

**USO DEL EUSKERA EN LOS  
COMERCIOS, RESTAURANTES  
Y BARES DE LA C.A.V.  
(SÍNTESIS DE RESULTADOS)**

**Noviembre 2003.**

## **INTRODUCCIÓN.**

El objetivo de este breve informe es presentar de forma conjunta los principales resultados de dos estudios sobre el uso del euskera en la Comunidad Autónoma Vasca realizados independientemente, el primero en los comercios al por menor y el segundo en los restaurantes y bares.

Cada uno de los dos estudios ha sido analizado detalladamente en su informe correspondiente y ahora presentamos una síntesis de los principales resultados considerados conjuntamente, comparándolos además con los resultados obtenidos en un estudio similar sobre el uso del euskera en las empresas grandes de la C.A.V., las que tienen más de 100 empleados, realizado a comienzos de este mismo año.

Los estudios sobre el uso del euskera en los comercios y en los restaurantes y bares se basan en la información recogida a una muestra estadísticamente representativa de ambos colectivos, 800 comercios y 500 restaurantes y bares, sin que apenas existieran rechazos a la hora de realizar las encuestas, mientras que en el estudio de las empresas grandes se trató de entrevistar a todas las incluidas en el Censo del Eustat, siendo el rechazo del 19%, pequeño teniendo en cuenta el tipo de empresas.

En el estudio realizado en los comercios, se analizaron cuatro ramas de actividad: alimentación y bebidas; textil, vestido y calzado; electrodomésticos, radio, televisión y sonido; papelerías, librerías y periódicos, que constituyen más de la mitad de los establecimientos de comercio al por menor y debido a la homogeneidad de los resultados por rama de actividad se van a analizar conjuntamente. Por el contrario, los resultados de uso del euskera en restaurantes y bares difieren sensiblemente entre sí, por lo que se van a analizar por separado.

Por tanto, los resultados se van a analizar tanto para el conjunto de la muestra de comercios, restaurante y bares como para cada uno de los tres colectivos considerados por separado.

El error muestral para los resultados del conjunto de la muestra es del  $\pm 4\%$  para los porcentajes (en las condiciones más desfavorables del 50%) y del  $\pm 0,2$  para las medias en la escala de 0 a 10 (en el supuesto de que la distribución sea normal) para un nivel de confianza del 95%.

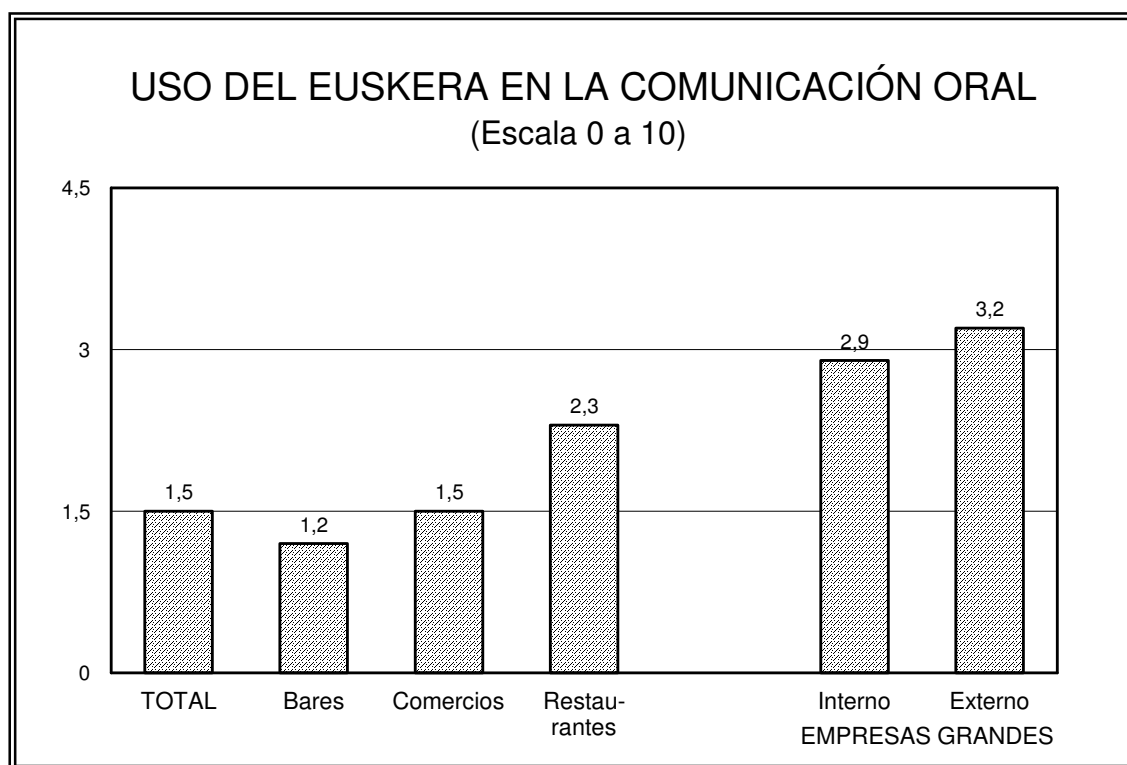
En el estudio de las empresas grandes, debido a que no se pudo entrevistar a todas las empresas y a que al evaluar el uso en colectivos tan amplios se suele tender a ser un poco “generoso”, los resultados de uso van a estar algo sobrestimados, aunque el sesgo probablemente sea inferior al 5% para los porcentajes y a 0,3 puntos para las medias.

