

**USO DEL EUSKERA EN LOS BARES
Y RESTAURANTES DE LA C.A.V.**

Noviembre 2003.

SUMARIO.

Presentación y ficha técnica.....	1
1- Competencia lingüística.....	8
2- Uso del euskera en la comunicación oral.....	14
3- Uso del euskera en la comunicación escrita.....	23
4- Uso global del euskera: tipología de uso oral y escrito.....	32
5- Valoraciones sobre el uso del euskera.....	36
6- Medidas de normalización del uso del euskera.....	40
Resumen y conclusiones.....	46

ANEXO: Tablas.

PRESENTACIÓN Y FICHA TÉCNICA

El objetivo de este estudio es analizar el uso del euskera en los restaurantes y bares de la Comunidad Autónoma Vasca, a partir de los datos obtenidos por medio de una encuesta realizada a los propietarios o encargados de una muestra estadísticamente representativa de dichos establecimientos.

El trabajo se ha realizado una vez finalizado el estudio sobre el uso del euskera en los establecimientos de comercio al por menor y utilizando el mismo cuestionario, por lo que el informe consta de los mismos seis capítulos del citado estudio, a saber:

1. En primer lugar se van a describir los restaurantes y bares de la C.A.V. en función de la competencia lingüística de las personas que trabajan en ellos, es decir de la proporción que hablan euskera.
2. En el segundo capítulo se va a analizar el uso del euskera en la comunicación oral en su conjunto, así como el uso específico de los trabajadores entre sí, con los clientes y con los proveedores.
3. A continuación se va a estudiar el uso del euskera en la comunicación escrita en su conjunto y en sus diferentes ámbitos o actividades: rotulación, cartas y menús, facturas y hojas de pedidos, publicidad y página web.
4. En el cuarto capítulo se va a describir el uso global del euskera en los establecimientos a partir de una tipología elaborada con el uso en la comunicación oral y en la comunicación escrita.
5. En el quinto capítulo se van a analizar las opiniones de las personas entrevistadas sobre la importancia y las ventajas e inconvenientes que tiene para ellos el uso del euskera en sus establecimientos.
6. Por último, se van a describir las medidas de normalización del uso del euskera adoptadas por aquellos establecimientos que las han implementado, si existe la previsión de adoptar algún tipo de medida en el futuro inmediato y cuáles serían los ámbitos o actividades en los que estarían más dispuestos a adoptarlas.

Los resultados se van a analizar tanto para el conjunto de establecimientos como para los restaurantes y bares por separado, así como para los diferentes colectivos definidos en función del tamaño (número de trabajadores), el territorio histórico y la zona sociolingüística.

Como en el informe solamente se hará referencia a los resultados más relevantes, se remite al Anexo Tablas para obtener información más de detalle.

FICHA TÉCNICA.

Universo a analizar.

El universo a analizar está formado por los 3.311 restaurantes y los 10.597 bares que figuran en el Directorio de Empresas y Establecimientos del Instituto Vasco de Estadística (Eustat).

Estos establecimientos constituyen el 92% de los más de 15.000 que forman el sector de hostelería, quedando fuera del análisis los hoteles y campings, los comedores colectivos y los establecimientos de comidas preparadas.

Muestra analizada.

El diseño de la muestra de establecimientos a entrevistar se realizó teniendo en cuenta que los resultados fuesen representativos por actividad, tamaño, territorio y zona sociolingüística.

En función de dicho criterio se estableció que el número de encuestas a realizar fuese:

- Por actividad: 250 en restaurantes y 250 en bares.
- Por territorios: 200 en Bizkaia, 200 en Gipuzkoa y 100 en Araba.

El problema que quedaba por resolver era la representatividad por tamaño de los establecimientos, especialmente en el caso de los bares, pues en más de la mitad de los mismos (59%) solo trabaja una persona y en la inmensa mayoría (87%) una o dos, por lo que si la distribución se hacía de forma proporcional iban a ser pocos los bares con más de dos trabajadores en la muestra.

Para solucionar el problema se primó la presencia en la muestra de los bares de más de dos trabajadores a costa de los que solo tienen uno, de acuerdo con la siguiente distribución: 30% en los bares de un trabajador, 25% en los de dos, 25% en los de tres a cinco y 20% en los de más de cinco.

En los restaurantes, al ser el tamaño medio considerablemente mayor (solamente el 41% tienen uno o dos trabajadores), el problema era menor, pero también se primó la presencia de los establecimientos de mayor tamaño y se aplicó la siguiente distribución de la muestra: 20% en los restaurantes de uno o dos trabajadores, 40% en los de tres a cinco y 40% en los de más de cinco.

A la hora de seleccionar los establecimientos a entrevistar, en cada territorio y actividad se estratificaron los establecimientos por tamaño y zona sociolíngüística, y en cada estrato así definido se extrajo la muestra correspondiente por salto sistemático con arranque aleatorio.

En el caso de los restaurantes, la extracción de la muestra se realizó de manera que formasen parte de la misma los restaurantes que denominaremos de categoría “especial”, en concreto los cuarenta restaurantes que encabezan la Guía de la Cofradía Vasca de Gastronomía.

Trabajo de campo.

La recogida de la información se realizó durante la primera quincena del mes de octubre mediante entrevista personal en el propio establecimiento al propietario/a o encargado/a del mismo. Previamente, la Viceconsejería de Política Lingüística había remitido a todos los establecimientos que componían la muestra una carta de presentación del estudio.

El cuestionario era el mismo que el utilizado en el estudio sobre el uso del euskera en los establecimientos de comercio al por menor y similar al utilizado en el estudio sobre el uso del euskera en las empresas de más de 100 empleados realizado a principios de este año.

La tasa de respuesta obtenida ha sido muy elevada, pues de los 500 establecimientos que componían la muestra original se consiguió entrevistar a 400, el 80% del total. Ahora bien, a la mayoría de los establecimientos restantes, el 13%, no se pudo entrevistar porque ya no existen, al haber cerrado. Solamente el 3% de los establecimientos rechazaron realizar la encuesta y el 4% restante se encontraban cerrados por vacaciones o por obras, o tenían horarios extraños.

Por tanto, el rechazo ha sido mínimo y, además, muy homogéneo entre los diferentes colectivos, por lo que se puede considerar que la muestra definitiva es estrictamente aleatoria.

Los establecimientos de la muestra original que no se pudieron entrevistar, fueron sustituidos por establecimientos de las mismas características: la misma actividad, el mismo tamaño y el mismo municipio o zona sociolingüística.

Explotación de los resultados.

Al explotar los resultados se ha corregido la asignación no proporcional de la muestra por actividad, tamaño y territorio mediante la correspondiente ponderación, de forma que los resultados analizados en el informe se corresponden con la distribución real del universo en función de dichas variables.

