RSE de IKEA Zaragoza.
- Analizar los datos obtenidos, a través de una encuesta a sus trabajadores, para conocer y valorar de forma objetiva el grado de conocimiento y comprensión que los mismos tienen de esta política de RSE en su ámbito social.

II.3. Delimitación de la población objeto de estudio

La población objeto de este estudio es la plantilla de trabajadores de la empresa IKEA, ubicada en la ciudad de Zaragoza. Un total de 33 trabajadores.

Esta elección se debe en primer lugar, a la facilidad de acceso a dicha población ya que una de las investigadoras de este proyecto forma parte de dicha plantilla. Y, en segundo lugar, por la variedad de recursos sociales, acciones y políticas sostenibles que la empresa IKEA manifiesta tener de forma transparente y accesible para todas sus personas.

III. FUNDAMENTACIÓN

Tras la realización de una exhaustiva revisión y profundo análisis de la literatura, llegamos a la conclusión que el marco teórico de la RSE es ciertamente complejo. Podemos identificar catorce teorías de RSE, las cuales aparecen agrupadas en cuatro categorías: teorías instrumentales, teorías políticas, teorías integradoras y teorías éticas.

Siguiendo esta organización en teorías comprendemos cómo la bibliografía académica analiza las acciones de RSE y cómo se pueden clasificar muchas de las actividades llevadas a cabo por las empresas en este aspecto. (Cancino& Morales, 2008)

Según la **teoría instrumental**, se considera la RSE como una herramienta que le permite a la organización la obtención de una ventaja competitiva y objetivos económicos, es decir, la creación de riqueza empresarial, con un incremento de ventas e ingresos en la empresa derivado en un fortalecimiento en la relación con sus clientes y a través de una estrategia de diferenciación.

Las teorías instrumentales consideran que las únicas actividades válidas para la empresa son las que van dirigidas a la maximización de las utilidades de la misma y siempre dentro del marco legislativo vigente, la ética y la costumbre del país.

Según Milton Friedman (1970) “Solo hay una responsabilidad social de la empresa privada; utilizan recursos y realizar actividades que estén diseñadas para aumentar sus utilidades siempre que acate las reglas del juego”.

Las teorías políticas centran su atención en el uso que hacen las empresas de su poder en la sociedad y en el ejercicio responsable de ese poder en el escenario político. Según el grado de responsabilidad en la sociedad, se considera que existen tres enfoques principales.

En primer lugar, el *Constitucionalismo corporativo*, que marca que la empresa se concibe como una institución social que debe ejercer el poder de forma responsable (Davis, 1960,1967).

En segundo lugar, la *Teoría integradora* del contrato social entre la empresa y la sociedad (Donaldson y Dunfee, 1994,1999)

Las teorías integradoras, se centran en la captación, identificación y respuesta a las demandas sociales de los stakeholders de la empresa, ya que ésta maximiza su legitimidad social, su aceptación y su prestigio social.

Dependiendo del grado de integración de las demandas sociales en la empresa se pueden dividir las teorías integrativas en cuatro enfoques:

El primero se basa en la gestión de asuntos sociales, centra su interés en los procesos que permiten la identificación, evaluación y resolución de problemas sociales y políticos que pudieran tener impacto en la empresa. (Sheti, 1975; Ackerman, 1973; Jones, 1980; Vogel, 1986; Wartick y Mahon, 1994).

El segundo es el principio de responsabilidad pública, su atención está más centrada en las actuaciones del proceso público que en una visión personal-moral para la satisfacción de los grupos de interés (Preston y Post, 1975 y 1981)

El tercero es la Gestión de los grupos implicados (stakeholders) mediante la integración de los grupos afectados por las políticas y prácticas corporativas en la toma de decisiones para la gestión y mantenimiento del equilibrio entre ellos (Rowley, 1997; Agle y Mitchel, 1999).

Y, el cuarto, la Acción social corporativa, que mediante procesos buscan la legitimidad social de la empresa, obteniendo respuestas adecuadas a los problemas e intentando cubrir las demandas sociales (Carroll, 1979; Wartick Y Cochran, 1985; Wood, 1991; Swanson, 1995).

Las teorías éticas, que se fundamentan en principios para conocer lo que se debe y lo que no se debe hacer y poder centrarse en las responsabilidades éticas que la empresa tiene y que permita la construcción de una sociedad mejor.

Y, por último, **la Teoría normativa** que presta su atención en los intereses legítimos de los diferentes stakeholders con los que la empresa tiene relación, atendiéndolos adecuadamente y no sólo centrándose en la de los accionistas (Freeman, 1984 y 1994; Evan y Freeman, 1988; Donaldson y Preston, 1995; Freeman y Philips, 2002). El objetivo que deben conseguir las organizaciones para alcanzar el desarrollo humano de una manera prudente y segura es a través de un desarrollo sostenible. (World Commission on Environment and Development, 1987; Glandwin, Kenelly y Krause, 1995).

Tras el análisis detallado de las teorías de la RSE, en el siguiente apartado damos paso a la cuestión de nuestro trabajo el concepto de la RSE que podréis observar mediante la utilización de varias fuentes, ya que cada una lo describe destacando cosas que consideramos relevantes para de la definición de la RSE.

III.1. Concepto de la RSE

A lo largo de la historia de la implantación de la responsabilidad social corporativa, se ha tratado de conceptualizar este concepto a través de varias definiciones. En el libro verde de la UE (2001), encontramos que la mayor parte de estas definiciones entienden este concepto como la integración voluntaria, por parte de las organizaciones, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus grupos de interés. Para aquellas empresas que finalmente toman la iniciativa de poder implantar dentro de su organización de una manera adecuada y responsable aspectos sociales y medioambientales, esto acaba generando un crecimiento de sus resultados y un mayor beneficio (Libro Verde de la UE, 2001).

Por su parte, la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA) considera que la Responsabilidad Social Corporativa representa el compromiso y la contribución de las organizaciones con el conjunto de personas que interactúan en la sociedad. Este compromiso está asociado a unos valores sociales que inducen a un comportamiento empresarial coherente con el objetivo de la obtención del beneficio económico necesario para su supervivencia, teniendo como objetivos principales el logro del desarrollo sostenible y la consiguiente generación de valor para todos los grupos de interés a largo plazo (AECA, 2003).

Por otro lado, en la Guía Izaite para la Implantación de la RSE en la empresa, esta aparece como un concepto por el cual las empresas de manera voluntaria apuestan por una mejora de la sociedad y un medio ambiente más limpio. La RSE no es algo que se añada a la actividad principal de la empresa, sino que es algo que está integrada en la estrategia y gestión de la misma para el aumento de su competitividad respecto al resto de empresas.

Por último, el Observatorio de la RSC destaca que aquellas empresas que implementan la RSE en sus estrategias se caracterizan por tener presente los impactos que sus actividades generan sobre sus diferentes grupos de interés.

Después de estudiar estas definiciones podemos afirmar que ser socialmente responsable no solo engloba el cumplimiento de la normativa jurídica vigente, sino que hay que ir más allá mejorando e invirtiendo en el capital humano, de manera que mejore la sociedad y el medioambiente. Además, implementar la RSE en la empresa supone un beneficio para la misma tanto de manera económica como de cara a su imagen corporativa y lo que le permite conseguir una ventaja competitiva respecto al resto de las empresas.

A continuación, presentamos los cuatro pilares básicos de la RSE que se deducen de sus definiciones (tabla 1): el desarrollo sostenible, el dialogo con los grupos de interés o stakeholders, el triple balance y la comunicación.

Tabla 1. Los Pilares básicos de la RSE

PILARES BÁSICOS DE LA RSE		
DESARROLLO SOSTENIBLE	Se consigue a través de la intersección y gestión responsable por parte del gobierno Corporativo de tres variables: <ul style="list-style-type: none"> • Económica • Medioambiental • Social 	(Libro Verde, 2001)
DIALOGO CON LOS GRUPOS DE INTERES	La organización adopta compromisos, estableciendo un contrato psicológico con los grupos de interés y establece canales para la demostración del cumplimiento de los mismos.	(Libro Verde, 2001)
EL TRIPLE BALANCE	El desempeño de las acciones de una entidad se puede medir según la contribución que la misma aporta al desarrollo económico, social y medioambiental.	(León et al., 2012)
LA COMUNICACIÓN	Promoción y utilización de herramientas comunicativas para informarlos sobre las políticas y acciones que se están llevando a cabo. Debiendo atender a lo que se comunica como a la manera en que se transmite la información a los grupos de interés.	(Moneva, 2005)

Fuente: Elaboración propia

III.2. HISTORIA DE LA RSE EN ESPAÑA

El estudio de la Responsabilidad Social tuvo su procedencia en la década de los cincuenta, cuando comenzó a ser tratado por la literatura de la administración y Bowen (1953) empezó a ser tomado por muchos como el precursor de la investigación académica sobre el tema. Es en los años sesenta, cuando se produce el mayor desarrollo del concepto al mezclar los límites de las obligaciones legales implantadas por el mercado. Desde esa fecha hasta la actualidad han ido apareciendo otras muchas definiciones. (Julio García del Junco , Beatriz Palacios Florencio , Francisco Espasandín Bustelo, 2014).

En España, el escenario de la Responsabilidad Social Empresarial puede considerarse en términos generales con un desarrollo acelerado, en equiparación a otros países del entorno europeo. Ello se declara en primer lugar, en el tipo y número de iniciativas ejecutadas por las empresas, pero también en las actuaciones fomentadas por otros actores involucrados a priori en el desarrollo de la RSE.

No obstante, en los años 2003 y 2004, la cuestión de la RSE ganó una creciente repercusión en el discurso empresarial a pesar de sufrir momentos de flaqueza en el desarrollo de mismo, una primera consecuencia está enlazada con las características del tejido empresarial español debiendo mencionar que las iniciativas en materia de responsabilidad social empresarial en la última década han sido extendidas especialmente por empresas de carácter transnacional.

Cabe destacar que dos características del tejido empresarial español complican la extensión de iniciativas en materia de RSE: por una parte, el relativamente tardío y carente grado de internacionalización de las empresas españolas y, por otro lado, el alto grado de atomización empresarial.

Una segunda causa ha sido la integración en los mercados españoles de la valoración de inversiones con criterios en RSE, justificado por variados factores ligados a la oferta y a la demanda, tales como: las reducidas operaciones de las empresas españolas en mercados sensibilizados con el tratamiento de la responsabilidad social empresarial; el hecho de que la capitalización esté aglutinado en un pequeño número de empresas; o la todavía escasa cultura existente entre los inversores en España a diferencia de otros países.

La limitada cultura empresarial existente en esta materia establece otra traba para el desarrollo de la RSE. Por una parte, existe todavía un gran déficit de información y formación en España sobre la RSE y la forma en que la misma debería integrarse en la gestión de la empresa.

Se valora que las iniciativas sociales deberían ser tomadas por la Administración pública o las organizaciones del tercer sector y no tanto el empresariado español, aunque cabe destacar en los últimos años un mayor dinamismo en el desarrollo de la RSE por parte de la Administración, tanto en el ámbito central como territorial.

Sin embargo, es posible confirmar un mayor dinamismo en el desarrollo de la RSE por parte de la Administración, como en el ámbito central como en el territorial.

Particularmente destacada fue la creación en Julio de 2003 de una comisión de expertos dependiente del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, resultado del mandato del Congreso de los Diputados, y siendo modificada su naturaleza y funciones por el Gobierno del PSOE a finales de 2004 mediante la creación de una Mesa de diálogo social sobre RSE, formada por la administración y los agentes sociales (sindicatos y organizaciones empresariales); y por otra, con la creación de un Foro de expertos, en el que participó el Gobierno y las organizaciones del tercer sector.

Por último, como elemento a señalar es la relativamente tardía incorporación de los agentes sociales (organizaciones empresariales como sindicales) al debate actual sobre el fenómeno de la Responsabilidad Social Empresarial, aunque se han producido progresos recientes en este entorno.

La cuestión de la Responsabilidad Social de las empresas está empezando a agruparse en diferentes acuerdos alcanzados en el ámbito de la negociación colectiva y/o la concertación social.

La cuestión de la RSE también ha sido considerada en el marco de los procesos de negociación y concertación social en el ámbito territorial. Uno de los primeros ejemplos de acuerdo en este terreno en el ámbito territorial lo compone la incorporación de un apartado concreto sobre RSE en el *VI Acuerdo de Concertación Social en Andalucía (2005-2008)*, registrado entre la junta de Andalucía, la unión General de trabajadores de Andalucía, Comisiones Obreras de Andalucía y la Confederación de Empresarios de Andalucía. Una decisión que envuelve particular importancia, en la medida en que manifiesta la creciente atención que se le está dando a esta materia por parte de los agentes sociales.

III.3. PRINCIPIOS DE LA RSE

Para el desarrollo de una buena RSE, las empresas socialmente responsables deben delimitar su actividad y cultura empresarial mediante la constitución de un sistema de valores. Este sistema debe ir entrelazado a una serie de principios relacionados con la responsabilidad social corporativa. A continuación, especificamos los principios desde diferentes fuentes.

III.3.1. Principios del Observatorio de la RSC

El observatorio de la RSC, entiende que la RSE comprende la ejecución de la legislación nacional vigente y las normas internacionales que están en vigor, que tiene un carácter global ya que atañe tanto la cadena de valor tan necesaria para el progreso de la actividad, como a la prestación del servicio.

Conlleva unos compromisos éticos que pasan a ser obligatorios para quien los contrae y reflejan los impactos que produce la actividad empresarial en el ámbito social, medioambiental y económico. Por último, se dirige a la satisfacción e información de las expectativas e intereses de los grupos de interés.

III.3.2. Comisión de Responsabilidad Social Corporativa - AECA

Para AECA, los principios básicos originan reglas fundamentales que conducen el comportamiento social de una manera responsable de las empresas. Su determinación y

aplicación está en cohesión con la definición, los objetivos de la responsabilidad social corporativa y las necesidades generales de los grupos de interés.

Los principios según esta asociación son los siguientes:

- **Transparencia:** Para una buena relación con los grupos de interés, este principio es una pieza fundamental, ya que la organización explica su comportamiento social siendo permeable a las expectativas sociales. Hay que aclarar que las organizaciones que son limitadamente transparentes, no contra en responsabilidad ni con los objetivos ni con el concepto de la RSE.

- **Materialidad:** la organización debe tener en cuenta las necesidades y expectativas de las partes interesadas en la toma de decisiones, todo esto teniendo en cuenta todas las dimensiones de la RSE, así como actividades o impactos.

Las organizaciones deben sostener un correcto flujo de relaciones con los grupos de interés de la misma para alcanzar un nivel de conocimiento de su materialidad.

- **Verificabilidad:** Son las actuaciones socialmente responsables de la organización que deben exponer mediante la transparencia y verificabilidad para la consecución por parte de la empresa de un buen nivel de credibilidad de las partes interesadas.

- **Visión amplia:** La organización se debe concentrar en sus objetivos en el contexto de sostenibilidad. Debe reflexionar el impacto que realiza a nivel local, regional, continental y global considerando tanto los impactos directos como indirectos.

- **Mejora continua:** Va relacionada con una gestión innovadora cuyo objetivo principal es la conservación a largo plazo de la organización, es decir, una estrategia con visión de un futuro mejor.

- La naturaleza social de la organización: Predomina el valor y el papel del ser humano como ente individual y social, origen y fin de la organización a la hora de gestionar la organización.