## USO DEL EUSKERA EN LA COMUNICACIÓN ORAL.

El uso oral del euskera en los comercios, restaurantes y bares de la C.A.V. es muy pequeño, de 1,5 puntos como media en la escala de 0 a 10.

En los tres colectivos el uso es muy pequeño, aunque en los restaurantes es sensiblemente superior a la media con 2,3 puntos. En los comercios es igual a la media y en los bares ligeramente inferior, 1, 2 puntos.

Además, el uso oral del euskera es considerablemente menor que en las empresas grandes, exactamente la mitad, pues en éstas el uso es de 3,0 puntos como media (2,9 en el uso interno y 3,2 en el externo).

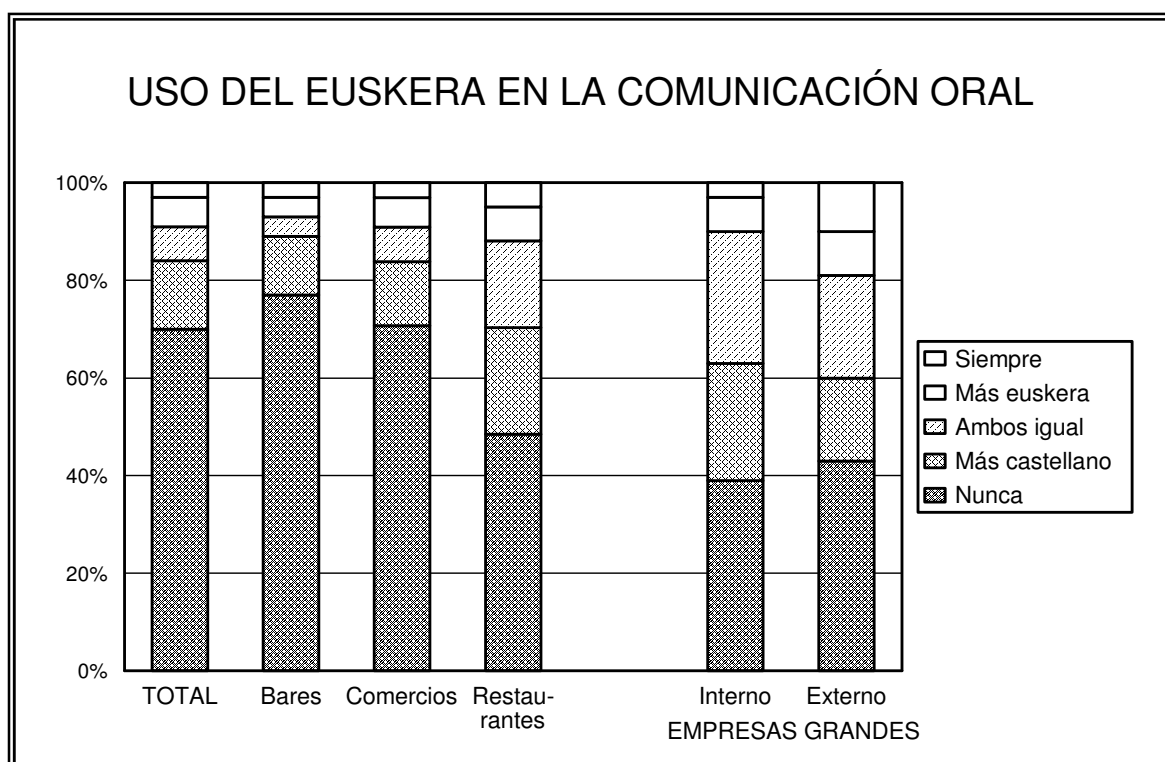


El uso de 1,5 puntos como media se corresponde con que el 70% de los establecimientos no utilizan nunca el euskera, el 14% más el castellano, el 7% ambos idiomas por igual y el 9% más el euskera.