La explotación de los resultados se ha realizado mediante tablas cruzadas, considerando las siguientes variables de cruce:

- Actividad: restaurantes y bares.
- Tamaño del establecimiento: 1 ó 2 trabajadores, de 3 a 5, de 6 a 9 y más de 9.
- Territorio: Araba, Bizkaia y Gipuzkoa.
- Zona sociolingüística: Zona 1 (porcentaje de euskaldunes superior al 80%), Zona 2 (del 45% al 80%), Zona 3 (del 20% al 45%) y Zona 4 (inferior al 20%).

Errores de muestreo.

El error de muestreo para los resultados del conjunto de la muestra es del $\pm 6\%$ para un nivel de confianza del 95% y condiciones más desfavorables de porcentajes del 50%. Para las medias en la escala de 0 a 10, el error es de $\pm 0,3$ en el supuesto de que la distribución sea normal.

Si la distribución de la muestra se hubiese realizado de forma proporcional por actividad, tamaño y territorio el error hubiese sido menor, el $\pm 4,5\%$, pero a costa de aumentar de forma importante el error de los resultados en los colectivos más minoritarios, en particular los de los bares de más de dos trabajadores.

Para los resultados de los diferentes colectivos definidos en función de la actividad, el tamaño, el territorio y la zona sociolingüística el error de muestreo varía entre el $\pm 7\%$ y el $\pm 14\%$ para los porcentajes y entre el $\pm 0,35$ y el $\pm 0,7$ para las medias.

Ahora bien, teniendo en cuenta la estratificación realizada al diseñar la muestra en función del territorio, la actividad, el tamaño y la zona sociolingüística, los errores “reales” de los resultados han de ser sensiblemente menores, debido a que al aplicar dicho diseño se ha reducido de forma importante la variabilidad existente dentro de cada uno de los diferentes estratos.

Antes de pasar al primer capítulo del informe, se van a describir las principales características de los establecimientos entrevistados y de sus diferentes colectivos en función de la actividad, tamaño..., así como las de las personas entrevistadas, descripción que posibilitará una mejor interpretación de los resultados del estudio.

DESCRIPCIÓN DE LOS ESTABLECIMIENTOS.

Tras ponderar los datos para que los resultados correspondan con la distribución real del universo analizado, la cuarta parte, el 24%, son restaurantes y las tres cuartas partes restantes, el 76%, bares.

Por tamaño, en las tres cuartas partes, el 76%, solamente trabajan una o dos personas (incluido el propietario/a), en el 18% de tres a cinco, en el 3% de seis a nueve y en el 3% diez ó más, aunque como se va a ver a continuación el tamaño de los restaurantes es bastante mayor por término medio.

Algo más de la mitad, el 56%, se encuentran en Bizkaia, la tercera parte, el 31%, en Gipuzkoa y el 13% restante en Araba.

Por último, el 5% se encuentran en la 1^a zona sociolingüística, el 19% en la 2^a, el 24% en la 3^a y la mitad, el 51%, en la 4^a, la más erdaldun.

Existen diferencias importantes entre restaurantes y bares en función de su tamaño y zona sociolingüística.

- El 41% de los restaurantes tienen uno o dos trabajadores frente al 87% de los bares. En el polo opuesto, el 21% de los restaurantes tienen más de cinco trabajadores frente solo el 2% de los bares.
- El 37% de los restaurantes se encuentran ubicados en la 4^a zona sociolingüística (la más erdaldun) frente al 56% de los bares. En el polo opuesto, el 9% de los restaurantes se encuentran en la 1^a zona sociolingüística frente al 4% de los bares.
- Incluso por territorio hay diferencias, pues proporcionalmente (no en valores absolutos) hay más restaurantes en Gipuzkoa que en Bizkaia, mientras que con los bares ocurre lo contrario.

En lo que respecta a los restaurantes que se han denominado de categoría “especial”, la inmensa mayoría, el 92%, tienen más de cinco trabajadores, están ubicados en zonas algo más euskaldunes que la media de los restaurantes y proporcionalmente tienen mayor presencia en Gipuzkoa.

Por tamaño se reflejan algunas de las diferencias que existen por actividad:

- Los establecimientos de uno o dos trabajadores son en su inmensa mayoría bares, el 87%, pero su distribución por zona sociolingüística y territorio es similar a la media.
- Los de tres a cinco trabajadores son mitad restaurantes, el 51%, y mitad bares, el 49% y, proporcionalmente, tienen mayor presencia en Gipuzkoa y en la 2^a zona sociolingüística.
- Los de más de cinco son en su gran mayoría restaurantes, el 75% de los de cinco a nueve y el 83% de los diez o más, y su distribución por territorio y zona sociolingüística difiere poco de la media, aunque prácticamente no hay establecimientos de diez o más trabajadores en la 1^a zona sociolingüística.

Por territorios históricos apenas hay diferencias, salvo en lo que respecta a la distribución por zonas sociolingüísticas, pues la gran mayoría de los establecimientos de Araba, el 84%, y de Bizkaia, el 72%, se encuentran la zona 4^a, la más erdaldun, mientras que el 91% de los de Gipuzkoa se encuentran en las zonas intermedias (2^a y 3^a). Además, en Gipuzkoa es algo mayor la proporción de restaurantes y en Bizkaia la de establecimientos de uno o dos trabajadores.

Por zonas sociolingüísticas tampoco hay grandes diferencias, salvo en lo que respecta a la distribución por territorios, pues la mayoría de los establecimientos de las zonas 1^a, 2^a y 3^a están en Gipuzkoa. Además, en la 1^a zona, la más euskaldun, apenas hay establecimientos grandes.

Por tanto, la inmensa mayoría de los bares son muy pequeños, de uno o dos trabajadores, pero no ocurre lo mismo con los restaurantes, pues más de la mitad tienen más de dos trabajadores.

Y además de la lógica relación que existe entre la distribución por territorios y la distribución por zonas sociolingüísticas, existen algunas relaciones que merecen ser señaladas:

- La proporción de restaurantes es algo mayor en Gipuzkoa que en los otros dos territorios y la de bares, algo mayor en Bizkaia.
- Los restaurantes y en menor medida los establecimientos que tienen de tres a cinco trabajadores se encuentran en zonas algo más euskaldunes por término medio.
- En la 1^a zona sociolingüística, la más euskaldun, apenas hay establecimientos grandes, de diez o más trabajadores.

DESCRIPCIÓN DE LAS PERSONAS ENTREVISTADAS.