La organización para la cooperación y desarrollos económicos tiene como objetivos principales desarrollar las políticas que van destinadas a alcanzar el crecimiento sostenible de la economía y del empleo, además del bienestar de los países miembros, colaborando para una sana expansión económica y exponiendo su apoyo para el desarrollo del comercio mundial sobre una base multilateral y sin discriminación (OCDE, 2004).

III.3.3. Principios de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE)

Los principios de gobierno corporativo de la OCDE fueron respaldados por sus ministros en 1999. En el año sucesivo, esta organización propuso unas directrices para empresas multinacionales, las cuales constituyen unos principios que promueven la responsabilidad de las empresas de acuerdo a su contribución al desarrollo sostenible (OCDE, 2004).

- Garantizar la base de un marco eficaz para el gobierno corporativo. “El marco para el gobierno corporativo deberá promover la transparencia y eficacia de los mercados, ser coherente con el régimen legal y articular de forma clara el reparto de responsabilidades entre las distintas autoridades supervisoras, reguladoras y ejecutoras”.
- Los derechos de los accionistas y funciones clave en el ámbito de la propiedad. “El marco para el gobierno corporativo deberá amparar y facilitar el ejercicio de los derechos de los accionistas”.

- Un trato equitativo hacia los accionistas. “El marco para el gobierno corporativo deberá garantizar un trato equitativo a todos los accionistas incluidos los minoritarios y los extranjeros. Todos los accionistas deben tener la oportunidad de realizar un recurso efectivo en caso de violación de sus derechos”.
- El papel de las partes interesadas, “el marco para el gobierno corporativo deberá reconocer los derechos de las partes interesadas establecidos por ley o a través de acuerdos mutuos, y fomentar la cooperación activa entre sociedades y las partes interesadas con vistas a la creación de riqueza y empleo, y a facilitar la sostenibilidad de empresas sanas desde el punto de vista financiero”.
- Divulgación de datos y transparencia. “El marco para el gobierno corporativo deberá garantizar la revelación oportuna y precisa de todas las cuestiones materiales relativas a la sociedad, incluida la situación financiera, los resultados, la titularidad y el gobierno de la empresa”.
- Las responsabilidades del Consejo. “El marco para el gobierno corporativo deberá garantizar la orientación estratégica de la empresa, el control efectivo de la dirección ejecutiva por parte del consejo y la responsabilidad de éste frente a la empresa y los accionistas”.

III.3.4. Principios del Pacto Mundial

El Pacto Mundial tiene como misión el favorecimiento de la sostenibilidad empresarial mediante la implantación de diez principios universales de conducta y acción en materia de derechos humanos, normas laborales, medio ambiente y lucha contra la corrupción. Como visión tiene alcanzar la mayor iniciativa voluntaria de responsabilidad empresarial y desarrollo sostenible a nivel mundial (FRC, 2010).

A continuación, recogemos los principios según el Pacto Mundial, fundamentados en declaraciones y convenciones universales de Organización Naciones Unidas (Tabla 2).

Tabla 2. Principios según el Pacto Mundial.

PRINCIPIOS SOBRE EL PACTO MUNDIAL		
<u>Derechos humanos</u>	<u>Estándares laborales</u>	<u>Medio ambiente</u>
Principio 1: “Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los Derechos Humanos fundamentales reconocidos universalmente, dentro de su ámbito de influencia”.	Principio 3: “Las empresas deben apoyar la libertad de asociación y de reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva”.	Principio 7: “Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente”
Principio 2: “Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices de la vulneración de los Derechos Humanos”.	Principio 4: “Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción”.	Principio 8: “Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental”.
	Principio 5: “Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil”.	Principio 9: “Las Empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente”
	Principio 6: “Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y ocupación”.	Principio 10: “Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente”.

Fuente: Elaboración propia

Una vez analizados los principios de cada una de las fuentes que hemos mencionado anteriormente, llegamos a la siguiente conclusión: La implantación de unos correctos principios como la comunicación y la transparencia, el respeto a los derechos humanos y las normas laborales derivan en un comportamiento social responsable por parte de las empresas. Ello mantiene una relación de calidad con los grupos de interés, tener presente las políticas medioambientales y llevar a cabo un buen gobierno corporativo para conseguir la mejora continua.

III.4. LA IMPORTANCIA DE LA RSE EN LA EMPRESA

El aumento de actuaciones llevadas a cabo en los últimos años, no sólo por empresas sino también por instituciones, agentes sociales y otras organizaciones, pone de manifiesto el boom de la RSE. A pesar de ello, nos encontramos aún lejos de otros países europeos en cuanto a la implantación en la gestión empresarial de los criterios de RSE.

Como ente económico, Bowen (1953), indica que el principal objetivo de la empresa es obtener beneficios, pero son cada vez más los consumidores que buscan empresas que vayan más allá, es decir, que sean socialmente responsables. Llegados a este punto, nos planteamos: ¿Qué es ser socialmente responsable?

La RSE dentro de la empresa va más allá de políticas de responsabilidad social definida, enunciada y comunicada.

Dado el impacto que tienen las empresas en la sociedad, y conocida su contribución al desarrollo sostenible de esta, sus actividades, además de lograr sus objetivos empresariales, tienen que ir dirigidas a aportar beneficios a sus *stakeholders*, garantizando la protección al entorno y al medioambiente, etc.

III.4.1 ¿Qué es ser socialmente responsable?

En palabras de Viera (2012), “ser responsable es ser sostenible, siempre que se entienda como la conjunción de tres vértices de un triángulo: Equidad Económica, Justicia Social y seguridad Ambiental”

A este respecto, Guedéz (2006, p.142) afirma que la “responsabilidad social de las empresas debe estar unida a la misión, visión y valores de las organizaciones y, en consecuencia, se revela como esencia y estrategia sustantiva”, y añade que se requiere del apoyo de todos los miembros de la organización. Teniendo en cuenta esto, las empresas no deben utilizar la RSE como un medio para aumentar su prestigio o reputación, a nivel mediático es necesario saber que en materia de RSE, las empresas, el Estado, y los ciudadanos llevan a cabo distintos papeles y cada uno tiene sus propias funciones. Las empresas socialmente responsables son aquellas que entienden el valor del bien común y solo conciben el desarrollo sostenible.

Numerosas empresas comprometidas con la responsabilidad social, han obtenido beneficios tanto cuantitativos como cualitativos.

III.4.2. Ventajas de la RSE para la empresa y visión crítica de la RSE

Bowen (1953) en su libro clasifica los beneficios como externos e internos.

Beneficios externos:

- Posicionamiento y diferenciación de marca.
- Incremento de notoriedad, que se plasma en una influencia positiva en la sociedad y repercute en su reputación entre la comunidad empresarial, incrementando así la habilidad de la empresa para atraer capital y asociados, y también entre sus propios empleados.
- Captación de nuevos clientes.
- Fidelización de clientes.
- Mejora de imagen de marca.
- Mejora de imagen corporativa.

- Mejora de relación con el entorno (nuevas estrategias de comunicación).
- Mejora de las relaciones con sindicatos y administraciones públicas.
- Descuentos publicitarios.
- Apoyo al lanzamiento de nuevos productos.
- Acceso a líderes de opinión que influyen en la decisión de compra.
- Acceso a nuevos segmentos de mercado.

Beneficios internos:

- Fidelidad y compromiso de los trabajadores.
- Mejora del clima laboral.
- Mejora de la comunicación interna.
- Fomento de una determinada cultura corporativa que redunde fundamentalmente en la gestión de los recursos utilizados en la actividad empresarial, abriendo así una vía para administrar el cambio y conciliar el desarrollo social con el aumento de la competitividad.
- Realización de ensayos para el desarrollo innovador de estrategias comerciales.
- Obtención de desgravaciones fiscales en colaboración con fundaciones.
- Proporciona valor añadido a los accionistas.
- Reducción de costes operativos. Son múltiples las iniciativas que logran reducir costes a las empresas, principalmente en el área ambiental, como el reciclaje, que genera ingresos extras.

Por lo tanto, tal y como hemos podido comprobar con las diferentes fuentes consultadas y plasmadas en este trabajo, se ha demostrado a lo largo de los años que una política de RSE acorde con las metas estratégicas y con la cultura de la empresa aporta multitud de beneficios. La RSE es una inversión a largo plazo, puesto que se trata de un

activo intangible en la empresa. Eso sí, no quiere decir que por la implantación o manejo de la RSE en la empresa se vaya a obtener el mismo resultado que las demás empresas o que vaya a obtener beneficios a corto plazo, ya que pueden implantar de manera similar la RSE, pero cada empresa tomara sus propias medidas para conseguir la diferenciación con el resto.

Las empresas deberían de tomar conciencia que la implantación de la misma no solo genera beneficios económicos o una buena imagen respecto a los demás, sino que supone una mejora de la sociedad, ya que con todo esto están generando un desarrollo en todos los ámbitos.

Con esto queremos decir que muchas empresas realizan todas estas técnicas por la repercusión que deriva, no porque quieran ser responsables, ya que hemos visto casos de empresas que intentan dar una imagen que realmente no son.

Por otro lado, existe una visión crítica de la RSE. La opinión más llamativa a la RSE es la planteada por el Premio Nobel de Economía Milton Friedman (1970), en su artículo *“The Social Responsibility of Business is to increase its profits”* publicado en el año 2007 y que podemos resumir en los siguientes puntos:

1. Las personas son las únicas que pueden tener responsabilidades.
2. Los directivos de las empresas tienen una responsabilidad frente a sus accionistas.
3. Que un directivo tenga una responsabilidad social significa que sigue una dirección distinta de la que marcan los intereses de sus accionistas.
4. Con esta manera de actuar estaría imponiendo a sus accionistas un impuesto y diciendo como invertirlo.
5. De esta forma, el directivo se convierte en un funcionario público con poderes legislativo, ejecutivo y judicial.

6. La doctrina de la RSE supone la aceptación del punto de vista socialista de que los mecanismos políticos y no los mercados son los apropiados para determinar la distribución de recursos escasos.
7. El argumento no es muy distinto si el que asume esa responsabilidad es uno de varios accionistas actuando frente al resto. En el caso de un empresario individual, las cosas son distintas, ya que se trata de su propio dinero.
8. La práctica de la RSE es un envoltorio de acciones que se justifican en otros campos (beneficio a largo plazo) más que la razón de esas acciones.
9. En el caso anterior, no se puede acumular mucha indignación para denunciar esa hipocresía.
10. El profesor Friedman concluye que la RSE es una doctrina revolucionaria.

Conviene conocer estas críticas ya que permite reforzar los argumentos y construir un concepto de RSE más sólido y eficaz.

Para algunas empresas la RSE es un costo económico ya que los empresarios consideran que es un coste añadido para la organización. Esta idea surge de la confusión existente entre la RSE y la acción social pero la realidad es que una empresa puede tener una imagen responsable sin dedicar importantes cantidades de dinero y llevando a cabo grandes acciones.

Derivada de esta idea existencial de la RSE, otra crítica es que los accionistas son los dueños de la empresa y que por ello deben decidir qué recursos destinar para los grupos más desfavorecidos. Estamos hablando de una decisión unilateral por parte de los accionistas y en los que la empresa no puede intervenir sin su consentimiento. En esta relación se debe crear un ambiente de trabajo en común para que los esfuerzos por ambas partes no sean en vano y se dirijan a la obtención del beneficio común en esta materia. Brown (2001).

Otra crítica muy expandida es que la mayoría de las personas comentan que la RSE es una mera herramienta publicitaria debido a que muchas empresas dicen mucho y hacen poco. Por esta razón surge nuestro interés por conocer si esto es así en la empresa elegida (IKEA) para nuestro análisis práctico, y corroborar la opinión del personal sobre este tema y la organización en cuestión. (Lozano, 1999)

En resumen, la RSE puede favorecer la imagen de la organización si ponen en práctica una buena implantación de la misma, pero puede ocurrir lo contrario, puede suponer un importante riesgo para la organización si se utiliza como una herramienta publicitaria, una lavada de cara que, y todo esto puede suponer un coste económico sin ningún tipo de beneficio, en su caso pérdidas.

III.5. DIMENSIONES DE LA RSE

Durante los años ochenta autores como Freeman (1983) expusieron la teoría de los stakeholders o grupos de interés, en la que muestra a las empresas u organizaciones como un sistema cuya relación es constante con la sociedad y donde se mantiene un feed-back entre la organización y el individuo.

Freeman (1983) introduce una primera definición del concepto de stakeholder, distinguiendo un grupo restringido, como aquellos individuos de los que la organización depende directamente. Este autor afirma la teoría de que la razón de ser de cualquier empresa es ser un instrumento de realización de las expectativas de sus stakeholders; sin embargo, en 2004 redefine el término como “aquellos grupos que pueden afectar o ser afectados por el logro de los propósitos de la organización”.

De la misma forma que ocurre con el concepto de RSE, existe una gran cantidad de diversas teorías y conceptos sobre los grupos de interés.

Los stakeholders o grupos de interés, pueden definirse como “aquellos grupos de personas, individuos u otros agentes (como el medio ambiente y las generaciones venideras) afectados de una u otra forma por la existencia o acción de las organizaciones, con un interés legítimo, directo o indirecto por la marcha de esta, que influyen a su vez en la consecución de los objetivos marcados y su supervivencia” (AECA 2004, pfo. 37).

Por otro lado, Freeman (2004) divide a los grupos de interés en “primarios” e “instrumentales”. Actualmente, suelen clasificarse en primarios aquellos que tengan derechos y obligaciones directas y legalmente establecidas respecto a la empresa, como por ejemplo accionistas y propietarios, empleados, clientes o consumidores, proveedores, distribuidores y competidores; o secundarios, los cuales se basan en relaciones indirectas a la organización.

Sin embargo, es Moneva (2005) quien hace la clasificación más interesante al dividirlos en internos, es decir, aquellos grupos de interés que forman parte de la empresa, desde directivos a empleados, y externos, es decir, la sociedad en general, competidores, la comunidad, el propio medio ambiente.

En la RSE los “stakeholders” tienen un papel activo, de forma que sus necesidades y expectativas sean consideradas en los procesos de toma de decisiones de las empresas. Este término está sustituyendo en el ámbito de la información de las organizaciones, al tradicionalmente utilizado de usuario, cuya acepción se limita al ámbito de los estados financieros. (Moneva, 2005)

Así llegamos a la conclusión de que los stakeholders son partes interesadas, beneficiadas y/o afectadas, tanto internas como externas, por la actividad de cualquier entidad u organización. Los grupos de interés pueden ser grupos, como el propio nombre indica, o individuos, y poseen un vínculo o una relación, directa o indirecta, en el desempeño de la actividad empresarial. La dimensión social de la RSE destaca la importancia de las personas como elemento clave en las organizaciones (Navarro, 2008).

Llegados a este punto, somos conscientes de la importancia de una buena implantación y consiguiente desarrollo de la RSE, es un aspecto fundamental para la subsistencia de cualquier organización. La RSE se ha convertido en una parte esencial, independientemente del tamaño o sector de la compañía. Es preciso centrar nuestros conocimientos en el impacto de la responsabilidad social de las empresas en sus resultados económicos y elaborar estudios complementarios al respecto.

Según la Guía para la implantación de la RSE en la empresa de Izaite, la RSE se compone de dos dimensiones que son las siguientes:

En primer lugar, la dimensión interna, que considera la empresa desde el interés social, basado en los aspectos de la gestión de los recursos humanos y de la seguridad social, la formación y desarrollo de los trabajadores, la gestión de la calidad y del medio ambiente.

Y, en segundo lugar, la dimensión externa, que atiende a las relaciones de la empresa con sus agentes externos y entorno social.