No utilizan nunca el euskera el 77% de los bares, el 70% de los comercios y el 49% de los restaurantes, mientras que lo utilizan más que el castellano el 7% de los bares, el 9% de los comercios y el 12% de los restaurantes.

En las empresas grandes, no utilizan nunca el euskera el 39% en la comunicación oral interna y el 43% en la externa y lo utilizan más que el castellano el 10% en la interna y el 19% en la externa.

La razón por la que se utiliza tan poco el euskera en la comunicación oral es que en el 62% de los establecimientos nadie sabe euskera. Más en concreto, en el 68% de los bares, el 64% de los comercios y el 34% de los restaurantes.



**USO DEL EUSKERA EN LA COMUNICACIÓN ORAL**

% Verticales	TOTAL	Bares	Comercios	Restau- rantes	EMPRESAS GRANDES Interno	Externo
Siempre	3%	3%	3%	5%	3%	10%
Más en euskera	6%	4%	6%	7%	7%	9%
En ambos igual	7%	4%	7%	18%	27%	21%
Más en castellano	14%	12%	13%	22%	24%	17%
Nunca	70%	77%	70%	49%	39%	43%

La inmensa mayoría de los establecimientos son muy pequeños, de uno o dos trabajadores, y al ser el porcentaje de euskaldunes en la población del 29%, es lógico que en más de la mitad no sepa nadie euskera. Los restaurantes escapan en parte a esa norma porque no son tan pequeños y, además, porque están situados en zonas más euskaldunes por término medio.

Por el contrario, en las empresas grandes, como tienen gran número de trabajadores, son minoría, el 22%, aquellas en las casi nadie (<5%) sabe euskera.

Por tanto, el pequeño tamaño de los establecimientos, junto con la realidad sociolingüística, implica que en más de la mitad de los establecimientos no sepa nadie euskera y, por tanto, que no se utilice nunca.

Sin embargo, esto no implica que en los establecimientos más grandes se utilice mucho más el euskera, 2,2 puntos frente a 1,4 en los más pequeños, y el factor que explica por sí solo gran parte del uso es la zona sociolingüística en la que están situados los establecimientos.

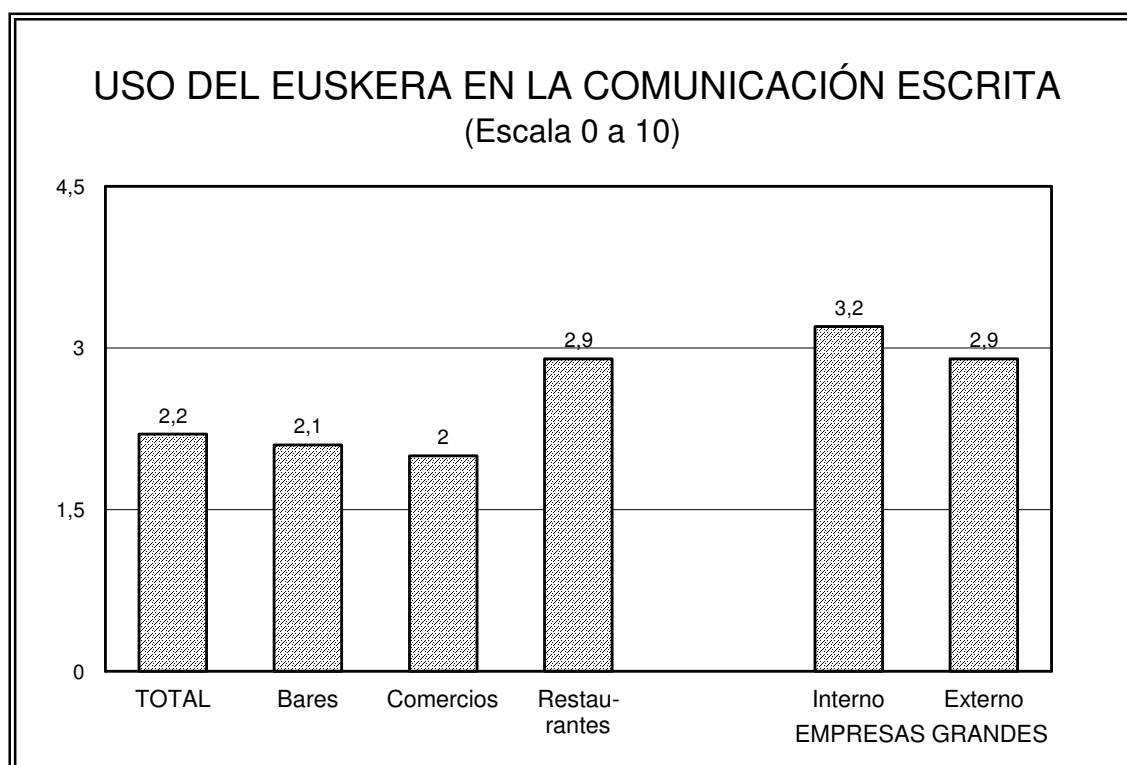
## USO DEL EUSKERA EN LA COMUNICACIÓN ESCRITA.