Para finalizar la introducción, se van a describir brevemente las características de las personas entrevistadas:

- El 74% son propietarios/as de los establecimientos, el 10% familiares directos de los propietarios/as y el 16% restante encargados/as. El porcentaje de encargados/as aumenta con el tamaño de los establecimientos, siendo mayoría, el 59%, en los establecimientos de diez ó más trabajadores.
- El 59% son hombres y el 41% mujeres, mientras en los establecimientos de comercio al por menor la mayoría eran mujeres, el 69%.
- Su edad media es bastante menor que en los establecimientos de comercio al por menor, pues el 44% tienen menos de 40 años, el 26% entre 40 y 49 años y el 29% restante 50 o más años. La edad media disminuye al aumentar el tamaño de los establecimientos, probablemente porque aumenta el porcentaje de establecimientos en los que han contestado los encargados/as.
- El 26% son euskaldunes, el 17% dicen que hablan algo y el 57% nada. Ahora bien, el porcentaje de euskaldunes en los restaurantes, el 39%, casi duplica al que existe en los bares, el 22%. Y en los restaurantes de categoría “especial” los euskaldunes son mayoría, el 65%.
- El 18% han contestado al cuestionario en euskera, es decir las tres cuartas partes de los euskaldunes, el 3% en euskera y castellano y el 78% restante en castellano.

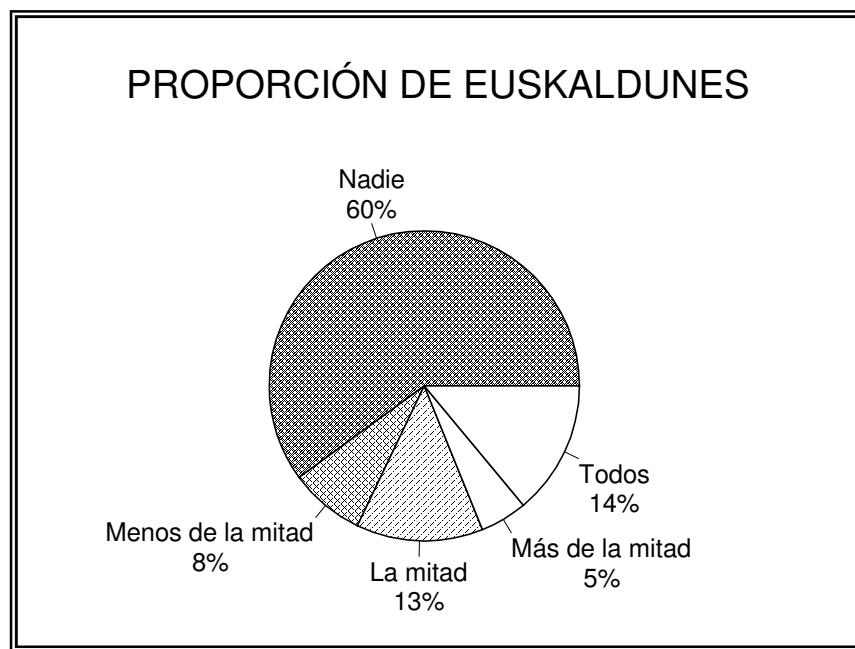
1.- COMPETENCIA LINGÜÍSTICA.

En este primer capítulo se van a describir los restaurantes y bares de la C.A.V. en función de la competencia lingüística de las personas que trabajan en ellos, es decir del porcentaje de euskaldunes por establecimiento.

El porcentaje medio de euskaldunes en los restaurantes y bares de la C.A.V. es del 26,6%, ligeramente inferior al de los comercios, que era del 27,4%. También aquí, las situaciones son muy dispares.

- En casi las dos terceras de los establecimientos, el 60%, no sabe nadie o casi nadie euskera (<10%).
- En el 8% saben euskera menos de la mitad (10-40%).
- En el 13% saben euskera aproximadamente la mitad (40-60%).
- En el 5% saben euskera más de la mitad (60-90%).
- Y en el 14% saben euskera todos o casi todos (>90%).

Teniendo en cuenta que en las tres cuartas partes de los establecimientos, el 76%, trabajan una o dos personas, es lógico que los porcentajes se concentren principalmente en los extremos y en el punto medio.

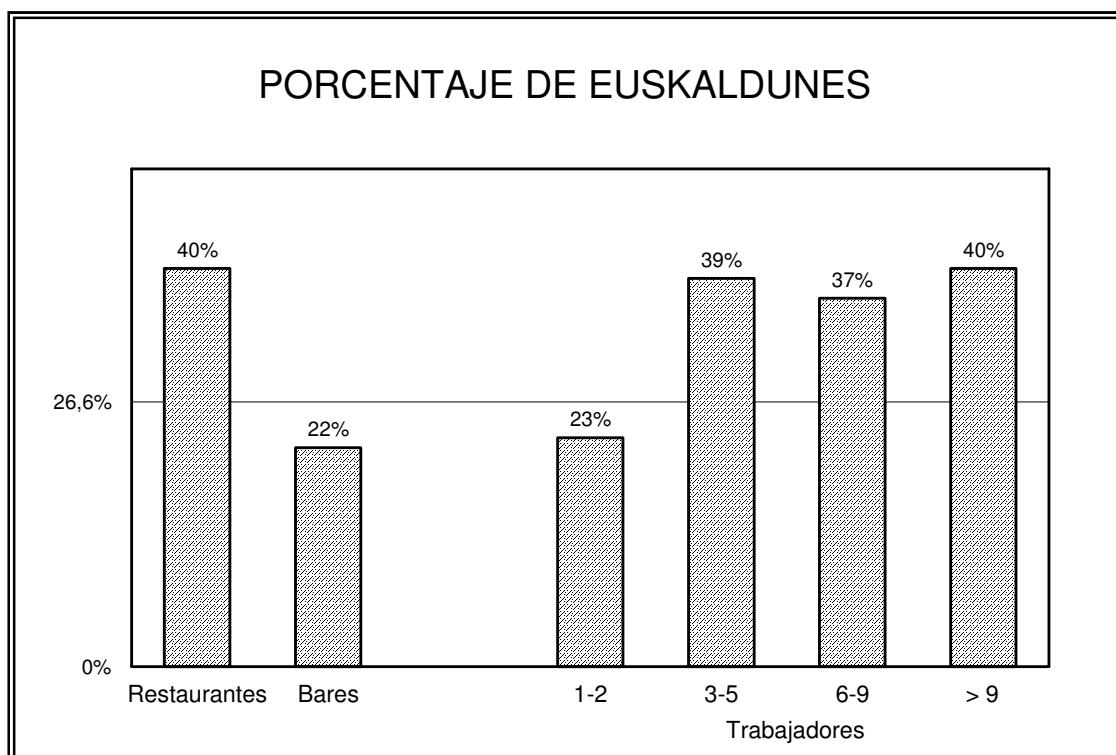
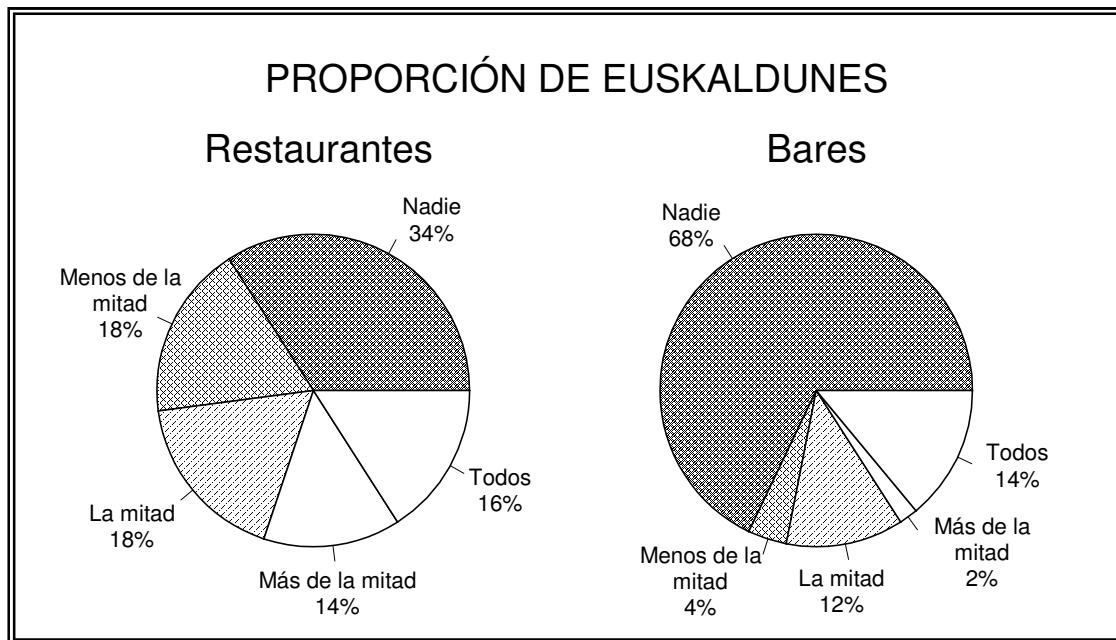