La RSE engloba un amplio número de interlocutores incluidos en el proceso como son sus clientes y proveedores, administradores, comunidades locales, ...

Según la dimensión interna, el ejercicio de la RSE afecta en primer lugar a los trabajadores y engloba cuestiones referidas a los recursos humanos, la salud y la seguridad.

En lo que respecta a la gestión de los recursos humanos, hoy en día, es muy importante para las empresas reclutar a los trabajadores cualificados y lograr que permanezcan en su organización, para esto, las medidas utilizadas en este contexto son el aprendizaje continuo, la conciliación entre vida familiar y profesional y el equilibrio entre salario y desarrollo profesional.

En los que referente a la seguridad y salud en el trabajo, tradicionalmente, se ha afrontado mediante instrumentos legislativos. Sin embargo, en la actualidad, debemos resolver este aspecto mediante acciones el Fomento de comportamientos que beneficien la salud y seguridad en el trabajo, tanto de sus propios trabajadores como de todos los que de una u otra manera estén en contacto con la organización.

Por otro lado, las políticas sobre el medio ambiente de las empresas deben incorporar actuaciones que repercutan en reducir el uso de recursos energéticos y atenuar la emisión de vertidos y residuos.

Y según la dimensión externa, La RSE de las empresas engloba a las relaciones de la empresa con su entorno social y ambiental tales como los clientes y proveedores, la comunidad, administración y autoridades públicas, etc.

III.6. HERRAMIENTAS DE GESTIÓN DE LA RSE

Las herramientas de gestión tienen su procedencia en el problema de calcular las acciones de la RSE de forma lógica, completa y estructurada. Sus informes sirven como manual y punto de referencia para el desarrollo de los métodos de sostenibilidad. Y, sus objetivos se centran en fijar niveles mínimos de desempeño, colaborar con la empresa para dirigir la calidad de los procesos y sistemas, además de impulsar las mejores prácticas.

El desarrollo ejecutado en los últimos años en materia de RSE y los crecimientos en materia ambiental dirigen a las sociedades actuales a demandar mecanismos y herramientas que les permitan garantizar una simbiosis entre gestión y valores de la organización.

A continuación, presentamos las herramientas fundamentales de gestión de empresas comprometidas con la RSE.

III.6.1. Memoria de sostenibilidad

Uno de los informes más utilizados por las empresas ya que ofrecen una información equilibrada, objetiva y razonable de las acciones en materia de sostenibilidad en un periodo de tiempo determinado es denominado como **memoria de sostenibilidad**, ya que ofrecen una información equilibrada, objetiva y razonable de las acciones en materia de sostenibilidad llevadas a cabo por una empresa u organización en un periodo de tiempo determinado. Es una publicación ordenada y documentada de las contribuciones positivas y negativas, de los logros y retos de una organización.

La utilización de la memoria de sostenibilidad en una empresa supone una mejora tanto en la imagen y reputación de la misma, así como para una buena identificación de los riesgos que puede sufrir, fortaleciendo las relaciones y marcando una diferencia y posicionamiento respecto al resto de empresas.

Conceptualmente la elaboración de memorias de sostenibilidad está vinculada a la necesidad de afrontar las demandas de los diferentes grupos de interés y, con ello, obtener rentabilidades superiores a las que se obtendrían por atender únicamente a los aportantes de recursos financieros (Freeman, 1984).

En 1997 aparece de forma globalizada el marco para la elaboración de informes de sostenibilidad, realizado por la Global Reporting Initiative junto con la Coalition for Environmentally Responsible Economies (CERES) y el United Nations Environmental Programme (UNEP), para que todas las organizaciones tengan una referencia fiable a la hora de presentar sus reportes o memorias de sostenibilidad de forma periódica, ayudando a la unificación y facilitando la transparencia y rendición de cuentas.

Una cuestión final que se plantea es si los informes de sostenibilidad proporcionan un resultado global, de la misma forma que se plantea en la información financiera. En este caso el objetivo sería recoger el impacto <<Triple Bottom Line>>: económico, medioambiental y social de la organización para facilitar la toma de decisiones. En la práctica no existe una medición de este nivel, incluso el modelo de la GRI se encuentra alejado de estos parámetros (Moneva et al. 2006). La primera versión creada por la GRI se denominó “Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad” y se publicó en el año 2000: G1. Posteriormente, se han desarrollado cuatro versiones: la G2 en el año 2002, la G3 en 2006, la G3.1 en 2011, y, por último, la actual y más reciente, versión G4 del año 2014. La G4 prioriza sobre el concepto de materialidad: los principios para la definición de los contenidos de la memoria (materialidad, participación de los grupos de

interés, contexto de sostenibilidad, exhaustividad y equilibrio) siguen siendo los mismos, pero la materialidad predomina sobre cualquier otro, motivando la propuesta por la cual las organizaciones que realicen memorias de sostenibilidad están llamadas a reportar en todos los ítems generales de la gestión organizacional. Recordamos que el Principio de Materialidad conlleva el compromiso real y verificable de las organizaciones frente a actuaciones y políticas sobre RSC, teniendo en cuenta todas las dimensiones de la misma, así como sus actividades e impactos, etc. (AECA, 2004).

El modelo GRI ha tenido especial aceptación entre las empresas españolas, de forma que el número de informes ha ido creciendo de forma significativa en los últimos años.

Este crecimiento ha situado a España en el cuarto lugar del mundo por número de informes registrados en la GRI.

III.6.2. Normalizaciones y certificaciones (ISO 26000)

Otra herramienta de gestión de la RSE es la ISO 26000 la cual facilita la orientación a todo tipo de organizaciones, independientemente de su tamaño o ubicación, sobre:

- Conceptos, términos y definiciones conectados con la responsabilidad social
- los antecedentes, tendencias y características de la responsabilidad social
- Principios y prácticas relacionadas con la responsabilidad social
- Las materias fundamentales y asuntos de responsabilidad social
- Integración, implementación y promoción de un comportamiento socialmente responsable en toda la organización y, a través de sus políticas y prácticas, dentro de su esfera de influencia.
- Identificación y compromiso con las partes interesadas

- Compromisos de desempeño comunicantes y otra información relacionada con la responsabilidad social.

III.6.3. Reportes de sostenibilidad (AA1000AS)

Por otro lado, otra herramienta reconocida internacionalmente es la **norma AA100**, ya que está orientada a fortalecer su compromiso con los grupos de interés incorporando un sistema de Gestión del aseguramiento de la Sostenibilidad. (Jul 31, 2014 Artículos, Normas ISO, Noticias Destacadas). Es una herramienta, reconocida internacionalmente, orientada a fortalecer su compromiso con los grupos de interés incorporando un sistema de Gestión del aseguramiento de la Sostenibilidad. (Jul 31, 2014 Artículos, Normas ISO, Noticias Destacadas).

Esta norma es de las primeras iniciativas que se presenta sin derechos de propiedad y de libre acceso tapando completamente los aspectos relacionados con el informe público de la sostenibilidad y los resultados de una organización.

Se han tenido en cuenta las tendencias actuales en el ámbito del aseguramiento financiero, ambiental y de calidad para la elaboración de esta norma, introduciendo lecciones clave derivadas de la reciente práctica de la gestión de la sostenibilidad y de la responsabilidad, así como de la realización de informes y la utilización de aseguramientos.

El objetivo de esta norma es proteger a las organizaciones en la contribución al desarrollo sostenible e incitarlas a que vayan más allá del cumplimiento de la normativa vigente.

La implantación de este sistema de aseguramiento de sostenibilidad en una organización nos asegura los siguientes beneficios:

- Proporciona un medio global para responder sobre la gestión y desempeño de una organización.
- Evalúa como las Organizaciones gestionan la sostenibilidad más allá de los datos e informes financieros.
- Evalúa la Calidad de la información divulgada relativa al desempeño en sostenibilidad
- Y proporciona herramientas para evaluar el desempeño de la gestión medioambiental, emisiones de Gases de Efecto invernadero y otros aspectos como la gestión sostenible de explotaciones forestales o etiquetas de comercio justo.

III.6.4. La norma de Empresa SGE 21

Y, por último, la **norma de empresa SGE 21**, es un estándar afianzado. Cada vez es mayor el número de organizaciones que están arriesgando por su metodología como forma de gestión de la responsabilidad social. Desde su diseño y desarrollo, la SGE 21 fue establecida como un instrumento flexible y adaptable a las necesidades de las diferentes organizaciones.

La implantación de este sistema para la dirección de la organización genera un convencimiento de su capacidad de desarrollar un liderazgo responsable. Esta implantación requiere un compromiso que demuestre al menos tres elementos esenciales.

- Integración en la estrategia y procesos de la organización.
- El impulso del diálogo y el conocimiento de las expectativas de los grupos de interés.

- El fomento de la transparencia y la comunicación.

Con el cumplimiento de esta Norma se adquiere voluntariamente un compromiso con la sostenibilidad en materia económica, social y ambiental y supone aplicación de los valores éticos que hay que demostrar y mantener. Esta evaluación puede hacerse de dos formas con una Certificación del sistema de gestión o mediante una evaluación de la conformidad. (Forética, 2017)

III.6.5. Desarrollo sostenible

A lo largo de los años, han surgido dudas entre el concepto de memoria de sostenibilidad con el concepto de desarrollo sostenible, por lo que consideramos importante destacar la diferencia entre ambos ya que la palabra “desarrollo” apunta a la idea de cambio, gradual y direccional.

Según el informe Brundtland (1987) el desarrollo sostenible es “El desarrollo que satisface las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades” (CMMAD, 1992).

En la actualidad vivimos en una época de transformaciones demográficas, ecológicas y económicas. Es un intento por asegurar que los cambios que afectan a la humanidad sean para mejor y redefinir el progreso denominado desarrollo sostenible.

En consecuencia, el concepto de desarrollo sostenible no significa la continuación de la situación existente. Para poder avanzar hasta este desarrollo se deben eliminar las rigideces y obstáculos acumulados, identificando y protegiendo la base de conocimientos y experiencia acumulados, sosteniendo las bases sociales y naturales de adaptación y renovación y, por último, identificando la capacidad necesaria de renovación que se ha ido perdiendo con el fin de estimular la innovación, experimentación y creatividad social.

Según Gallopin, Gilberto (2003-2005) existen una serie de elementos básicos del concepto de desarrollo sostenible:

- Las bases éticas del desarrollo sostenible
- Dinamismo
- Concepto
- Implementación
- Perspectivas

III.6.6.GRI

Por otra parte, a lo largo de los años, han aparecido diversas iniciativas, “la guía para la elaboración de memorias de Sostenibilidad” del Global Reporting initiative (GRI) o el “Código de Gobierno de la Empresa Sostenible”.

En el año 2001 el Global Reporting Initiative (GRI) se define como “acuerdo internacional elaborado con una visión a largo plazo en el que han participado múltiples partes interesadas, y que tiene por misión elaborar y difundir la “Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad” pudiéndose aplicar de manera global y voluntaria por organizaciones que deseen informar sobre los aspectos económicos, medioambientales y sociales de sus actividades, productos y servicios”.

A continuación, en la tabla 3, se recoge la estructura que siguen las empresas en este informe para explicar de manera más detallada la RSC y gestión implantada.

Tabla 3. La Responsabilidad Social Corporativa y su gestión integrada.

ESTRUCTURA DEL INFORME GRI	
APARTADO	DESCRIPCIÓN
Informe del responsable	Elementos principales
Perfil de la organización	Contexto y características de la entidad

Resumen e indicadores clave	Visión global del informe
Visión y estrategia	Perspectiva de la empresa sobre la integración de los aspectos económicos, sociales y medioambientales
Política, organización y sistemas de gestión	Revisión de la estructura y sistemas de gestión adoptados para implementar la visión sobre la sostenibilidad
Realizaciones	Recoge las realizaciones alcanzadas en las tres áreas económica, social y medioambiental, así como una integración de las tres

Fuente: Elaboración propia

El proceso seguido por el GRI para elaborar la Guía ha sido con reuniones celebradas en distintos lugares del mundo manteniendo una estructura transparente y abierta, habiendo sido invitadas las partes interesadas a participar en las actividades de grupo.

Según Larrañaga (2001) la guía GRI se diseñó para abarcar aspectos económicos, sociales y medioambientales, aunque efectuó un desarrollo más amplio de los aspectos medioambientales. El objetivo a largo plazo de GRI es integrar estas tres categorías, entendiendo que el desarrollo sostenible solo se puede alcanzar mediante su apropiada integración.

La guía GRI tiene como objetivo el ser utilizada por las empresas para la elaboración de sus memorias de sostenibilidad que según Bañegil y Chamorro(2001) son “documentos elaborados por la dirección de la empresa que recogen de forma organizada, periódica y objetiva los efectos relevantes (positivos y negativos) de la actividad de la compañía (procesos y productos) en el desarrollo sostenible de su entorno, entendiendo como tal aquel desarrollo económico que no genera injusticias intra e intergeneracionales, es decir que no es ajeno a las conservación del centro natural y del desarrollo social”

Esta memoria engloba tres elementos de sostenibilidad:

- **Económico:** gastos por nóminas, productividad laboral, creación de empleo, gastos en servicios externos, gastos en investigación y desarrollo.

- **Medioambiental:** impacto de los procesos, productos y servicios sobre el aire, agua, tierra y salud humana.
- **Social:** salud y seguridad en el lugar de trabajo, estabilidad de los empleados, derechos laborales, derechos humanos, salarios y condiciones laborales.

La Guía presentada por el GRI ofrece un marco para presentar memorias de sostenibilidad, aunque no ofrece directrices de los pasos a seguir en la recogida de datos, sistemas de información y elaboración de memorias o procedimientos organizativos para preparar dichas memorias, ya que considera que cada entidad es capaz de obtener los datos necesarios del modo más adecuado.

IV. CASO DE ESTUDIO: IMPLEMENTACIÓN DEL ÁMBITO SOCIAL DE LA RSE EN IKEA.

El motivo de elegir a la empresa IKEA como modelo para el caso de estudio, es porque una de las autoras de este trabajo pertenece laboralmente a esta organización.

Esto nos facilitaba la obtención de información. Hemos podido obtener, de primera mano, información necesaria para la elaboración de este trabajo, además de contar con personal directivo muy interesado en todo momento en poder ayudarnos con cualquier duda.

IV.1. Historia de IKEA

Esta organización comienza en 1926 con el nacimiento de su fundador, Ingvar Kamprad, en Smaland, al sur de Suecia. Creció en “Elmtaryd”, una granja cercana al pueblecito de Agunnaryd. Desde bien joven Ingvar ya tenía la idea de abrir un negocio.

Cuando tenía cinco años, Ingvar Kamprad comenzó vendiendo cerillas a sus vecinos, y a los siete, amplió su zona de ventas montado en su bicicleta. Se dio cuenta que en Estocolmo podía comprar cerillas al por mayor y a muy bajo precio para después venderlas al por menos a precios también bajos, pero obteniendo beneficio. Con el tiempo amplió su venta con diferentes productos como las semillas, postales, adornos de navidad, plumas y bolígrafos.

A principios de los años 40, Ingvar, estudia el diseño de muebles, el automontaje, la publicidad y el uso del catálogo y la exposición como forma de llegar al mayor número de personas posible. Cuando Ingvar tenía 17 años, su padre le da dinero como recompensa por las buenas notas obtenidas en los estudios. Ingvar utiliza ese dinero para iniciar su

propio negocio. El nombre de IKEA está formado por las iniciales de su fundador (I.K.), más las primeras letras de “Elmtaryd” (E) y Agunnaryd (A), la granja y el pueblo donde creció.