En primer lugar hay que destacar que en la mayoría de los establecimientos se utiliza poco la comunicación escrita y que en muchos casos se limita a la rotulación y a los tickets y facturas.

A pesar de esto, se usa poco el euskera en la comunicación escrita de comercios, restaurantes y bares, 2,2 puntos como media en la escala de 0 a 10, aunque supera en 0,7 puntos al uso oral.

De nuevo en los restaurantes el uso es sensiblemente superior a la media, 2,9 puntos, mientras que en los bares y los comercios es ligeramente inferior, 2,1 y 2,0 puntos respectivamente.

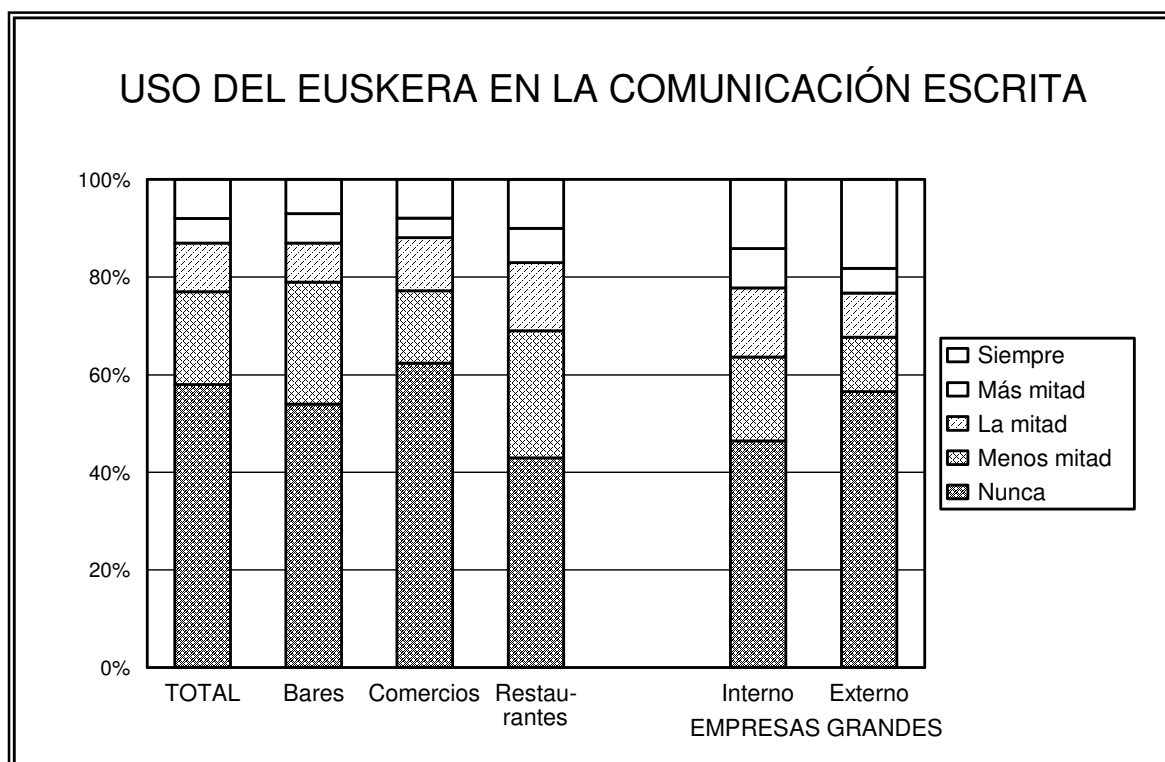
Y también el uso escrito del euskera es menor que en las empresas grandes, 3,0 puntos como media (3,2 en el uso interno y 2,9 en el externo), aunque la diferencia es menor que en el uso oral.



El uso de 2,2 puntos como media se corresponde con que el 58% de los establecimientos no utilizan nunca el euskera, el 19% en menos de la mitad de los ámbitos, el 10% en la mitad, el 5% en más de la mitad y el 8% siempre.

No utilizan nunca el euskera el 54% de los bares, el 63% de los comercios y el 43% de los restaurantes, mientras que lo utilizan siempre el 7% de los bares, el 8% de los comercios y el 10% de los restaurantes.

En las empresas grandes, no utilizan nunca el euskera el 46% en la comunicación escrita interna y el 56% en la externa y lo utilizan siempre el 14% en la interna y el 18% en la externa.