Ahora bien, el porcentaje medio de euskaldunes por establecimiento varía de forma sustancial entre restaurantes, el 40%, y bares, el 22%.

Al contrario de lo que ocurría con los comercios, donde el porcentaje medio de euskaldunes apenas variaba por rama de actividad, aquí la diferencia es importante y es debida principalmente a que los restaurantes están ubicados en zonas más euskaldunes por término medio.

En consecuencia, la distribución de la proporción de euskaldunes por establecimiento varía de forma importante entre restaurantes y bares, de forma que mientras en el 68% de los bares nadie sabe euskera, en los restaurantes el porcentaje se reduce a la mitad, el 34%. Ahora bien, en el extremo opuesto, el porcentaje de establecimientos en los que saben todos es similar en ambos casos, el 16% en los restaurantes y el 14% en los bares.

Entre los restaurantes de categoría “especial”, el porcentaje medio de euskaldunes es mayor todavía, el 54%, pues solamente en el 12% de ellos no hay nadie que no sepa euskera, mientras que en el 22% todos son euskaldunes.

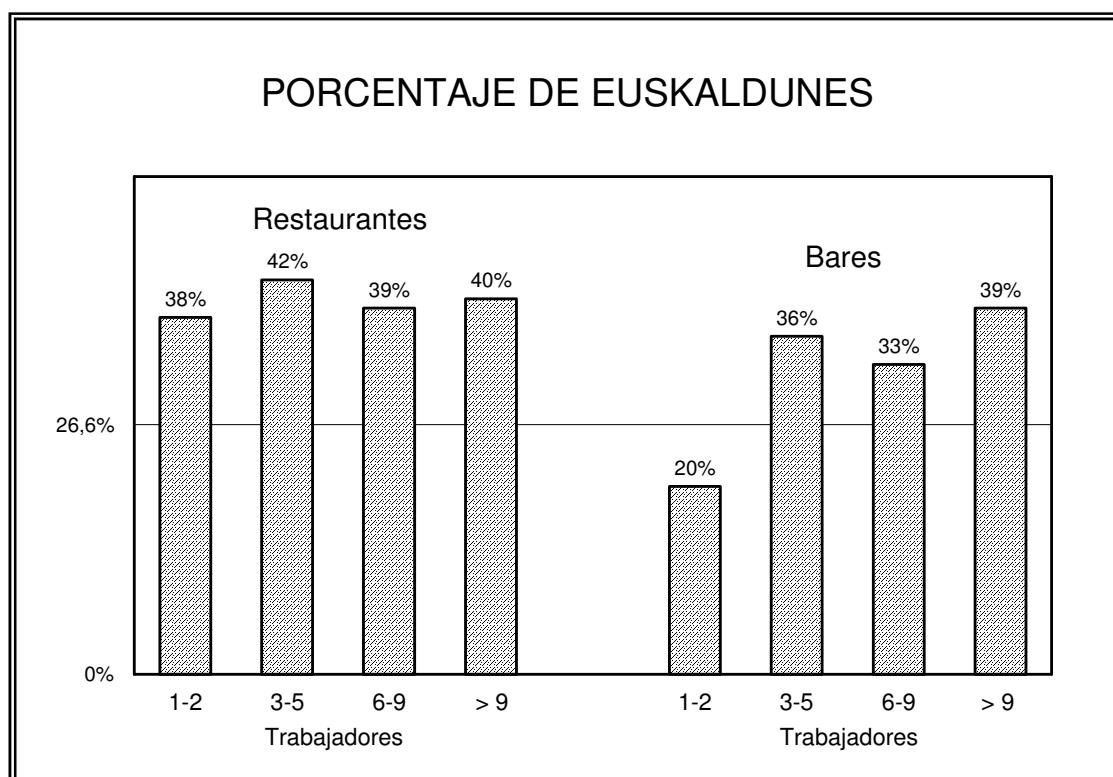


PROPORCIÓN DE EUSKALDUNES EN EL ESTABLECIMIENTO

% Horizontales	MEDIA	Nadie	Menos de la mitad	La mitad	Más de la mitad	Todos
Actividad:						
Restaurantes Categoría especial	40% 54%	34% 12%	18% 29%	18% 18%	14% 20%	16% 22%
Bares	22%	68%	4%	12%	2%	14%
Nº de trabajadores:						
1 – 2	23%	70%	0%	16%	0%	15%
3 – 5	39%	32%	30%	3%	22%	14%
6 – 9	37%	26%	30%	20%	17%	8%
> 9	40%	17%	42%	15%	23%	4%

El porcentaje medio de euskaldunes es mucho mayor en los establecimientos que tienen más de dos trabajadores, en torno al 39%, que en los que solo tienen uno o dos, el 23%, pero esta diferencia se produce casi exclusivamente en los bares, pues en los restaurantes apenas varía el porcentaje de euskaldunes en función del tamaño, que oscila en torno al valor medio, el 40%.