En 1945 el negocio de Ingvar mejora su capacidad de captación de clientes, por lo que empieza a anunciarse en los periódicos locales. En 1951 se publica el primer catálogo IKEA.

Para Ingvar es un año importante 1953, ya que se abre la primera exposición de muebles en Älmhult. Este es un momento muy importante en el desarrollo del concepto IKEA, ya que por primera vez los clientes pueden ver y tocar los productos de decoración para el hogar antes de comprarlos. La exposición nace de la necesidad de mostrar la calidad y variedad de sus productos con respecto a la competencia. Con esta exposición, IKEA demuestra claramente la funcionalidad y calidad de sus económicos productos. Esta innovación tiene un gran éxito.

En 1958 tiene lugar la apertura de la primera tienda IKEA en Suecia consistente en una superficie de 6.700m² repletos de productos para la decoración.

Entre los años 60 y 70 el concepto de IKEA empieza a tomar forma. Se abren nuevas tiendas IKEA y se desarrollan productos estrella.

A lo largo de estos años se materializa la apertura de tiendas IKEA en varios países como Suecia, Dinamarca, Australia, Canadá, Austria y Países Bajos.

En los años 80, IKEA se expande de una forma espectacular en nuevos mercados, como por ejemplo EE.UU., Italia, Francia y Reino Unido.

En los años 90, IKEA continúa creciendo. Se crea “IKEA y los niños”, y el trabajo se centra principalmente en la creación de soluciones que satisfagan las necesidades de las familias con hijos. También en esta época se forma el Grupo IKEA, y la responsabilidad

con las personas y el medio ambiente se convierte en un requisito fundamental para hacer buenos negocios.

Precisamente en 1990 se crea la primera política medioambiental de IKEA. Ésta asegura que la empresa y sus colaboradores tengan una actitud responsable en todas las actividades que realizan.

En 1996 IKEA llega a España, la primera tienda se abre en Badalona. En el año 2000 IKEA se extiende a nuevos mercados, como Japón y Rusia. Durante este periodo también se producen diversas asociaciones con éxito para proyectos medioambientales y sociales.

En esta década se lanza el código de conducta “La manera IKEA de comprar productos para la decoración del hogar” IWAY. Dicho código establece lo que los proveedores pueden esperar de IKEA y especifica lo que IKEA espera de sus proveedores en cuanto a temas legales, condiciones laborales, prevención activa del trabajo infantil y gestión forestal y medioambiental. Además, IKEA también introduce “La manera IKEA de prevenir el trabajo infantil” para asegurarse de que sus proveedores y subcontratistas no utilizan mano de obra infantil.

Se crean campañas de colaboración con diversas asociaciones como por ejemplo “Los clientes de IKEA ayudan a los niños más necesitados”. En esta campaña los clientes que compran peluches en IKEA ayudan a recoger fondos destinados a proyectos de UNICEF y Save the Children que se centran en los niños y en su bienestar. Hasta el momento, la campaña anual ha conseguido un total de 4.8 millones de euros.

A continuación, presentamos la memoria de sostenibilidad que IKEA, pueden acceder a ella sus trabajadores a través de la plataforma interna (intranet).

IV.1.1. Memoria de sostenibilidad

En la memoria de sostenibilidad con sus empleados, se detalla (ver p. 17) en relación al concepto de recursos humanos el hecho poder ofrecerles a sus trabajadores una posibilidad de promoción tanto a nivel personal como profesional, que puede derivar en un mejor día a día para todos.

IKEA muestra un pensamiento claro y directo ya que indica que quieren que sus trabajadores compartan sus valores y que sean personas únicas.

Para IKEA es un sueño poder ofrecer un mejor día a día a las personas con respeto a la diversidad, igualdad y su desarrollo, por ello las personas que eligen para trabajar con ellos deben ser un reflejo de la sociedad actual.

Las piezas clave en la cultura de IKEA son la diversidad y la igualdad de oportunidades. La política de recursos humanos se basa en la búsqueda, formación y desarrollo de las personas.

En el año 2008 lanzó un programa “I love Integra” que iba dirigido ayuda ayudar a la **integración de personas** en riesgo de exclusión social y con discapacidad. Durante el año 2011 se produjeron 86 incorporaciones con algún tipo de discapacidad, llegando a un total de 112.

Asimismo, en 2011, IKEA firmo con los representantes sindicales su primer **Plan de Igualdad** que contiene 80 medidas en procesos de selección, contratación, formación, desarrollo, conciliación de la vida familiar y laboral, retribución, prevención de riesgos laborales y violencia de género. Se puede comprobar que, en las posiciones de dirección, las mujeres forman parte de un 53% de los miembros del comité de dirección, un 75% de los miembros del comité de sostenibilidad y un 48% de las posiciones totales de mando.

Por otro lado, manifiestan que es importante que sus trabajadores tengan una **formación y desarrollo**, ya que todo esto deriva en el crecimiento de la compañía.

Diseñan planes de formación tanto a nivel nacional como de tienda en los que incluyen aspectos generales de la compañía, competencias técnicas, cultura y valores.

Así se implantó la formación “*Coaching 4U*” con el objetivo de que el coaching individual sea uno de los principales canales de desarrollo. Programa que tiene como objetivo certificar a 17 coaches a través de la ICF (International Coaching Federation).

Los programas de desarrollo más relevantes dirigidos a sus empleados son:

- El programa anual VIKING que se basa en que los empleados adquieran conocimientos de diferentes áreas apoyado por un proceso de coaching grupal. Hay tres niveles: para empleados, jefe de sección y jefes de departamento cuyo objetivo final es que los participantes alcancen un nivel de responsabilidad superior.
- Por otro lado, está el programa de desarrollo VIKINGS PS, que va orientado a personas menores de 27 años, para poder llegar a ser directores de tienda en 3 años.
- Y, por último, el programa Backpackers, dirigido a empleados que se encuentran en sus primeros años de carrera profesional. Los elegidos de este programa trabajan en dos países diferentes durante un año, en proyectos que tocan distintas áreas del negocio para adquirir una visión más amplia sobre los procesos de negocio y habilidades de liderazgo.

IKEA considera relevante en su memoria de sostenibilidad **la prevención de riesgos laborales**, ya que tiene la visión de crear un mejor día a día para los empleados incluyendo la mejora de las condiciones laborales, la creación de lugares de trabajo seguro y saludable. Para ello dispone de un servicio de prevención propio y de la figura de un responsable de prevención de riesgos laborales en cada una de las tiendas.

Se trata de una figura básica para la integración de la prevención ya que, entre otras tareas impulsa la comunicación y la concienciación en prevención, forma e informa a las personas in situ, aplica las políticas del servicio de prevención y revisa periódicamente las condiciones de seguridad y salud en la tienda.

Fue en 2011 cuando, se aprobó una política de prevención de riesgos laborales cuyos objetivos son:

- Reducir el número de accidentes.
- Integrar los principios de prevención en todos los procesos y actividades.
- Crear mantener una autentica cultura de prevención que asegure una participación y compromiso con la prevención a todos los niveles, con una comunicación eficaz que motive a los empleados a desarrollar su función con seguridad y con un sistema de reconocimiento para los empleados que promueva y haga realidad esa cultura de prevención
- Una de las herramientas más importantes en la gestión de la prevención de riesgos laborales en IKEA es la formación. Durante el año 2011 se han impartido más de 1000 horas de formación en esta materia.

Además, el sistema de gestión de prevención de riesgos laborales también contempla posibles riesgos psicosociales, incidiendo en medidas preventivas para evitarlos. IKEA dispone de un procedimiento de prevención y tratamiento de situaciones de acoso moral, sexual y por razón de género en el trabajo.

IKEA cuenta con una serie de **beneficios sociales** para sus empleados como son la flexibilidad laboral, el apoyo a la maternidad y a la paternidad, beneficios sociales y en diferentes servicios.

En los que respecta a la flexibilidad laboral, existe una planificación anual, que garantiza dos días de descanso semanal.

En el apoyo a la maternidad y a la paternidad, cuentan con dos meses de excedencia por maternidad y paternidad con 350 euros al mes, una ayuda de 450 por nacimiento denominado plus natal y un kit de nacimiento de regalo.

En beneficios sociales, el trabajador cuenta con un 15 por ciento de descuento en la compra de productos en IKEA, un plan de ahorro o plan de pensiones, un seguro de vida y regalo de navidad.

Y en lo relativo a los **servicios**, se dispone de una cantina de empleados, con menús subvencionados por la empresa, servicio médico y campañas de salud, parking de empleados, café gratuito y acuerdos especiales con terceros tanto de ámbito local como nacional.

El objetivo de IKEA a través de la **comunicación interna** es que todos los empleados dispongan de la información necesaria para la realización de su trabajo, promoviendo el dialogo, la participación y el compromiso para la creación de una comunicación abierta.

Para IKEA la comunicación siempre debe empezar por sus empleados, que busquen información y que tengan voz y voto ya que se basa en una comunicación bidireccional.

Trabajan continuamente para desarrollar habilidades entre sus trabajadores y puedan liderar de una manera correcta, todo esto ligado a la estrategia de negocio que tiene la compañía, con los canales bien definidos y optimizados.

Los canales de comunicación que utiliza IKEA son:

- A través de los mandos mediante el dialogo.

- IKEA inside, web interna.
- Plasmas y tabloneros en todas las tiendas.
- “Readme”, revista interna.
- Revista “en el aire” elaborada por los propios empleados.
- Boletines tiendas y newsletters.
- Página web “icoworker”
- VOICE: encuesta de evaluación de clima laboral, comunicación, identificación de áreas de mejora.

El **clima laboral** es algo que IKEA intenta mejorar día a día, a través de la encuesta VOICE que se realiza entre todos sus trabajadores, en la que se descubre el nivel de satisfacción y opinión en los distintos aspectos de su trabajo y de la compañía donde trabajan, pueden mejorarse los aspectos que puedan salir negativos respecto al trabajador.

Los últimos resultados de esta encuesta que se deben de mejorar son el incremento de conocimientos y cooperación entre los diferentes departamentos el aumento del sentimiento de compromiso individual y las decisiones que se toman en cada departamento.

A partir de los resultados obtenidos, cada unidad y departamento diseñan su propio plan de acción y ponen en marcha proyectos para trabajar sobre las áreas de mejor identificadas.

IV.1.2. Código de conducta

El Código de Conducta del Grupo IKEA ayuda y dirige el comportamiento de los mismos. El Código muestra cómo los colaboradores del Grupo IKEA deben relacionarse

con los clientes, visitantes, proveedores, autoridades públicas y otras organizaciones. Todo en el Grupo IKEA debe cumplir este Código. Éste se aplica a todos los colaboradores y a todas sus sucursales y filiales. Con el uso del término *Grupo IKEA* se refieren al conjunto de todas estas empresas. Mientras que el uso del término *Código* se refiere únicamente al Código de Conducta como tal.

Este Código nos muestra, por apartados, cómo se debe actuar, cómo trabajar juntos, cómo gestionar las relaciones externas, los trabajadores tiene a su disposición este documento en la plataforma interna (Intranet), nosotras conseguimos este documento ya que una de nosotras trabaja en esta organización.

En el primero de los apartados el Código nos cuenta que su forma de hacer negocio es desde la responsabilidad. La honestidad, respeto, sinceridad e integridad son la base de los valores IKEA.

En el apartado de “¿*Qué esperamos de cada uno de los colaboradores?*” se habla de cumplir con la ley y con el Código de Conducta. Todos los trabajadores del Grupo IKEA están sujetos a leyes en distintas jurisdicciones en todo el mundo. Se espera que todos ellos cumplan la legislación local y el Código de Conducta de IKEA. Cada uno de los colaboradores debe conocerlo y asumir personalmente la responsabilidad de cumplirlo.

Por último, en el apartado de “¿*Que esperamos de los mandos y responsables?*” habla de liderar mediante el ejemplo. Los mandos y responsables del Grupo IKEA deberán liderar con el ejemplo y promover una cultura de sentido común y un comportamiento ético. Todos los mandos deben comprobar que los colaboradores comprenden sus responsabilidades según el Código.

Los mandos y responsables de todos los niveles tendrán que trabajar de manera proactiva para mantener la cultura y los valores únicos de IKEA. Esto es una parte fundamental del liderazgo.

Dentro del texto titulado “¿Cómo trabajamos juntos?” se defiende la igualdad de oportunidades. El Grupo IKEA respalda los derechos fundamentales de todas las personas. Nunca se acepta discriminación de ningún tipo. Por lo tanto, cada colaborador debe esperar un trato justo e igualdad de oportunidades de empleo sin que influya su raza, origen étnico, religión, sexo, discapacidad, edad y orientación sexual. El Grupo IKEA apoya el derecho de los colaboradores a la libertad de asociación, en el marco de las asociaciones de trabajadores reconocidas. Respetan el derecho de los colaboradores a unirse en asociaciones de su elección, a formarlas o a no hacerlo.

También hay un apartado que lleva por título “*Rechazamos el acoso*”. Todos los colaboradores del Grupo IKEA tienen derecho a trabajar en un entorno en el que no exista acoso de ningún tipo. Esto incluye la intimidación, discriminación o abuso sexual, racial o de otra índole, así como amenazas o actos de violencia. El Grupo IKEA rechaza las conductas físicas o verbales que falten al respeto o humillen a los demás. Esto se extiende naturalmente a los visitantes, clientes y demás personas con quienes se relacionan.

Otro apartado que compone el texto habla sobre “*la prohibición del consumo de drogas y alcohol en el trabajo*”. El Grupo IKEA no permite el abuso de alcohol ni del uso/distribución de drogas en sus instalaciones. En los lugares de trabajo no está permitido trabajar bajo la influencia del alcohol, drogas o cualquier otra sustancia que impida realizar el trabajo de manera segura y eficaz.

A continuación, se trata el tema de **condiciones laborales seguras**. El Grupo IKEA se compromete a proporcionar un ambiente de trabajo saludable y seguro. Cumplen las leyes nacionales de salud y seguridad, así como sus propias reglas y normas.

Cada colaborador del Grupo tiene la responsabilidad individual de tomar parte en la creación y mantenimiento de un entorno laboral saludable y seguro. Los colaboradores deberán adoptar las precauciones necesarias para protegerse a sí mismos, a sus

compañeros de trabajo, a los visitantes, clientes y a las personas que trabajen en las instalaciones del Grupo IKEA. Por el bien y la seguridad de todos, los colaboradores deberán informar inmediatamente a sus responsables de los accidentes y de las prácticas laborales poco seguras.

Otro punto importante habla sobre la sostenibilidad en su trabajo diario. El Grupo IKEA se compromete a que la sostenibilidad esté integrada en cada parte de IKEA: en las materias primas que utilizan, la fabricación de sus productos, y en inspirar a sus clientes para vivan de forma más sostenible en su hogar. Todo colaborador de IKEA tiene que cumplir con este cometido. Quieren dirigir sus esfuerzos hacia determinados aspectos sociales y ambientales, que incluyen el cambio climático, la conservación de los recursos naturales, la gestión de residuos y las condiciones laborales en la cadena de suministro.

Otro de los bloques que forma el Código es el titulado “*cómo gestionamos las relaciones externas*”. Aquí se explica cómo se representa la marca IKEA. Todos los colaboradores de IKEA representan la marca IKEA. Aquellos que realizan viajes de trabajo, reuniones o trabajan con los medios de comunicación son embajadores de la marca IKEA. En privado los colaboradores pueden participar en actividades políticas, religiosas o de otro tipo, siempre y cuando se aseguren de que sus opiniones no se vincular con las del Grupo IKEA.