**USO DEL EUSKERA EN LA COMUNICACIÓN ESCRITA**

% Verticales	TOTAL	Bares	Comercios	Restau- rantes	EMPRESAS GRANDES Interno	Externo
Siempre	8%	7%	8%	10%	14%	18%
Más de la mitad	5%	6%	4%	7%	8%	5%
La mitad	10%	8%	11%	14%	14%	9%
Menos de la mitad	19%	25%	15%	26%	17%	11%
Nunca	58%	54%	63%	43%	46%	56%

Aunque no coinciden exactamente, existe bastante relación entre el uso del euskera en la comunicación oral y el uso en la comunicación escrita y de nuevo es la zona sociolingüística en la que están situados los establecimientos el factor que explica por sí solo gran parte del uso escrito.

Por tamaño, se utiliza más el euskera en los establecimientos más grandes, pero las diferencias no son muy importantes, 3,2 puntos en los más grandes frente a 2,1 en los más pequeños,

## **USO GLOBAL: TIPOLOGÍA DE USO ORAL Y ESCRITO.**

Ya se ha indicado que existe bastante relación entre el uso del euskera en la comunicación oral y en la escrita, pero el uso en ambos tipos de comunicación no es homogéneo y existen establecimientos en los que se utiliza el euskera en la comunicación oral y no en la escrita y viceversa.

Con el fin de detectar las combinaciones que se dan en el uso del euskera en la comunicación oral y en la escrita en los comercios, restaurantes y bares, se ha elaborado una tipología de uso que consta de nueve grupos de establecimientos que aparecen representados en el gráfico de la página siguiente.

En dicho gráfico el eje horizontal representa el uso oral y el vertical el uso escrito. El centro de coordenadas coincide con la mitad de la escala de uso, el 5 en el uso oral y el 5 en el escrito, es decir con el establecimiento que en la comunicación oral utilizase por igual el euskera y el castellano y que en la comunicación escrita utilizase el euskera en la mitad de las ocasiones o ámbitos. Y la superficie de los grupos representa, no la dispersión, sino el número de establecimientos que hay en cada grupo.

Además, a continuación se ha incluido el gráfico que representa la misma tipología elaborada para las empresas grandes.

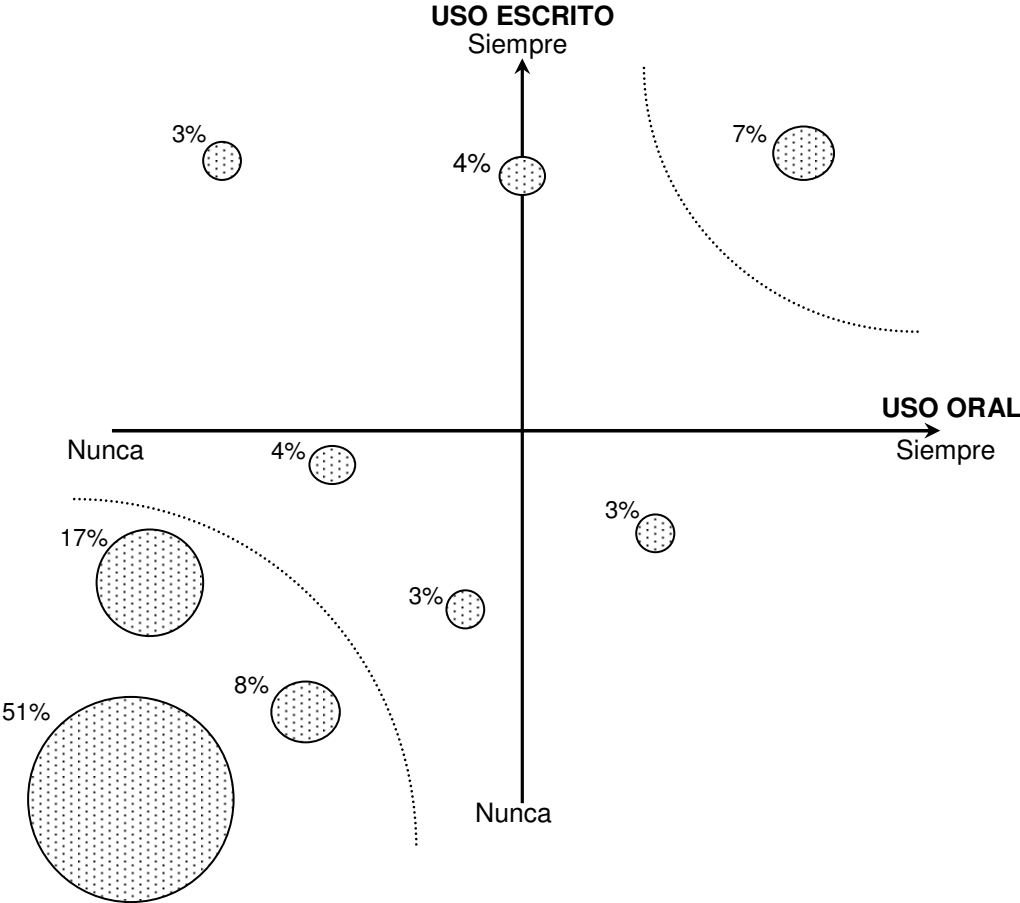
Como se puede observar en el primer gráfico, la mitad de los comercios, restaurantes y bares no utilizan nunca el euskera ni en la comunicación oral ni en la escrita, y las tres cuartas partes (los tres grupos que se encuentran en el ángulo inferior izquierdo del tercer cuadrante) lo utilizan muy poco o nada.