Sin embargo, en los bares la diferencia es importante, pues en los que tienen solo uno o dos trabajadores el porcentaje medio de euskaldunes es muy pequeño, el 20%, frente a porcentajes en torno al 35% en los que tienen más de dos trabajadores.



Como en el caso de los comercios, hay una razón de “pura combinatoria” para que se produzca esa diferencia. En los bares de uno o dos trabajadores solo hay tres posibilidades: que no sepa nadie euskera, que sepa la mitad o que sepan todos, y como el porcentaje medio de euskaldunes es pequeño, el 22%, la opción que tiene más probabilidades con diferencia es la de que no sepa nadie. Cuando hay más de dos trabajadores, por ejemplo de tres a cinco, también la opción con más probabilidades es la de que no sepa nadie, pero las probabilidades son menores porque aparecen otras opciones intermedias entre el 0% y el 50%, como el 20%, el 25%, el 33% y el 40%, que hacen que el valor medio sea mayor.

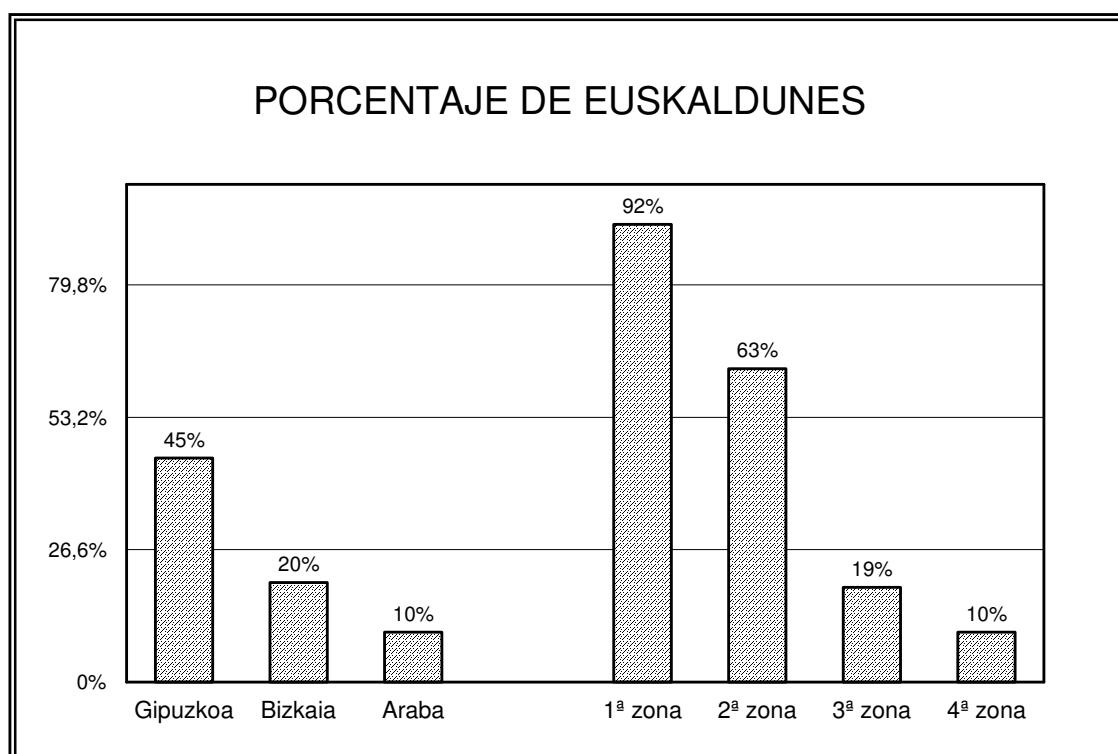
En los restaurantes la diferencia es muy pequeña debido a que, como el porcentaje medio de euskaldunes es elevado, el 40%, cuando solo hay uno o dos trabajadores las probabilidades de las tres opciones posibles (que no sepa nadie euskera, que sepa la mitad o que sepan todos) están más equilibradas.

La mayor variación en el porcentaje medio de euskaldunes se da por territorios y especialmente por zonas sociolingüísticas:

- Es el 45% en los establecimientos de Gipuzkoa, el 20% en los de Bizkaia y el 10% en los de Araba.
- Y el 92% en los establecimientos de la 1^a zona sociolingüística, el 63% en los de la 2^a, el 19% en los de la 3^a y el 10% en los de la 4^a.

Más en concreto, el porcentaje de establecimientos en los que nadie sabe euskera es:

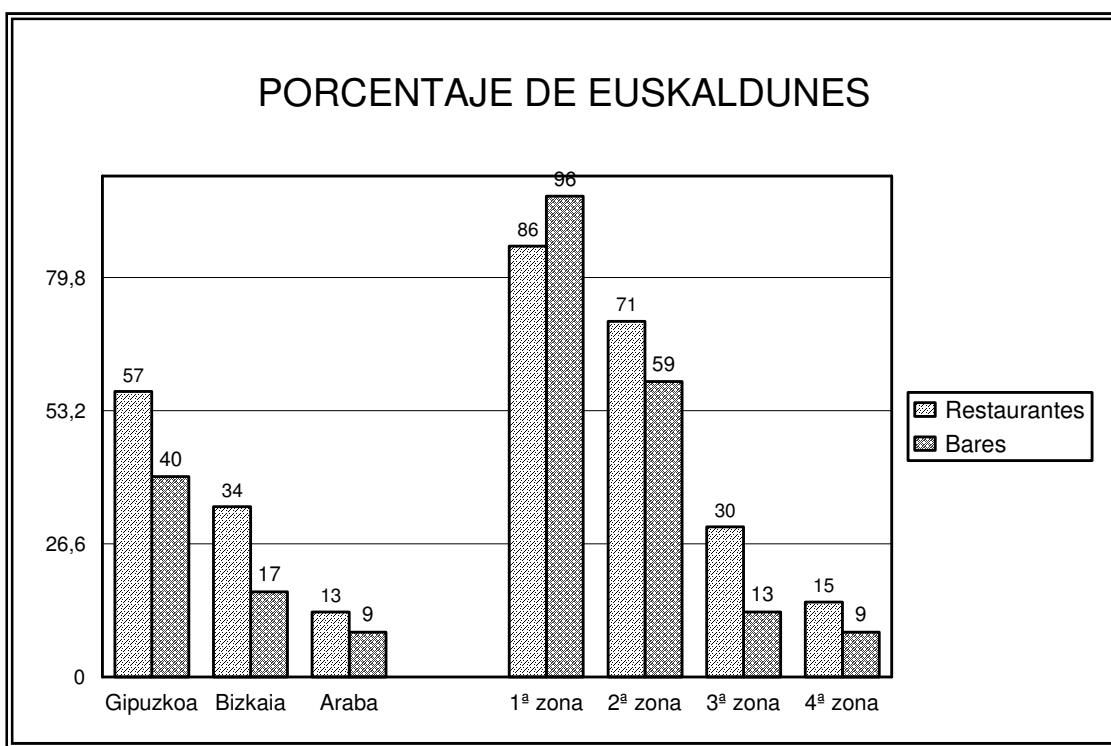
- El 40% en Gipuzkoa, el 67% en Bizkaia y el 76% en Araba.
- Y el 0% en la 1^a zona, el 21% en la 2^a, el 67% en la 3^a y el 77% en la 4^a.