No se permiten los conflictos de interés. Los colaboradores del Grupo IKEA siempre deben tener en cuenta el impacto de las relaciones externas por su posición y la del Grupo IKEA. Esto ayuda a identificar situaciones que puedan plantear conflictos de interés y, por lo tanto, evitar que sucedan.

- Luchamos contra la corrupción
- No aceptamos regalos ni comisiones
- Proteger el tiempo y los bienes de IKEA

IV.2. Metodología

A continuación, se presenta el planteamiento metodológico de la investigación, indicando: el tipo de investigación elegido, las fuentes de información a las que se ha recurrido y las técnicas utilizadas.

IV.2.1. Tipo de investigación

Para llevar a cabo el análisis de este estudio hemos recurrido a la técnica de investigación cuantitativa, así como a la observación. La investigación cuantitativa se puede entender como un proceso que requiere atención voluntaria e inteligencia, orientado por un objeto terminal y organizador y dirigido hacia un objeto con el fin de obtener información según DE Ketele (1984)

Para la obtención de la información precisa hemos elaborado una encuesta online, que los trabajadores han cumplimentado de forma anónima.

La observación según Sierra y Bravo (1984), se define como: “la inspección y estudio realizado por el investigador, mediante el empleo de sus propios sentidos, con o sin ayuda de aparatos técnicos, de las cosas o hechos de interés social, tal como son o tienen lugar espontáneamente”. Esto se ha podido llevar a cabo gracias a que una de las autoras de este trabajo forma parte de la plantilla de la empresa objeto de análisis. Ello nos ha permitido obtener información de manera directa.

IV.2.2. Fuentes de investigación:

Podemos clasificar las fuentes de investigación en dos tipos:

- **Fuentes primarias:** En esta investigación ha sido fundamental obtener información de “primera mano” para conocer la implementación real de la RSE en IKEA a través de sus empleados. Era importante la obtención de información de los trabajadores mediante la encuesta dirigida y controlada para el conocimiento de las políticas de la RSE del entorno social de IKEA.
- **Fuentes secundarias:** documental a través de la cual, se han consultado diferentes bases de datos para la búsqueda de los artículos, memorias, manuales... que nos han ayudado a construir el estado de la cuestión en torno al objetivo de la investigación, la RSE. Así mismo, se ha consultado la web de IKEA y todos aquellos documentos que la empresa nos ha facilitado como base de su actuación en materia de RSE.

IV.2.3. Técnicas de investigación:

La técnica que se emplea es la entrevista estructurada o encuesta dirigida y controlada. Hemos utilizado la encuesta como técnica de investigación. Se puede definir a la encuesta, siguiendo a García Ferrando, como “una técnica que utiliza un conjunto de procedimientos estandarizados de investigación mediante los cuales se recoge y analiza una serie de datos de una muestra de casos representativa de una población o universo más amplio, del que se pretende explorar, describir, predecir y/o explicar una serie de características”. Hemos seguido un procedimiento fijado de antemano por un cuestionario o guía de la entrevista, es decir, por una serie de preguntas. Para su elaboración y distribución tuvimos una reunión con la directora de tienda y con la jefa del departamento de Recursos Humanos, en la que les pudimos explicar nuestro objetivo del trabajo y los

temas sobre los que queríamos obtener información. Ellas nos apoyaron en todo momento e incluso se prestaron a orientarnos en la realización de las preguntas de la encuesta.

A todos los participantes de la muestra les hicimos las mismas preguntas, de la misma forma y en el mismo orden generando siempre la misma estimulación. Ello asegura la estandarización de la información recogida. Este tipo de entrevista ha permitido obtener información experta mediante un trato directo y de forma rápida ya que la enviamos utilizando el WhatsApp en el que los empleados se conectan directamente y permitió enviarnos sus respuestas al instante.

Y, por otro lado, hemos utilizado la técnica de la observación, ya que como hemos comentado anteriormente una de las autoras del trabajo, actualmente trabaja en esta empresa.

El diseño de nuestro cuestionario, es decir, el enunciado de nuestras preguntas, lo hemos realizado siguiendo las pautas marcadas tanto por la versión del GRI G-4 como por la memoria de sostenibilidad de IKEA.

Cuestionario

El objetivo de este cuestionario es conocer la información de primera mano que tienen los trabajadores que conforman las plantillas de IKEA sobre sus políticas sociales de RSE.

El cuestionario (ver Anexo I) responde a un modelo estandarizado, las preguntas siempre son las mismas para todos los trabajadores encuestados.

Se estructura en diferentes partes: la formación que reciben, la información que transmite la empresa sobre temas de dimensión social, la prevención existente en esta organización, la igualdad y la promoción de sus personas.

Para el diseño de estas preguntas hemos tomado como partida la dimensión social de la RSE de IKEA, recogida en su memoria de sostenibilidad (comentada en el apartado IV) y

siguiendo las pautas marcadas de GRI. Y resaltamos que las preguntas han sido hechas con el lenguaje propio de IKEA, ya que en según qué términos ellos los denominan de una manera determinada.

Preparamos preguntas, por lo general, cerradas, es decir, proporcionamos a los entrevistados una serie de alternativas de respuesta sugerida donde debe seleccionar una u otras, expresar su grado de acuerdo o desacuerdo, etc. Y de respuesta dicotomizada con dos opciones de respuesta (sí/no). Asimismo, incluimos algunas abiertas con objeto de percibir cuestiones que no se hubiesen identificado a través de nuestras fuentes secundarias.

Comentar que IKEA es una empresa que dispone de un lenguaje propio que ha sabido inculcar o transmitir entre sus personas. Todo ello con objeto de generar un clima de integración y favorecer un sentimiento de pertenencia. NO se habla de jefes sino de responsables, no se habla de trabajadores sino de personas de equipo... Todo ello, bajo la supervisión y aprobación de la responsable del departamento de RRHH, que desde el primer momento que le mostramos nuestro interés por llevar a cabo este estudio dentro de la empresa, nos ofreció su punto de vista y no ayudó a que el propio lenguaje de la empresa se plasmara a través de las preguntas enviadas a los colaboradores y que llevasen a un mejor entendimiento.

IV.3. ANÁLISIS DEL CASO

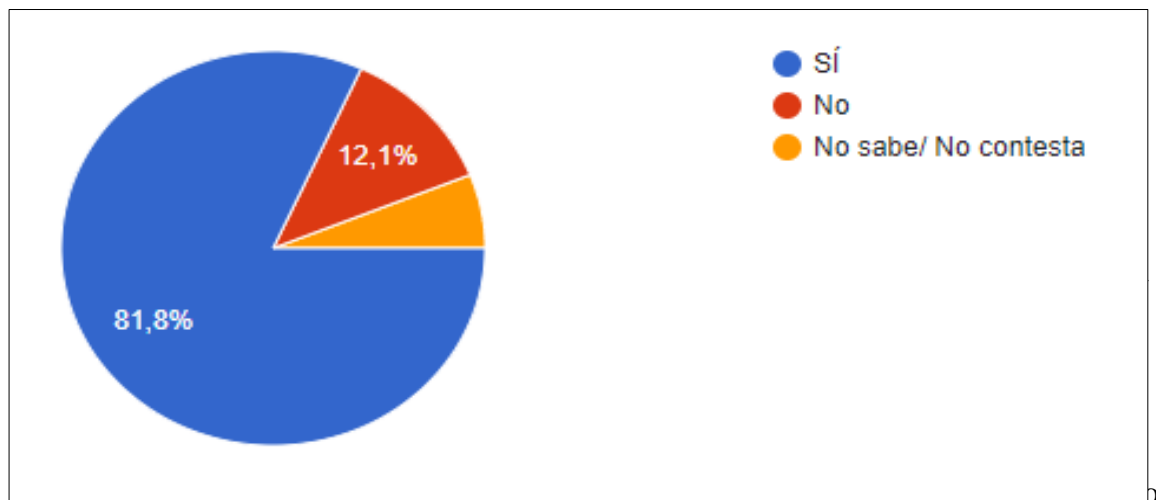
En este apartado se redactan las preguntas y resultados obtenidos de los trabajadores de IKEA a través del cuestionario para poder comprobar si son conocedores o no de las políticas de RSE de su empresa.

Pregunta 1. Como trabajador de IKEA, ¿conoces los beneficios sociales a los que tienes derecho como empleado?

En su caso, Enumera los beneficios sociales que conozcas

El 81,8% de las personas de los entrevistados conoce alguno de los beneficios sociales de lo que dispone por ser empleado de la compañía. Un 12,1% afirma no conocerlos y apenas un 3% no contesta a esta pregunta (ver Figura 1).

Figura 1. Beneficios sociales

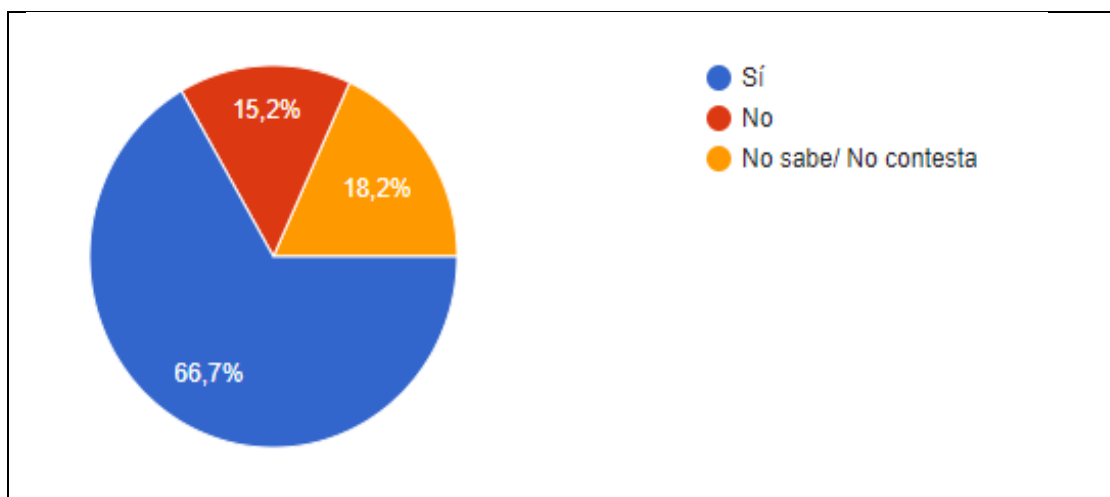


Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la entrevista

Pregunta 2. ¿Tu empresa cuenta con programas de formación con los que puedas fomentar y mejorar tu carrera profesional dentro de la empresa?

En la figura 2, se muestra gráficamente si los empleados conocen los programas de formación que ofrece IKEA para potenciar su promoción profesional, el 66,7% de las respuestas son afirmativas, pero hay que tener en cuenta que un 15,2% de los encuestados responden no y un importante 18,2% dicen que no saben o no contestan.

Figura 2. Respuesta sobre los programas de formaciones dispone IKEA.



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la entrevista

Pregunta 3. Si la pregunta es afirmativa, ¿en qué consisten estos programas de formación?

Del 66,7% de personas que han afirmado conocer los programas de formación, el que más se conoce es el plan de desarrollo individual, que consiste en un programa de formación que nuestro jefe directo nos agenda a lo largo del año con formaciones que nos pueden ser útiles para nuestro conocimiento y desarrollo profesional.

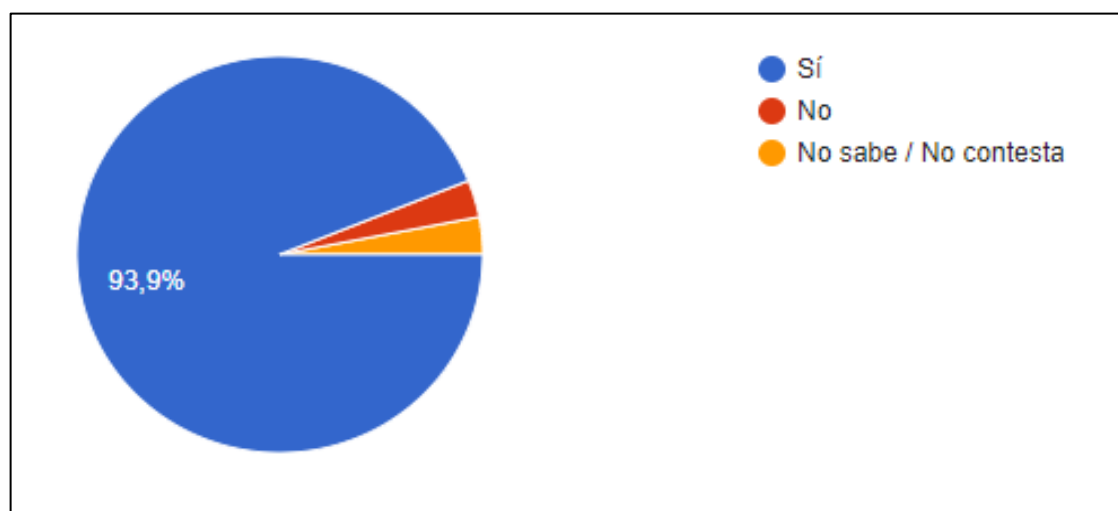
Pregunta 4. ¿Piensas que son eficaces y cumplen con su objetivo?

Al dejar esta pregunta abierta hemos conseguido saber el porqué de las afirmaciones y de las negaciones. En los casos en que los trabajadores han considerado que sí que son efectivos dicen, además, que a veces no pueden llevar a cabo por horario ya que muchas de las formaciones planificadas se quedan sin hacer por problemas de cobertura en tienda. Las personas que han contestado que no es porque directamente dicen que no se llevan a la práctica.

Pregunta 5. ¿Conoces el objetivo de las entrevistas de desarrollo y desempeño que periódicamente realiza tu jefe directo?

El 93,8% de las personas afirman conocer estas entrevistas de desarrollo y desempeño, todos estos resultados aparecen plasmados en la Figura 3, se suelen realizar anualmente, al comienzo de cada año fiscal.

Figura 3. Respuesta sobre si son conocedores del objetivo de las entrevistas de desarrollo o desempeño realizadas por sus superiores.

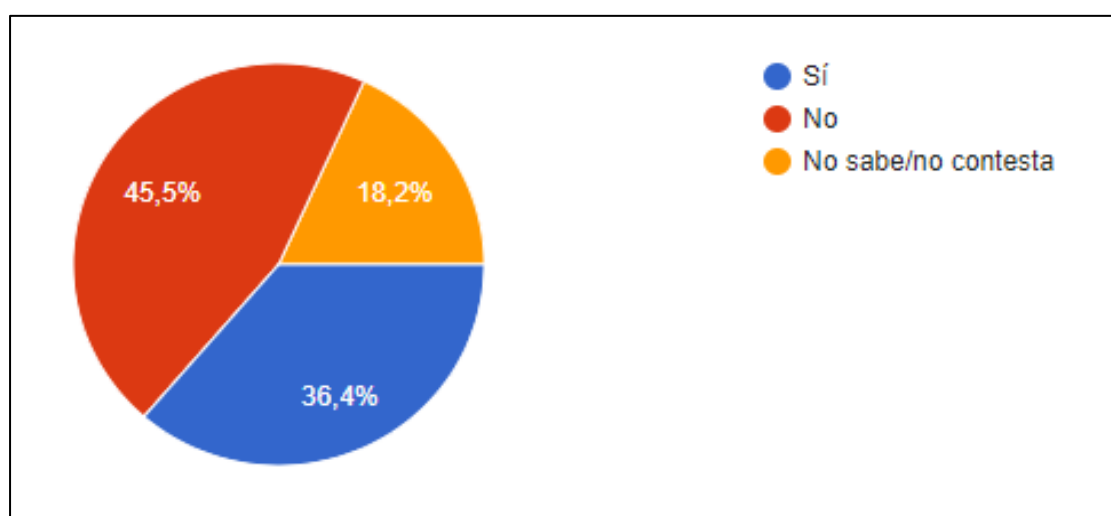


Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la entrevista

Pregunta 6. En caso afirmativo, ¿los consideras eficaces?