Mientras que entre las empresas grandes, segundo gráfico, la tercera parte no utilizan nunca el euskera ni en la comunicación oral ni en la escrita, y la mitad (los dos grupos que se encuentran en el ángulo inferior izquierdo del tercer cuadrante) lo utilizan muy poco o nada.

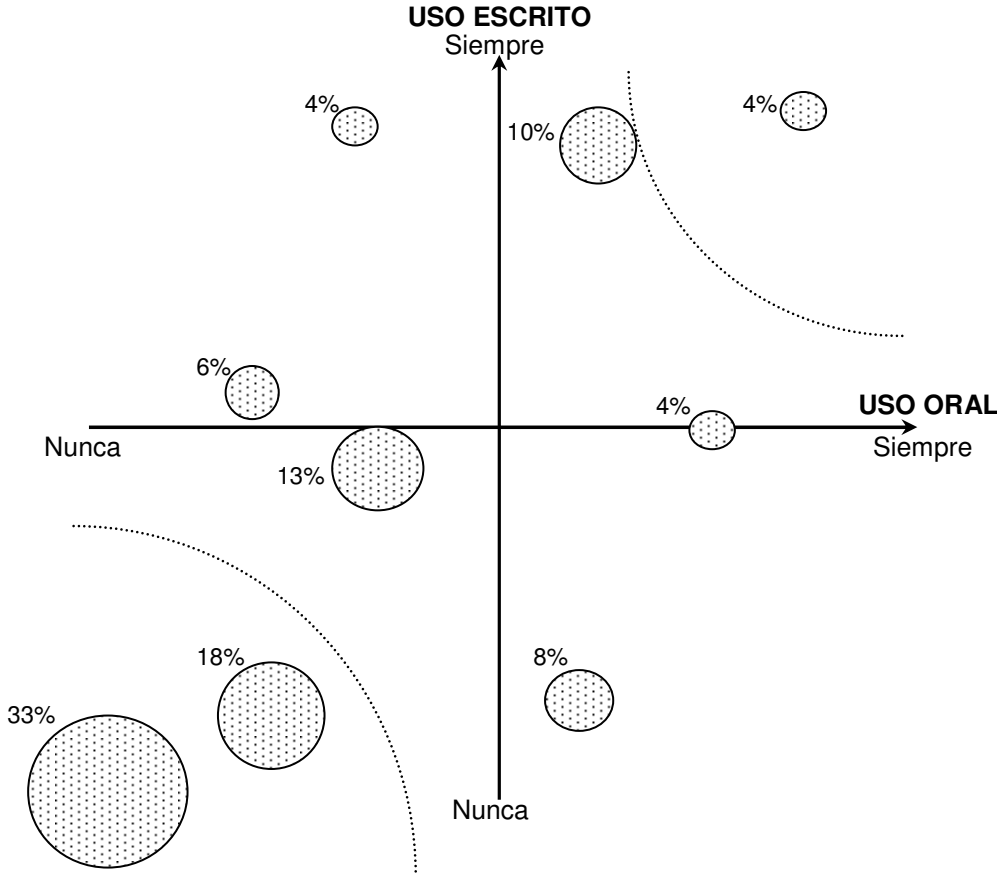
En el extremo opuesto, solamente el 7% de los comercios, restaurantes y bares utilizan siempre o casi siempre el euskera tanto en la comunicación oral como en la escrita, aunque el porcentaje supera al de las empresas grandes, que es del 4%.

Y en el resto del plano, superficie ocupada por los establecimientos que utilizan en mayor o menor medida el euskera en ambos tipos de comunicación, solamente se encuentran el 17% de los comercios, restaurantes y bares frente al 45% de las empresas grandes.