PROPORCIÓN DE EUSKALDUNES EN EL ESTABLECIMIENTO

% Horizontales	MEDIA	Nadie	Menos de la mitad	La mitad	Más de la mitad	Todos
<i>Territorio:</i>						
Gipuzkoa	45%	40%	8%	12%	11%	29%
Bizkaia	20%	67%	7%	14%	3%	9%
Araba	10%	76%	10%	13%	0%	0%
<i>Zona sociolingüística:</i>						
1 ^a zona	92%	0%	3%	8%	7%	81%
2 ^a zona	63%	21%	6%	18%	13%	42%
3 ^a zona	19%	67%	9%	12%	5%	6%
4 ^a zona	10%	77%	8%	13%	1%	0%

La tendencia descrita de mayor porcentaje medio de euskaldunes en Gipuzkoa y en las zonas euskaldunes se mantiene, lógicamente, si se analizan restaurantes y bares por separado y, además, en todos los colectivos el porcentaje de euskaldunes en los restaurantes es claramente superior, salvo en la 1^a zona sociolingüística, donde el porcentaje de euskaldunes es mayor en los bares.



Por último, como en la gran mayoría de los establecimientos, el 80%, todos las personas que trabajan en el establecimiento atienden al público, apenas hay diferencia en el porcentaje medio de euskaldunes entre todas las personas que

trabajan en el establecimiento, el 26,6%, y entre las que atienden al público, que es ligeramente superior, el 27,1%.

Ahora bien, al considerar solamente los restaurantes, como en más de la mitad de ellos trabajan personas que no atienden al público, la diferencia en el porcentaje de medio de euskaldunes entre todas las personas que trabajan en el establecimiento y entre las que atienden al público es algo mayor, pues los porcentajes son del 40% y del 43,5% respectivamente.

2.- USO DEL EUSKERA EN LA COMUNICACIÓN ORAL.

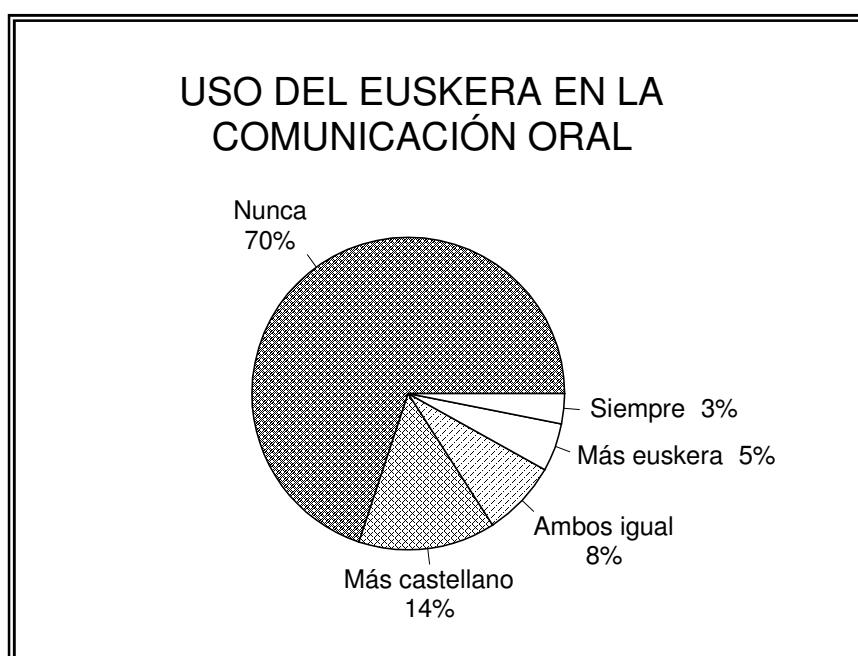
El segundo capítulo está dedicado a analizar el uso del euskera en la comunicación oral, a partir de la apreciación que tienen las personas entrevistadas sobre su uso en una escala de 0 a 10, en la que el 0 indica que no se usa nunca y el 10 que se usa siempre.

En primer lugar se va analizar el uso global del euskera en la comunicación oral en el conjunto de las actividades de los establecimientos y a continuación el uso más específico de los trabajadores del establecimiento entre sí, con los clientes y con los proveedores. Al realizar las entrevistas, con el fin de facilitar las respuestas, se preguntó en primer lugar por el uso oral en los aspectos concretos y a continuación por el uso oral en el conjunto de las actividades del establecimiento.

Tal como era de esperar, debido a que en casi las dos terceras partes de los establecimientos, el 60%, no hay nadie que hable euskera, el uso oral del euskera en los restaurantes y bares de la CAV es muy pequeño, de 1,5 puntos como media en la escala de 0 a 10, que se corresponde con que en:

- Mas de las dos terceras partes, el 70%, no lo utilizan nunca o casi nunca (0-1 puntos en la escala).
- El 14% lo utilizan en menor proporción que el castellano (2-3).
- El 8% lo utilizan en igual proporción que el castellano (4-6).
- Y el 8% lo utilizan en mayor proporción que el castellano (7-10), el 3% de ellos siempre o casi siempre (9-10).