Es muy interesante esta Figura 4, ya que como hemos visto en la pregunta anterior, el 93,8% de las personas encuestadas conoce las entrevistas de desarrollo y desempeño, pero tan sólo un 36,4% afirma que sean efectivas.

Figura 4. Respuesta si consideran eficaces las entrevistas de desarrollo y desempeño.



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la entrevista

Pregunta 7. En relación a la prevención de riesgos laborales, ¿has realizado algún curso sobre este tema relacionado con tu puesto de trabajo?

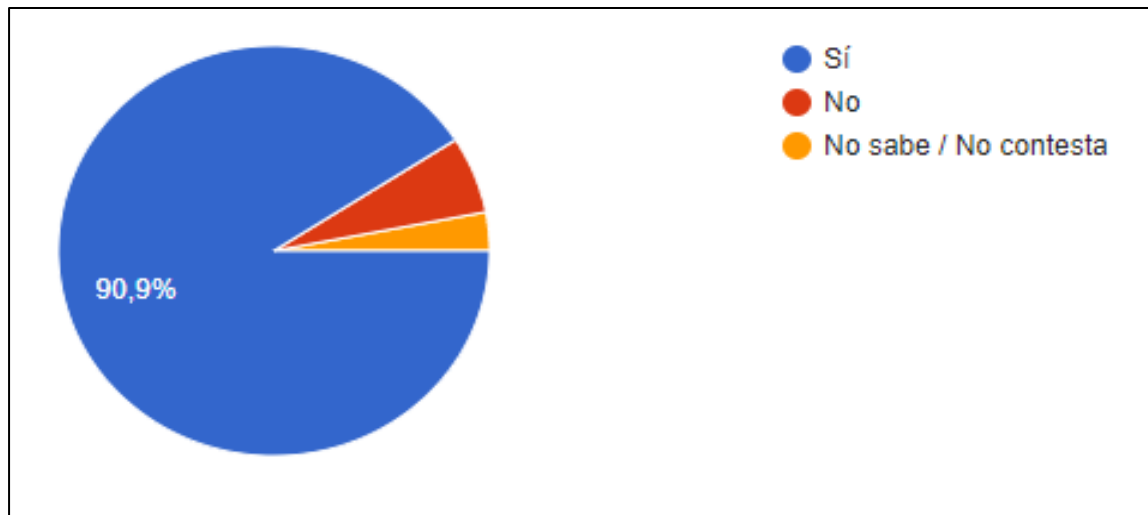
Como podemos ver en la Figura 5, los resultados nos indican que parece ser un tema muy cuidado por la compañía, el 90,9% afirma haber realizado cursos sobre este tema.

Pregunta 8. En caso afirmativo, ¿lo consideras eficaz y práctico a la hora de desempeñar tus tareas?

Destacar que del 90,9% de los trabajadores que han hecho algún curso de este tipo, un 66,7% piensan que son eficaces. En la figura 6 se plasman de manera más visible estos

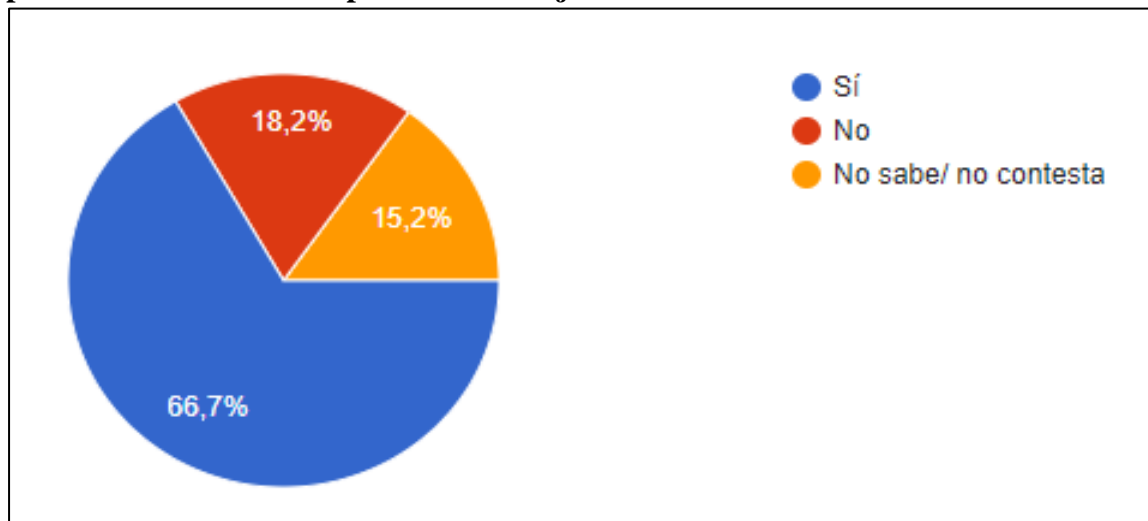
porcentajes. El tema de la prevención de riesgos es un tema de actualidad. Estos cursos ayudan a los trabajadores a saber cuáles son los riesgos a los que se enfrentan y su manera de poder evitarlos. Este resultado manifiesta un margen de mejora en el diseño de los mismos.

Figura 5. Respuesta de los trabajadores a la pregunta sobre a realización de cursos de formación específicos para su puesto de trabajo.



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la entrevista

Figura 6. Respuesta sobre si los trabajadores consideran eficaces las formaciones para la realización de su puesto de trabajo.

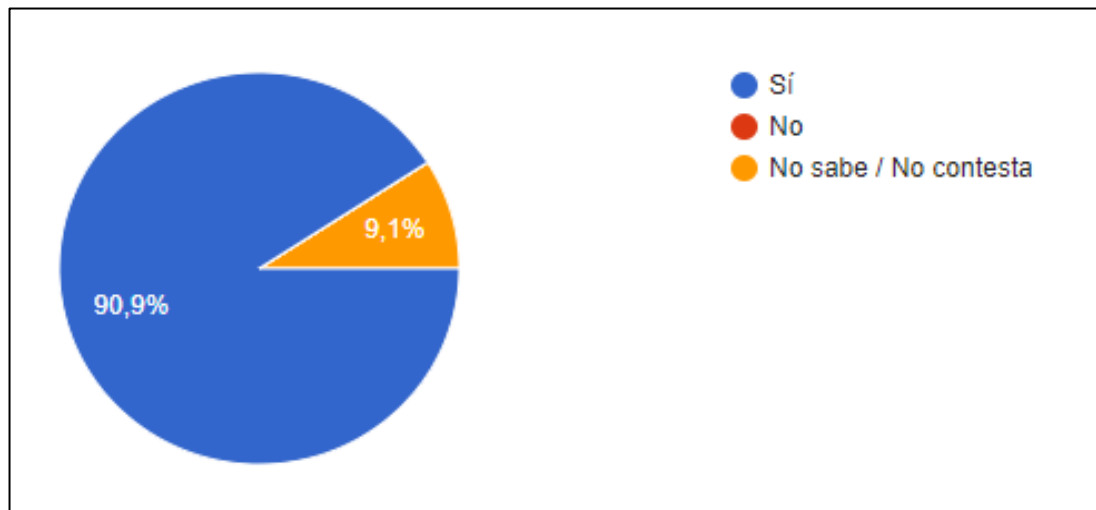


Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la entrevista.

Pregunta 9.¿IKEA cuenta con algún sistema para mantener informados a sus trabajadores sobre las lesiones o bajas ocurridas en la empresa?

En la figura 7 se muestra que el 90,9% de los encuestados conoce algún sistema de información acerca de las lesiones ocurridas en el establecimiento.

Figura 7. Respuesta de los trabajadores de si existe algún sistema de información sobre los accidentes o incidentes ocurridos en la empresa.



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la entrevista

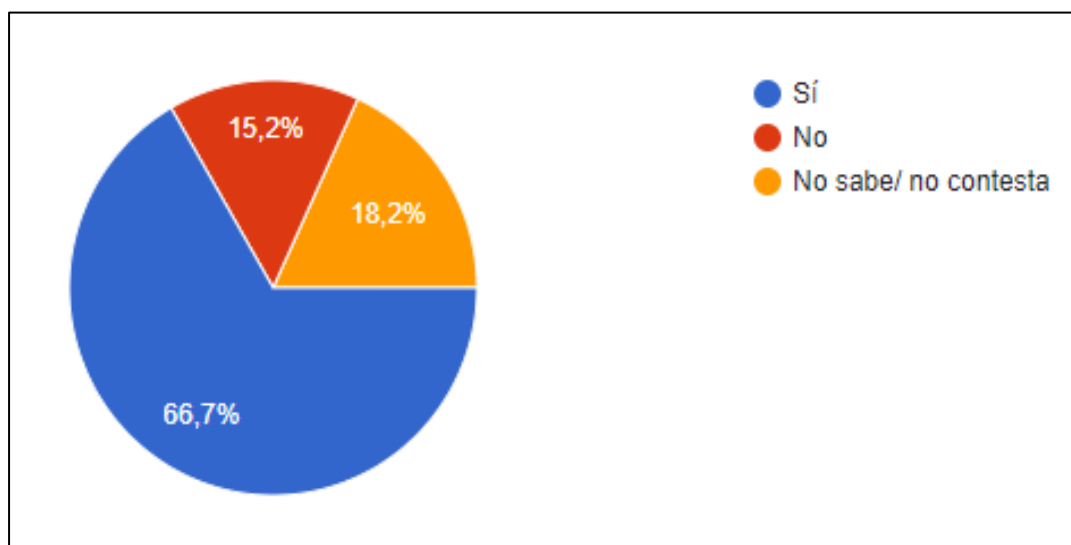
Pregunta 10. En caso afirmativo, explica brevemente como se informa a los empleados

Dejamos esta respuesta abierta y el 100% de las respuestas ha sido coincidente en destacar el mail que el médico de empresa manda periódicamente con información acerca de los días que llevamos sin accidentes, cuál fue el último ocurrido, en qué consistió y cómo prevenirlo.

Pregunta 11. En relación a la maternidad, ¿piensas que IKEA facilita y adapta el puesto de trabajo a una persona embarazada?

En la figura 8, aparece que casi el 70% piensa que sí. Sin embargo, encontramos un elevado porcentaje de desconocimiento y de desencanto con la política de PRL de la empresa.

Figura 8. Respuesta de los trabajadores sobre el conocimiento de adaptación de puestos de trabajo a las personas embarazadas

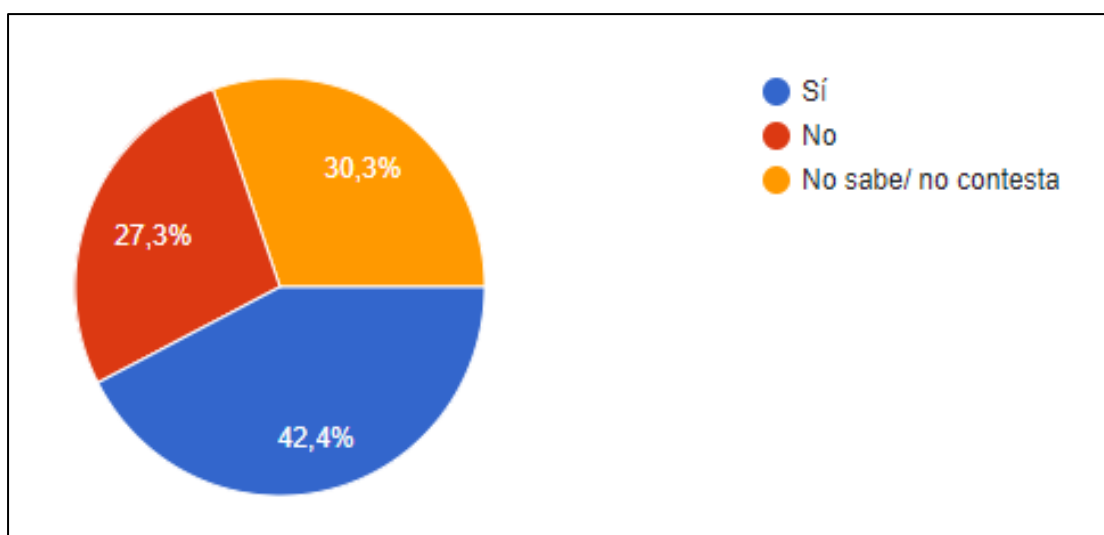


Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la entrevista

Pregunta 12. Una vez finalizado el permiso por maternidad/paternidad ¿piensas que la empresa facilita, en la medida de lo posible, la adaptación de tus horas a tu nueva necesidad para una mejor conciliación?

Con esta otra pregunta sobre maternidad las respuestas ya cambian. Si anteriormente se decía en un porcentaje moderadamente alto (70%) que IKEA facilita y adapta el puesto de una persona embarazada, en esta otra pregunta ya relacionada con la vuelta al trabajo, crecen los porcentajes negativos que aparecen en la figura 9, con respecto a facilitar el cambio de horario para compaginarlo mejor con la nueva situación de maternidad, aparece un 27,3% de manera negativa, un 42,4% de manera positiva y un 30,3% no sabe no contesta.

Figura 9. Respuesta de los trabajadores sobre la adaptación de los puestos de trabajo para la conciliación familiar.



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la entrevista

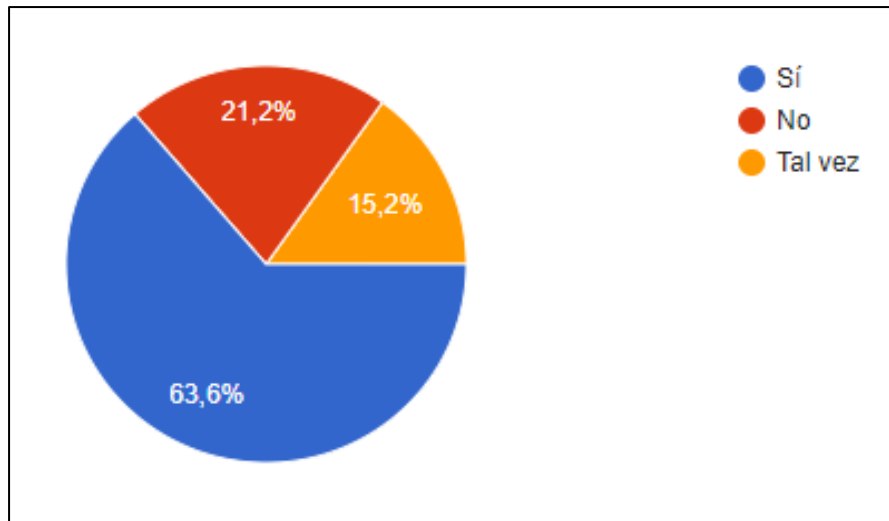
Pregunta 13. Sobre el tema de la igualdad, ¿consideras que IKEA vela por la igualdad de oportunidades entre sus trabajadores?

La percepción acerca de si IKEA vela o no por la igualdad de oportunidades de sus trabajadores resulta llamativa al obtenerse resultados mostrados en la figura 10, con un alto porcentaje de respuestas negativas (21,2%) y frente a un 63,6% de los encuestados que contestan afirmativamente. De nuevo hayamos un margen de mejora importante en la entidad que podría mejorar el clima laboral y el sentimiento de empresa socialmente responsable.