COMERCIOS, RESTAURANTES Y BARES



EMPRESAS GRANDES





## **IMPORTANCIA ASIGNADA AL USO DEL EUSKERA.**

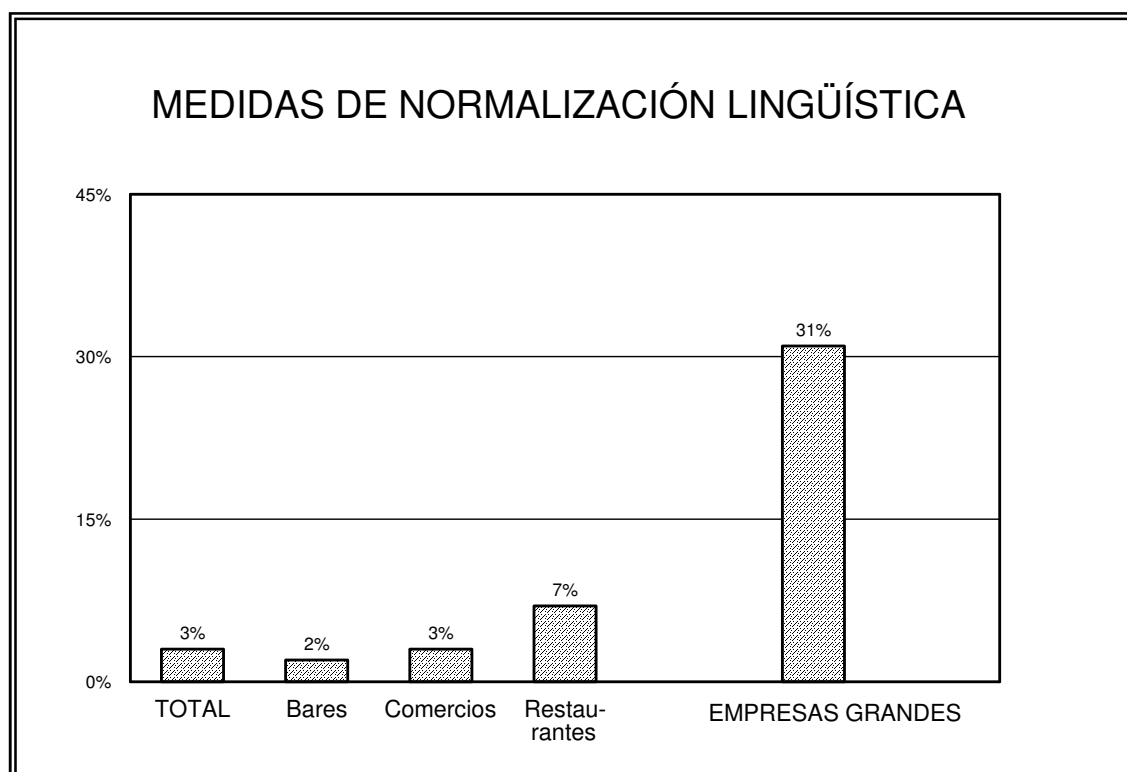
Aproximadamente cuatro de cada diez comercios, restaurantes y bares, el 42%, consideran que el uso del euskera es importante para sus establecimientos, aunque entre los restaurantes son mayoría, el 60%.

Sin embargo, solamente en el 3% existe alguna medida o norma para promover el uso del euskera en el establecimiento, que en la mayoría de los casos se limita a la “recomendación” de que se utilice con los clientes euskaldunes, y solamente en el 6% se exige el conocimiento de euskera como requisito a la hora de contratar al personal. Entre los restaurantes los porcentajes son de nuevo mayores, pues el 7% tienen alguna medida o norma y el 10% exigen el euskera al contratar al personal.

Entre las empresas grandes, el porcentaje de las que piensan que el uso del euskera es importante para su establecimiento es similar, el 45%, pero sin embargo son más consecuentes en la práctica con esa afirmación.

Así, el 18% tienen un plan integral de normalización del uso del euskera en la empresa y el 13% alguna medida o norma relacionada con su uso. Es decir, que la tercera parte tienen medidas de normalización lingüística.

Además, la cuarta parte exigen el euskera como requisito al contratar al personal (el 4% en todos los puestos y el 21% en algunos) y otra cuarta parte lo consideran como mérito (el 17% en todos los puestos y el 10% en algunos).



## **CONCLUSIONES.**

La gran mayoría de los comercios, restaurantes y bares de la C.A.V. son establecimientos muy pequeños, de uno o dos trabajadores, que utilizan muy poco el euskera, tanto en la comunicación oral (1,5 puntos en la escala de 0 a 10) como en la escrita (2,2 puntos), debido principalmente a que en las dos terceras partes de los mismos, el 64%, nadie sabe euskera.