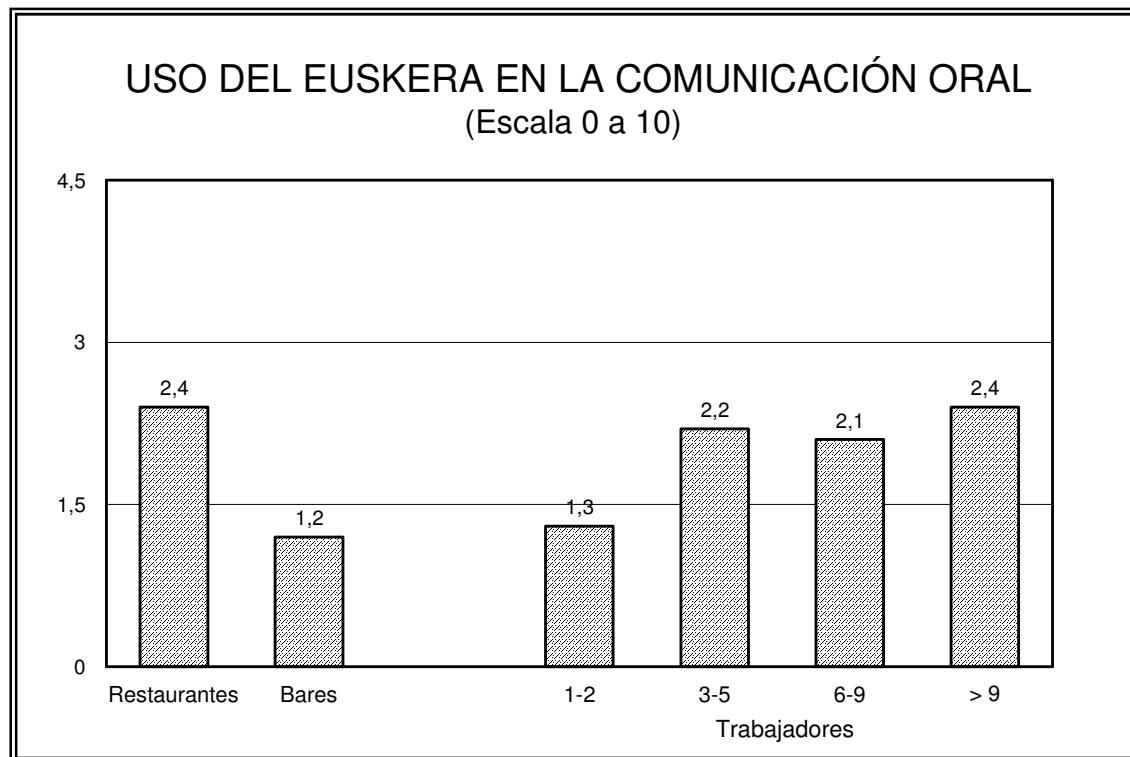
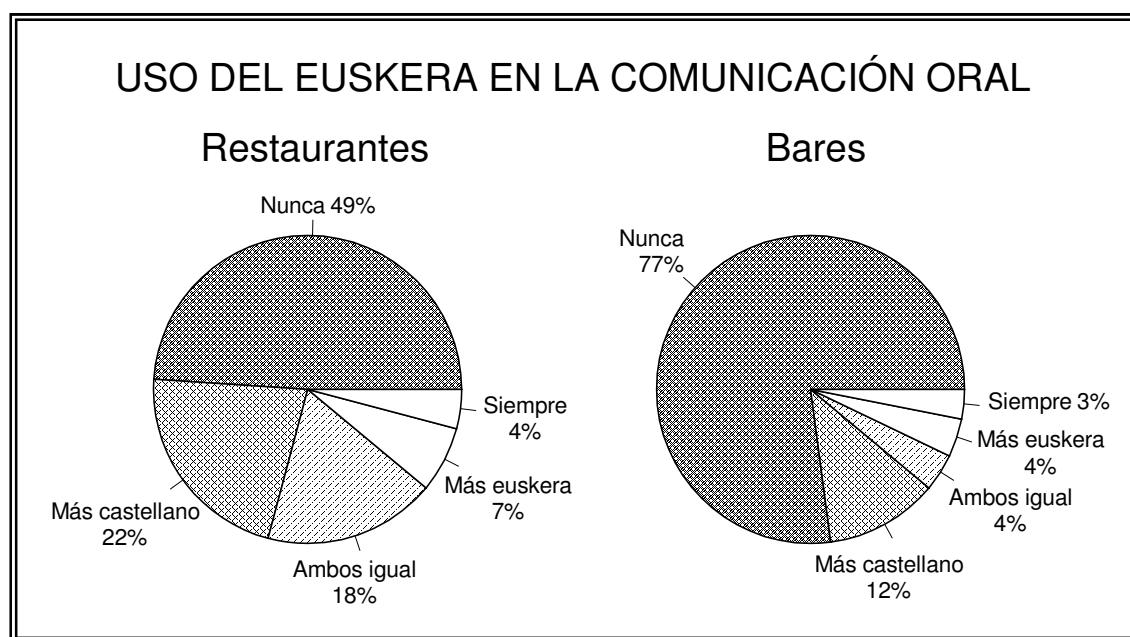
Los resultados coinciden exactamente con los obtenidos en los comercios al por menor.



Sin embargo, el uso difiere de forma importante entre restaurantes y bares. El uso en los restaurantes, aunque pequeño, con 2,4 puntos como media duplica al uso en los bares, que es de solo 1,2 puntos, inferior incluso al de los comercios.

En porcentajes, la mitad de los restaurantes, el 49%, no utilizan nunca el euskera frente a las tres cuartas partes de los bares, el 77%. En el polo opuesto las diferencias son menores, pues utilizan el euskera más que el castellano el 11% de los restaurantes frente al 7% de los bares.

En los restaurantes de categoría “especial” se usa más el euskera, 3,3 puntos como media. El 30% no lo utilizan nunca, el 19% menos que el castellano, el 42% en igual proporción que el castellano y el 9% más que el castellano.