Pregunta 14. ¿Crees que existe desigualdad salarial entre hombres y mujeres en IKEA desempeñando un mismo puesto y teniendo unas mismas condiciones?

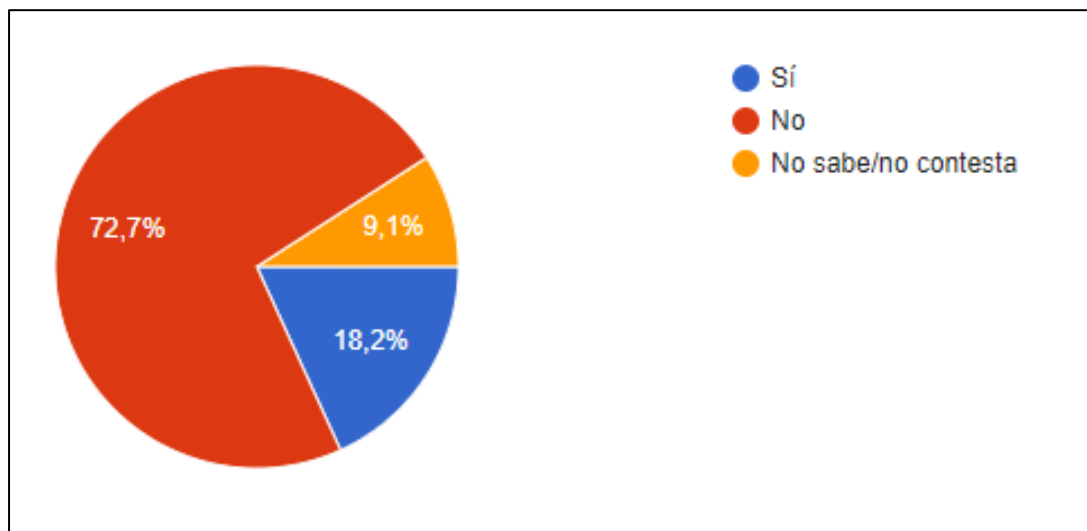
Vemos en la figura 11 que un 72.7% de los encuestados piensan que no existe desigualdad salarial entre hombres y mujeres. Ello debería despertar el deseo de conocer por qué ese 18,2% ofrece una respuesta negativa. ¿Conoce o existen rumores de brecha salarial?

Figura 10. Respuesta de los trabajadores sobre la igualdad laboral.



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la entrevista

Figura 11. Respuesta de los trabajadores sobre la existencia de desigualdad salarial en IKEA en un mismo puesto con igualdad de condiciones.



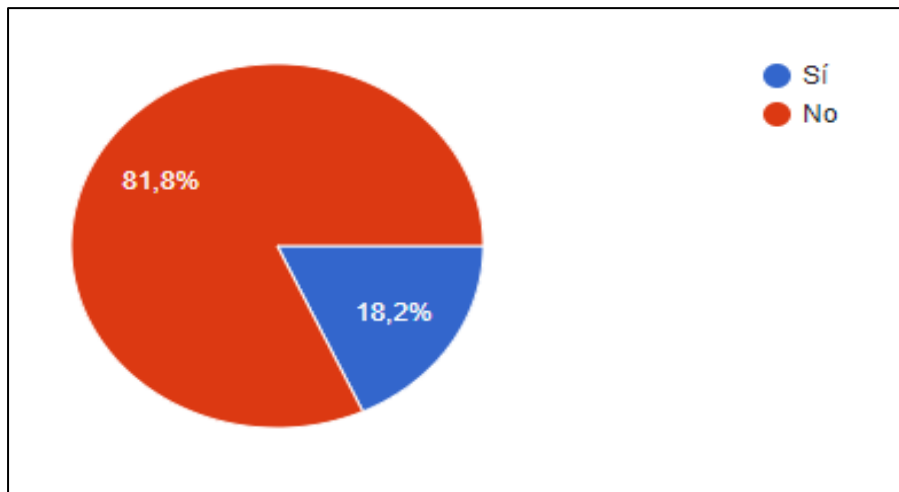
Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la entrevista

Pregunta 15. ¿Crees que el salario que percibes es justo para las funciones que desempeñas en tu puesto de trabajo?

En ese caso se puede ver en la figura 12 que más de un 80% de los encuestados manifiestan su descontento por el salario que perciben respecto a las funciones y tareas que ejercen. Está claro que IKEA tiene un importante problema de insatisfacción de sus trabajadores. Justo en un tema vital para la entrega de los trabajadores que les puede

alejarse e sentir orgullo de pertenencia y que inevitablemente se traducirá en una menor productividad. Este resultado nos lleva a plantearnos si IKEA esconde una precariedad laboral en sus ofertas de empleo. Nos preguntamos cuál es la estabilidad de la plantilla.

Figura 12. Respuesta de los trabajadores sobre su percepción relación funciones/salario que perciben.

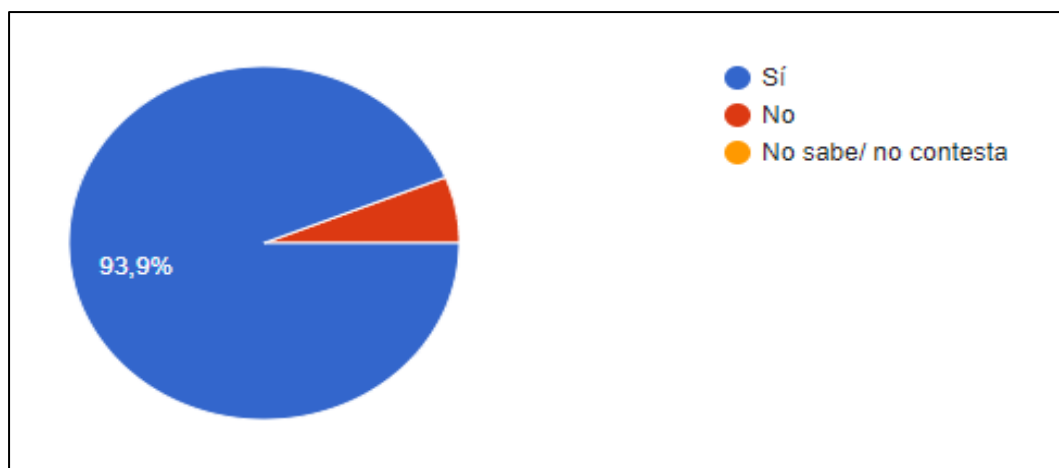


Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la entrevista

Pregunta 16. Acerca de la conciliación, ¿crees que la empresa te facilita modificar tu horario en función de alguna necesidad horaria puntual? Por ejemplo, cambiar un día de fiesta, salir un día antes y recuperarlo otro, ...

Este es otro dato muy positivo mostrado en la figura 13, ya que prácticamente la totalidad (93,9%) de los encuestados está de acuerdo en que la empresa facilita la modificación horaria en casos puntuales, lo que ayuda a conciliar ciertos temas personales con el horario de trabajo.

Figura 13. Respuesta de los trabajadores sobre la conciliación en el puesto de trabajo.



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la entrevista

Pregunta 17. En relación a los proveedores con los que trabaja IKEA, ¿crees que son seleccionados bajo principios éticos? Marca las opciones que consideres.

El mayor porcentaje lo encontramos, con casi un 85%, en que los proveedores seleccionados por IKEA respetan las leyes, normas y reglamentadas, seguido un 62,5% por la prohibición al trabajo forzoso.

Pregunta 18. ¿Sientes libertad a la hora de pertenecer a un sindicato?

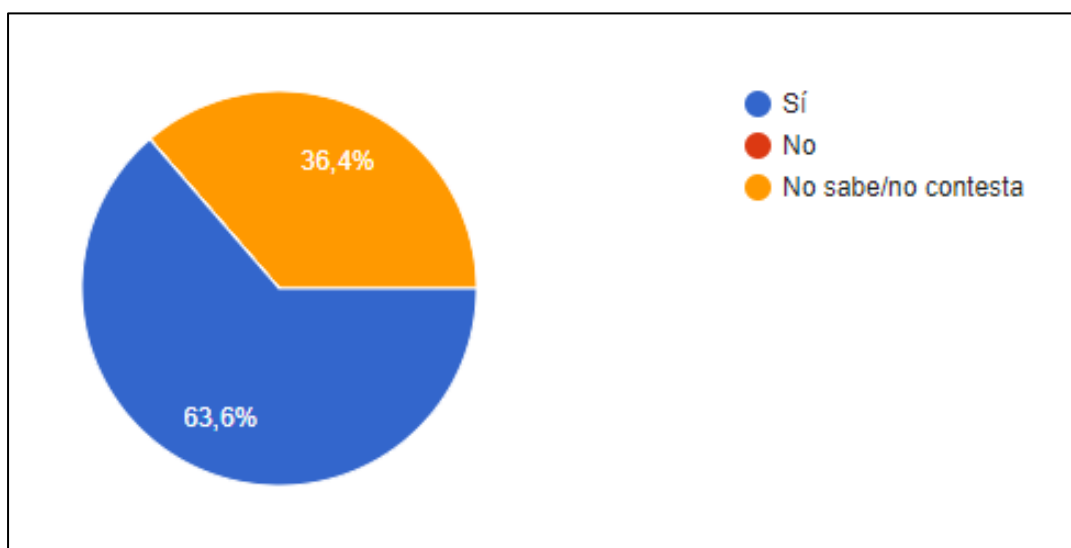
En la figura 14, se ve que más de la mitad de los encuestados afirman que sienten libertad a la hora de pertenecer a un sindicato (63,6%), resulta impactante el resultado ya que es un derecho que tienen los trabajadores. Y un (36,4%) se muestran negativamente al derecho de esta libertad.

Pregunta 19. ¿Consideras que la afiliación a un sindicato puede repercutir en la imagen que la compañía tiene sobre ti?

En contraposición con la pregunta anterior, la respuesta negativa que sería el sí aparece tan sólo en el 24,2% de las respuestas mostradas en la figura 15.

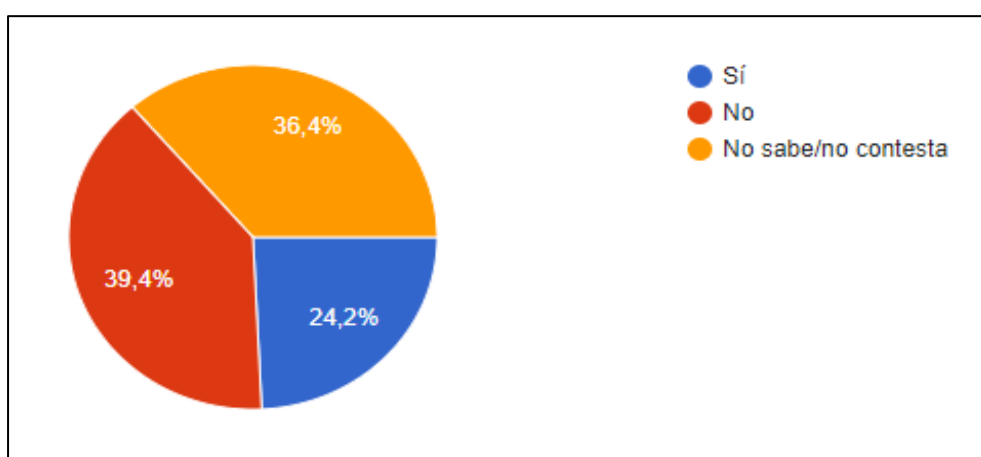
Sobre este tema profundizaremos más adelante, ya que es un tema que es importante para los trabajadores en una empresa.

Figura 14. Respuesta de los trabajadores sobre la libertad sindical.



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la entrevista

Figura 15. Respuesta de los trabajadores sobre si la afiliación en un sindicato puede repercutir negativamente en su imagen en la empresa.



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la entrevista

IV.4. RESULTADOS

En primer lugar, basándonos en el análisis de los datos llevado a cabo podemos destacar que los aspectos **más positivos** de las prácticas éticas implementadas por IKEA en sus equipos de personas son:

1. Casi el 82% de las personas encuestadas conocen que tienen derecho a distintos **beneficios sociales** entre los que destacan aquellos relacionados con el ahorro económico como: los descuentos en empresas asociadas, el plan de ahorro y el descuento de empleado. Y, aquellos cuya información favorece el bienestar de los trabajadores: la disponibilidad de un /a asistente social dos veces por semana.

2. Los trabajadores que forman parte de la plantilla de IKEA Zaragoza, gozan **de planes de formación** que fomentan y mejoran el desarrollo profesional. Estas formaciones van desde las más especializadas por departamentos, como pueden ser: sobre ventas o logística, a formaciones más generales, aptas para todo el personal, como prevención de riesgos laborales, seguridad e higiene en el trabajo...

3. IKEA cuenta con un instrumento denominado “entrevista **de desarrollo y desempeño**” (EDD) que se realiza anualmente al comienzo del año fiscal. Este sirve para que los trabajadores conozcan su situación laboral, en relación a su rendimiento y consecución de los objetivos personales asignados, tanto a corto como a medio plazo. Ello, favorece la detección de desviaciones y la capacidad de subsanarlas. Así como identificar las causas por las que se han producido. Todo ello, genera mejora en la productividad de sus personas y a consecuencia de mejorar sus niveles de satisfacción se incrementa su sentimiento de orgullo de pertenencia.

4. Un dato muy positivo tiene que ver con la prevención de riesgos laborales. El 90% de los encuestados afirma haber realizado algún curso sobre este tema, es obligatorio al inicio de la contratación. Otro punto a destacar que tiene que ver con la prevención es que los trabajadores son informados periódicamente y por diferentes vías acerca de los

accidentes laborales ocurridos con un breve resumen de lo sucedido y medidas para prevenirlo. La mayoría de los encuestados nombran el e-mail como instrumento informativo relevante enviado por el médico de empresa.

5. IKEA facilita y adapta los puestos de trabajo a las personas embarazadas para que éstas desarrollen su trabajo de la forma más cómoda y adecuada en su estado actual.

6. La empresa vela por la igualdad de oportunidades y de condiciones laborales entre todos sus trabajadores, IKEA es un grupo que respalda los derechos fundamentales de todas las personas, no acepta la discriminación de ningún tipo y esto deriva en que cada colaborador debe esperar un trato justo e igualdad de oportunidades de empleo sin que influya su raza, origen étnico, religión, sexo, discapacidad, edad u orientación sexual.

7. Otros de los aspectos positivos que los encuestados destacan positivamente de esta empresa es que gozan de flexibilidad horaria en ciertas ocasiones, algunos de los ejemplos que describen son las citas médicas, exámenes oficiales, hijos...

8. En el caso de los proveedores con los que trabaja IKEA, los trabajadores destacan el respeto a las leyes, normativa vigente y reglamentos, la prohibición al trabajo forzoso y la no discriminación de cualquier tipo como principios éticos más relevantes.

9. Por último, el 70% de los encuestados afirman sentirse libres a la hora de pertenecer a un sindicato, aunque a más del 20% le parece que puede repercutir negativamente en su imagen a la larga.

Por otro lado, los puntos que **esta empresa debe mejorar** según las respuestas obtenidas son:

1. El salario: un amplio porcentaje de los encuestados manifiestan que su salario no está ligado con las funciones que tienen en su puesto de trabajo, por lo que creemos que esta empresa debería prestar un poco más de atención en este tema ya que muchos de sus

profesionales podrían optar por un cambio de trabajo al no sentirse lo suficientemente valorados económicamente en esta empresa.