Aproximadamente la mitad no utilizan nunca el euskera y las tres cuartas partes lo utilizan muy poco o nada, mientras que en el polo opuesto solamente el 7% lo utilizan siempre o casi siempre. Por colectivos, el uso es algo mayor en los restaurantes que en los comercios y bares.

El uso es sensiblemente menor que en las empresas grandes (3,0 puntos en la comunicación oral y en la escrita), entre las que la tercera parte no utilizan nunca el euskera y la mitad lo utilizan muy poco o nada.

Tanto en los comercios, restaurante y bares como en las empresas grandes el factor que explica fundamentalmente el uso del euskera es la zona sociolingüística en la que se encuentran situados los establecimientos, pero en el caso de los comercios, restaurantes y bares es el factor que casi exclusivamente determina el uso, en especial en la comunicación oral.

Simplificando un poco se puede decir que solo se habla euskera de forma habitual en aquellos establecimientos en los que se dan las condiciones ideales para su uso, es decir que todos o casi todos los trabajadores y la gran mayoría de los clientes sean euskaldunes.

Unido a la zona sociolingüística, el pequeño tamaño de comercios, restaurantes y bares también juega un papel importante, no porque en los más grandes se utilice mucho más, sino porque en gran parte de los establecimientos de uno o dos trabajadores de las zonas más erdaldunes, por pura lógica nadie sabe euskera (en el 64% del total) y, en consecuencia, el uso en la comunicación oral es prácticamente nulo.

En las empresas grandes, por el contrario, debido a que el número de trabajadores es elevado, más de 100, el porcentaje de empresas en las que casi nadie sabe euskera (< 5%) es mucho menor, el 22%.

Por último, solamente el 3% de los comercios, restaurantes y bares tienen alguna medida o norma para promover el uso del euskera en el establecimiento, mientras que entre las empresas grandes el porcentaje es del 31%.

Estos dos últimos factores, el tamaño y las medidas de normalización lingüística, son los que hacen que el uso del euskera en las empresas grandes sea sensiblemente mayor y que no dependa casi exclusivamente de la zona sociolingüística como sucede en los comercios, restaurantes y bares.

Ante la adopción de medidas para aumentar el uso del euskera, en el caso de las empresas grandes ya existe el antecedente de las empresas que están inmersas en este proceso y, además, obteniendo resultados como se ha podido observar en el gráfico que representa la tipología de uso.

Principalmente son dos las líneas que están siguiendo:

1. Promover el uso en la comunicación escrita y en la comunicación oral con los clientes. Es la línea más fácil, o menos difícil, de aplicar en la práctica y en principio es válida para todo tipo de empresas que estén interesadas.
2. Promover el uso entre los trabajadores euskaldunes. Es más difícil de llevar a la práctica y en principio solamente sería válida para aquellas empresas cuyo porcentaje de euskaldunes superara un umbral mínimo.

En el caso de los comercios, restaurantes y bares no existen apenas antecedentes. Estos establecimientos son pequeños y viven cara al público, por lo que no es fácil separar el uso del euskera entre los trabajadores y con los clientes. Por tanto, las líneas de actuación podrían ser:

1. Promover el uso en la comunicación escrita, tarea que no parece muy complicada debido a que en la mitad de los establecimientos se limita a la rotulación y a los tickets y facturas, y en gran parte de la otra mitad habría que añadir solamente la publicidad y, en los restaurantes y bares, la carta y/o menú.
2. Promover el uso en la comunicación oral en los establecimientos de la 2ª zona sociolingüística (porcentaje de euskaldunes entre el 45% y el 80%), que son los únicos que en su mayoría cumplen o se acercan a las condiciones mínimas necesarias (gran parte de los trabajadores y de los clientes euskaldunes) y entre los que todavía hay un amplio margen para aumentar el uso.

En los establecimientos de la 3ª y en particular en los de la 4ª zona sociolingüística es muy difícil aumentar el uso del euskera en la comunicación oral. Por una parte, la clientela euskaldun es minoritaria y, por otra, en la mayoría de los establecimientos nadie sabe euskera. Para superar esta segunda barrera, o se contrata personal euskaldun, y se contrata poco y sin tener en cuenta el euskera, o aprenden euskera los trabajadores, lo que no es fácil teniendo en cuenta las características de estos establecimientos (interés por el euskera, tamaño e incluso la edad media de sus trabajadores), lo cual no quiere decir que no haya que actuar en esta línea.

Por último, indicar que los restaurantes presentan mejores condiciones que los comercios y bares. En concreto, están en zonas algo más euskaldunes y entre ellos es mayor el porcentaje de trabajadores euskaldunes, el uso tanto en la comunicación oral como en la escrita, el tamaño y el interés por el euskera. Además, su imagen está más asociada al euskera que la de los comercios y bares.