2. La adaptación del puesto con la conciliación familiar: casi la mitad de los encuestados muestran un descontento al no poder acceder a una buena conciliación familiar con su puesto de trabajo, por lo que IKEA debería buscar alguna alternativa para poder apoyar a sus trabajadores en este tema.

3. Las entrevistas de desarrollo y desempeño: los trabajadores nos explican que a posteriori, este tipo de entrevista no sirve para nada, son casi el 100% de ellos conocedores de las mismas pero que no son útiles ya que la mayoría sigue en su puesto sin posteriores cambios ni promociones.

4. La repercusión de la imagen al pertenecer a un sindicato: muchos son los que manifiestan que pertenecer a un sindicato repercute de manera negativa en su imagen en la empresa.

5. Actualmente, vivimos en una sociedad en la que pertenecer a un sindicato está a la orden del día, es un derecho del trabajador, por ellos IKEA tiene que intentar la igualdad en este tema.

V. CONCLUSIONES

Comenzamos nuestra conclusión haciendo un breve análisis de cuáles eran nuestras pretensiones al inicio de este trabajo y si hemos conseguido dar respuesta a esos objetivos que nos marcamos como una guía para el desarrollo del mismo.

En uno de los puntos iniciales marcamos tres objetivos específicos, que son profundizar en el concepto de RSE, conocer el desarrollo, históricamente hablando, del concepto de RSE e investigar en profundidad el ámbito social de la política de RSE de IKEA Zaragoza.

A partir de ahí, hemos querido profundizar en cada uno de los temas dando respuesta de forma clara y concisa, para que el lector de este trabajo tenga una visión específica acerca de lo que se entiende por RSE. Aportamos distintas versiones sobre este concepto utilizando diferentes fuentes para una fácil comprensión.

Nos quedamos con la siguiente definición que engloba todos los aspectos de los que se compone una buena RSE, es decir, una integración voluntaria, por parte de las organizaciones, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus grupos de interés. Para aquellas empresas que finalmente toman la iniciativa de poder implantar dentro de su organización de una manera adecuada y responsable aspectos sociales y medioambientales, esto acaba generando un crecimiento de sus resultados y un mayor beneficio (Libro Verde de la UE, 2001).

Una vez que tuvimos claro en qué se basaba una buena política de RSE, explicamos el desarrollo histórico para poder llegar a una investigación en profundidad sobre este tema.

Finalmente, consideramos útil y relevante plasmar toda la información que recogimos en un caso práctico y de esta manera comprobar si IKEA transmite la teoría en la

realidad, ya que la realización de la parte práctica ha sido llevada a cabo para comprobar si realmente las empresas son socialmente responsables tal y como manifiestan “de cara a la galería”.

IKEA muestra que es una empresa socialmente responsable, se caracteriza por informar detalladamente de todos los aspectos relevantes en los diferentes ámbitos que se incluyen en la política de RSE, concretamente del analizado en este estudio, el ámbito social.

A través de las encuestas realizadas a los trabajadores de IKEA Zaragoza, llegamos a la conclusión de que esta empresa muestra interés en cumplir todos los aspectos relacionados con la RSE, pero al mismo tiempo nos planteamos mejoras para conseguir una buena política de RSE una vez valoradas las respuestas que obtuvimos de sus trabajadores.

En lo que respecta a una buena RSE, IKEA manifiesta sus puntos fuertes en:

- Beneficios sociales, ya que los trabajadores cuentan con una serie de beneficios y son conocedores de los mismos.
- Planes de formación, IKEA es una empresa que considera importante el formar de manera continuada a sus trabajadores, para posteriores promociones.
- Entrevista de desarrollo y desempeño, esta organización realiza anualmente este tipo de entrevistas, para conocer el rendimiento y actitudes de sus trabajadores y para que ellos puedan darse cuenta de esto y puedan mejorar. Sin embargo, los trabajadores opinan que este tipo de entrevistas no son útiles a largo plazo, ya que ellos no consiguen promociones y ventajas con el resultado obtenido en las mismas.

Por ello, consideramos que es buena idea realizar este tipo de entrevistas para conocer la valoración del trabajo que efectúa el trabajador, pero siempre dejando de manera clara que no son para promociones dentro de la empresa, sino que es una mera evaluación.

- Prevención de riesgos laborales: hemos podido comprobar que esta empresa realiza los cursos pertinentes en esta materia, que los trabajadores son informados de todo tipo de accidente o riesgo que se produce en la empresa para que no vuelva a ocurrir
- Adaptación de los puestos de trabajo a las personas embarazadas.
- Igualdad de oportunidades y de condiciones laborales entre todos sus trabajadores
- Flexibilidad horaria, ya que los trabajadores disponen de ella cuando es necesario.
- Libertad a la hora de pertenecer a un sindicato, aunque a más del 20% le parece que puede repercutir negativamente en su imagen a la larga. Este es un dato que nos ha parecido bastante curioso ya que es un derecho del trabajador e IKEA debería de tratar este tema más a fondo.

Y en relación a los puntos que claramente consideramos que IKEA tiene capacidad de mejora son:

- El salario: los encuestados se han manifestado de manera negativa ante este tema, ya que la mayoría opina que su salario no está relacionado con las funciones que realiza. En este caso, IKEA debería plantearse de manera anual, realizar algún tipo de cuestionario para conocer las insatisfacciones de sus trabajadores. Pensamos en un cuestionario ya que son muchos trabajadores y es una recogida de información más rápida. De esta manera al analizar las respuestas podrían plantearse realizar una entrevista de manera individual con aquellos trabajadores que manifiesten actitudes negativas en algún tema y poder solucionar o dar la explicación pertinente al propio trabajador.

- La conciliación trabajo/vida familiar: más de la mitad de los encuestados han contestado que no puede optar a una buena conciliación familiar, por lo que consideramos importante el que IKEA pueda hacer algo para que los trabajadores puedan tener una buena conciliación, es difícil en una empresa con tanto trabajadores conseguir una buena conciliación para todos pero si se dan horarios u otras ventajas de manera equitativa, los trabajadores verán que su empresa se preocupa por ello y la satisfacción y rendimiento será mayor. Todo ello derivará en un mejor funcionamiento de la organización.

Por último, añadir que ha sido muy gratificante para nosotras la realización de este trabajo, no solo por lo aprendido, sino porque nos hemos sentido apoyadas en todo momento por la empresa objeto de estudio y por nuestra tutora, del Trabajo Fin de Grado que nos ha guiado y ayudado en todo momento.

VI. BIBLIOGRAFÍA

- Alberich, T. (2014), Movimientos sociales, responsabilidad corporativa e inclusión social en la globalización. *Revista Internacional de Sociología*, 72, (I), 113-132
- Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas, AECA (2003). Marco conceptual de la responsabilidad social corporativa. Madrid.
- Asociación Izaite (2010). *Guía para la implantación de la RSE en la empresa*. Publicación 16 de Febrero de 2010.
Recuperado de <http://www.izaite.net/pdf/guiarse.pdf>
- Avendaño, W.R (2013). Responsabilidad social (RS) y responsabilidad social corporativa (RSC): una nueva perspectiva para las empresas. *Revista Lasallista de investigación*, 10, (I) ,152-163.
- Avendaño, W.R (2013). Responsabilidad social (RS) y responsabilidad social corporativa (RSC): una nueva perspectiva para las empresas, *Revista lasallista de investigación*,10,(I), 152-163.
- Brundtland, G. (1987). Informe de la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y Desarrollo (conocido como Informe Brundtland) Our Common Future;
- Comisión Europea (2001). Libro Verde. Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. Comisión de las Comunidades Europea. COM/2001/366/final. Bruselas.
- Comisión Europea (2002). *La responsabilidad social de las empresas. Una contribución empresarial al desarrollo sostenible (Comunicación)*.
Recuperado de <http://www.foretica.es/comunicación%20rse.pdf>
- Comisión Europea (2011). Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones sobre Estrategia renovada de la UE para 2011-2014 sobre la Responsabilidad Social de las Empresas. Comisión Europea. COM/2011/681 final. Bruselas.
- De Castro, M. (2005). La RSC de las empresas o un nuevo concepto de empresa. (2005). *Revista CIRIEC España*, 52,21.
- De la Cuesta, M. (2004). *El porqué de la responsabilidad social corporativa*, boletín económico de ICE, 2813.
- Gallopín, G. (2003). Sostenibilidad y desarrollo sostenible. *Un enfoque sistémico. Serie Medio Ambiente y Desarrollo. CEPAL*.
- García, M.L; Llorente, C. (2009). La responsabilidad social corporativa Una Estrategia Para Conseguir Imagen Y Reputación, *Revista icono* 14,13, 95-124.

- Global Reporting Initiative, GRI. Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad. Versión G3, Versión G3.1 (2011) y Versión G4 (2014). GRI, Ámsterdam.
- Jaramillo, J.G. (2007). *Jaramillo, J. G. C. (2007). Evolución histórica de los conceptos de responsabilidad social empresarial y balance social. Semestre económico, 10(20), 87-102.*
- Lozano, J. M. (1999). *Ética y Empresa*, Ed. Trotta. Madrid, Spain
- Moneva, J.M. (2001). El marco de la información social y medioambiental de la empresa: análisis de la Global Reporting Initiative (GRI), *Revista Interdisciplinar de Gestión Ambiental*, 30.
- Moneva, J.M. (2008). ¿Es la responsabilidad social corporativa rentable para la empresa?*Revista de Contabilidad y Dirección*,7, 55-74.
- Moneva, J.M. (2005). *Información sobre responsabilidad social corporativa: situación y tendencias*. Revista Asturiana de Economía, 34(1),43-67.
- OCDE (2013). Líneas Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales. Revisión 2011. OECD Publishing.
Recuperado de <https://www.oecd.org/daf/inv/mne/MNEguidelinesESPANOL.pdf>.
- Puentes, R; Velasco, M.M. (2015). *La responsabilidad social corporativa: especial referencia a la Gestión de derechos humanos*. Departamento de Organización de Empresas, Marketing y Sociología. Universidad de Jaén.
- SAI (2008). SA8000: La norma Internacional. Recuperado de <http://www.mitramiss.gob.es/ficheros/rse/documentos/monitoreo/SA8000.pdf>
- Vega, J. (2009). La responsabilidad social y los principios del desarrollo sostenible como fundamentos teóricos de la información social de la empresa. Editorial ESIC, Pozuelo de Alarcón. Madrid.

VII. ANEXO

Anexo 1- Cuestionario realizado a los trabajadores de IKEA.

PREGUNTAS

RESPUESTAS

33

Responsabilidad social empresarial en IKEA

Somos Lorena y Vanesa, dos estudiantes de último año del Grado de Relaciones y Recursos humanos. Estamos realizando nuestro trabajo fin de grado acerca de la Responsabilidad Social Empresarial y como caso práctico nos vamos a centrar en la empresa IKEA para recabar más información y poder hacer un análisis más exhaustivo sobre la parte social de esta empresa.

Nuestro objetivo es conocer de primera mano y gracias a las respuestas de los propios trabajadores, cómo trabaja IKEA como empresa esta parte tan importante de la responsabilidad como es la social.

Como veréis a continuación, esta encuesta consta de veinte preguntas relacionadas con el tema objeto de estudio. Rogamos que nos dediquéis un tiempo para poder contestarlas con tranquilidad y total sinceridad ya que, por su puesto, todas las respuestas son anónimas y sólo van a tratarse con fines académicos para ayudarnos a sacar conclusiones para nuestro estudio.

En las preguntas con respuestas cortas sentiros libres para razonar la respuesta como mejor os convenga, cuanta más información recabemos, un mejor análisis podremos hacer, más preciso y objetivo.

De antemano os agradecemos vuestro tiempo.

Como trabajador de IKEA, ¿conoces los beneficios sociales a los que tienes derecho como empleado? *

- ☐ Sí
- ☐ No
- ☐ No sabe/ No contesta

Enumera los beneficios sociales que conozcas

Texto de respuesta larga

¿Tu empresa cuenta con programas de formación con los que puedas fomentar y mejorar tu carrera profesional dentro de la empresa? *

- ☐ Sí
- ☐ No
- ☐ No sabe/ No contesta

Si la respuesta es afirmativa, ¿en qué consisten estos programas de formación?

Texto de respuesta larga

¿Piensas que son eficaces y cumplen con su objetivo?

Texto de respuesta larga

¿Conoces el objetivo de las entrevistas de desarrollo y desempeño que periódicamente realiza tu jefe directo? *

- ☐ Sí
- ☐ No
- ☐ No sabe / No contesta

En caso afirmativo, ¿los consideras eficaces?

- ☐ Sí
- ☐ No
- ☐ No sabe/no contesta

En relación a la prevención de riesgos, ¿has realizado algún curso de prevención de riesgos laborales relacionado con tu puesto de trabajo? *

- ☐ Sí
- ☐ No
- ☐ No sabe / No contesta

En caso afirmativo, ¿lo consideras eficaz y práctico a la hora de desempeñar tus tareas? *

- ☐ Sí
- ☐ No
- ☐ No sabe/ no contesta

¿IKEA cuenta con algún sistema para mantener informados a sus trabajadores sobre las lesiones o bajas ocurridas en la empresa? *

- ☐ Sí
- ☐ No
- ☐ No sabe / No contesta

En caso afirmativo, explica brevemente como se informa a los empleados

Texto de respuesta larga

En relación a la maternidad, ¿piensas que IKEA facilita y adapta el puesto de trabajo a una persona embarazada? *

- ☐ Sí
- ☐ No
- ☐ No sabe/ no contesta

Una vez finalizado el permiso por maternidad/paternidad ¿piensas que la empresa facilita, en la medida de lo posible, la adaptación de tus horas a tu nueva necesidad para una mejor conciliación? *

- ☐ Sí
- ☐ No
- ☐ No sabe/ no contesta

Sobre el tema de la igualdad, ¿consideras que IKEA vela por la igualdad de oportunidades entre sus trabajadores? *

- ☐ Sí
- ☐ No
- ☐ Tal vez

¿Crees que existe desigualdad salarial entre hombres y mujeres en IKEA desempeñando un mismo puesto y teniendo unas mismas condiciones? *

- ☐ Sí
- ☐ No
- ☐ No sabe/no contesta

¿Crees que el salario que percibes es justo para las funciones que desempeñas en tu puesto de trabajo? *

- ☐ Sí
- ☐ No

Acerca de la conciliación, ¿crees que la empresa te facilita modificar tu horario en función de alguna necesidad horaria puntual? Por ejemplo, cambiar un día de fiesta por otro, salir un día antes y recuperarlo otro,... *

- ☐ Sí
- ☐ No
- ☐ No sabe/ no contesta

En relación a los proveedores con los que trabaja IKEA, ¿crees que son seleccionados bajo principios éticos? Marca las opciones que consideres *

- ☐ Transparencia
- ☐ Consumo responsable
- ☐ Salarios dignos
- ☐ Respeto a leyes, normas y reglamentos
- ☐ Prohibición al trabajo forzoso
- ☐ No a la discriminación de cualquier tipo (raza, sexo,...)
- ☐ Erradicación del trabajo infantil
- ☐ Disponer de mínimos en seguridad

¿Sientes libertad a la hora de pertenecer a un sindicato? *

- ☐ Sí
- ☐ No
- ☐ No sabe/no contesta

¿Consideras que la afiliación a un sindicato puede repercutir en la imagen que la compañía tiene sobre ti? *

- ☐ Sí
- ☐ No
- ☐ No sabe/no contesta