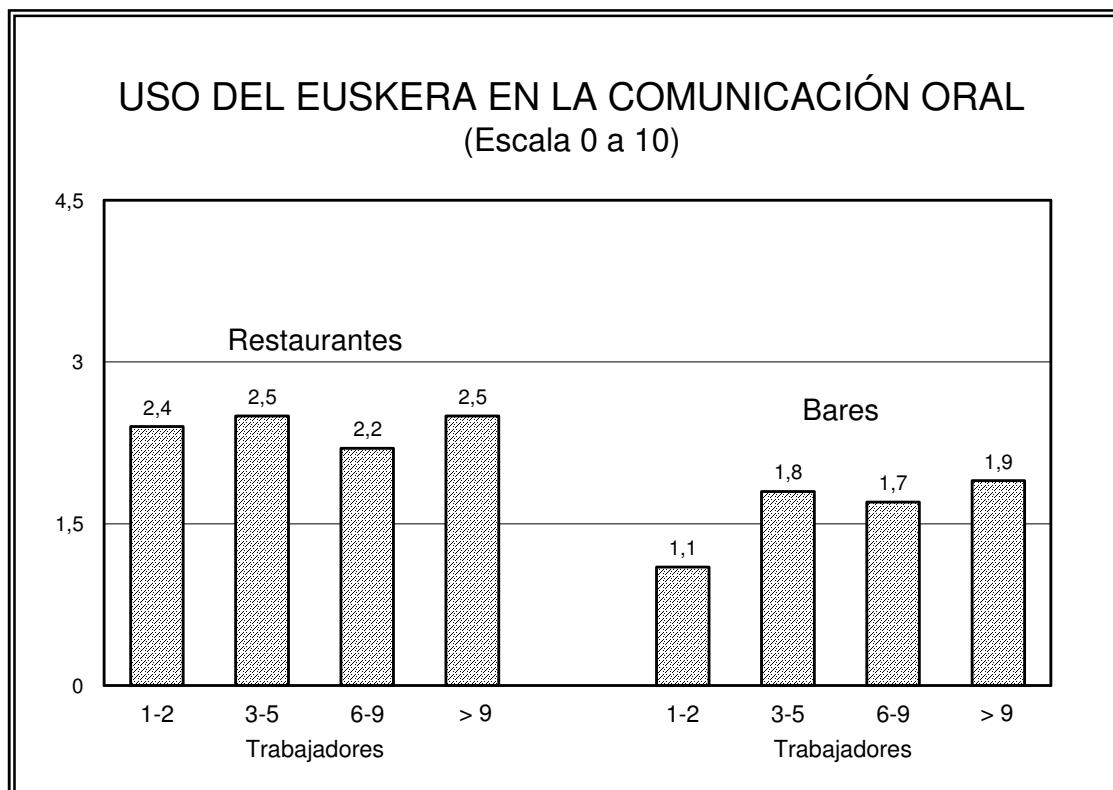
USO DEL EUSKERA EN LA COMUNICACIÓN ORAL

% Horizontales	MEDIA	Nunca	Más castellano	Ambos igual	Más euskera	Siempre
Actividad:						
Restaurantes Categoría especial	2,4 3,3	49% 30%	22% 19%	18% 42%	7% 7%	4% 2%
Bares	1,2	77%	12%	4%	4%	3%
Nº de trabajadores:						
1 – 2	1,3	76%	12%	4%	4%	4%
3 – 5	2,2	54%	20%	16%	8%	2%
6 – 9	2,1	54%	19%	23%	4%	0%
> 9	2,4	43%	30%	21%	6%	1%

Tal como ocurría con el conocimiento, el uso es mucho menor en los establecimientos que tienen uno o dos trabajadores, 1,3 puntos, que en los que tienen más de dos, que oscila en torno a 2,2 puntos, pero esta diferencia se produce exclusivamente en los bares.

En los restaurantes apenas varía el uso del euskera en función del tamaño, que oscila con pequeñas variaciones en torno al valor medio de 2,4 puntos.

Sin embargo, en los bares la diferencia es importante, pues en los que tienen solo uno o dos trabajadores el uso del euskera es muy pequeño, 1,1 puntos, frente a 1,8 puntos como media en los que tienen más de dos trabajadores.



Lógicamente, las mayores diferencias en el uso oral del euskera en los restaurantes y bares se producen por territorio y, especialmente, por zona sociolíngüística.

Por territorios, el uso es prácticamente nulo en Araba, 0,2 puntos, muy pequeño e inferior a la media en Bizkaia, 1,2 puntos, y sensiblemente superior a la media en Gipuzkoa, 2,7 puntos.

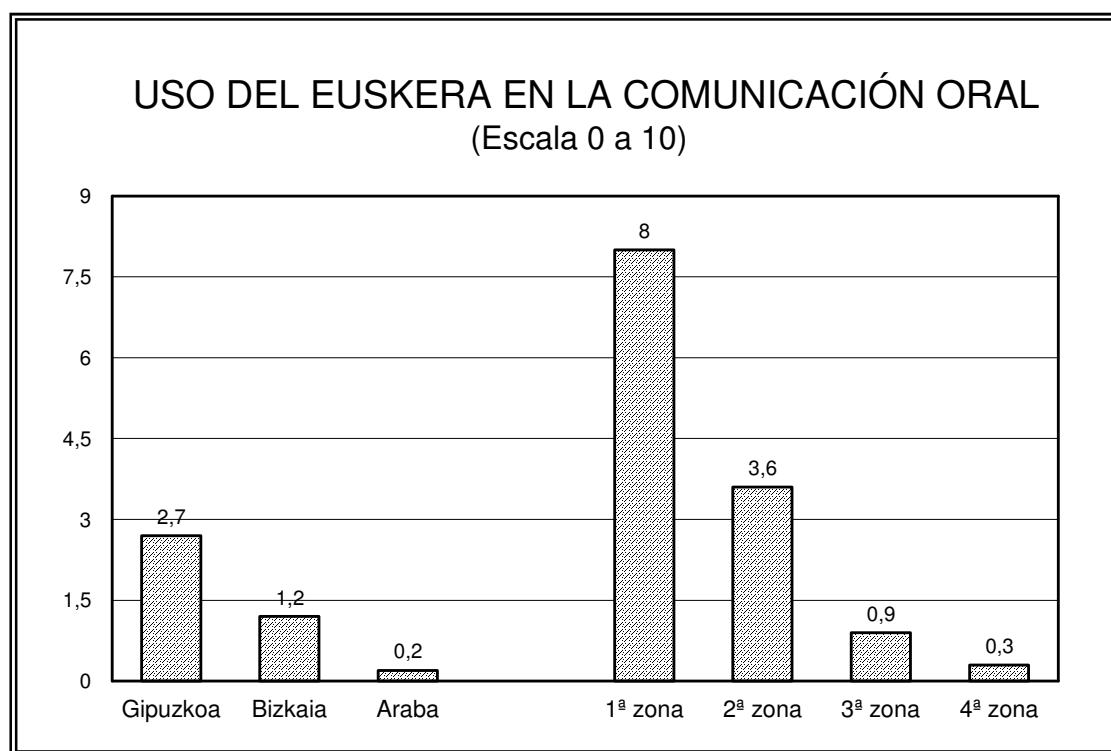
Pero incluso en Gipuzkoa el uso del euskera es pequeño, pues el 43% de los establecimientos no lo utilizan nunca (en el 40% nadie sabe euskera). El porcentaje de los que no lo utilizan nunca es del 80% en Bizkaia y del 94% en Araba.

Por su parte, el porcentaje de establecimientos que utilizan el euskera más que el castellano es del 14% en Gipuzkoa, del 7% en Bizkaia y del 0% en Araba.

Por zonas sociolíngüísticas, el uso del euskera es prácticamente nulo en la 4^a zona, 0,3 puntos, e incluso en la 3^a, 0,9 puntos, tiene cierta importancia en la 2^a zona, 3,6 puntos, y es muy elevado en la 1^a zona, 8,0 puntos, pues en la gran mayoría de los establecimientos de esta última zona se habla más en euskera que en castellano o solo en euskera.

Llama la atención el poco uso que se hace del euskera en la 3^a zona sociolíngüística, en el 73% de los establecimientos no se habla nunca (en el 67% no sabe nadie) y en ninguno más que el castellano.

Incluso en la 2^a zona cabría esperar un uso mayor. En el 28% de los establecimientos no se habla nunca, en el 26% se habla menos que el castellano, en el 26% ambos idiomas por igual y solo en el 21% restante se habla más el euskera que el castellano.

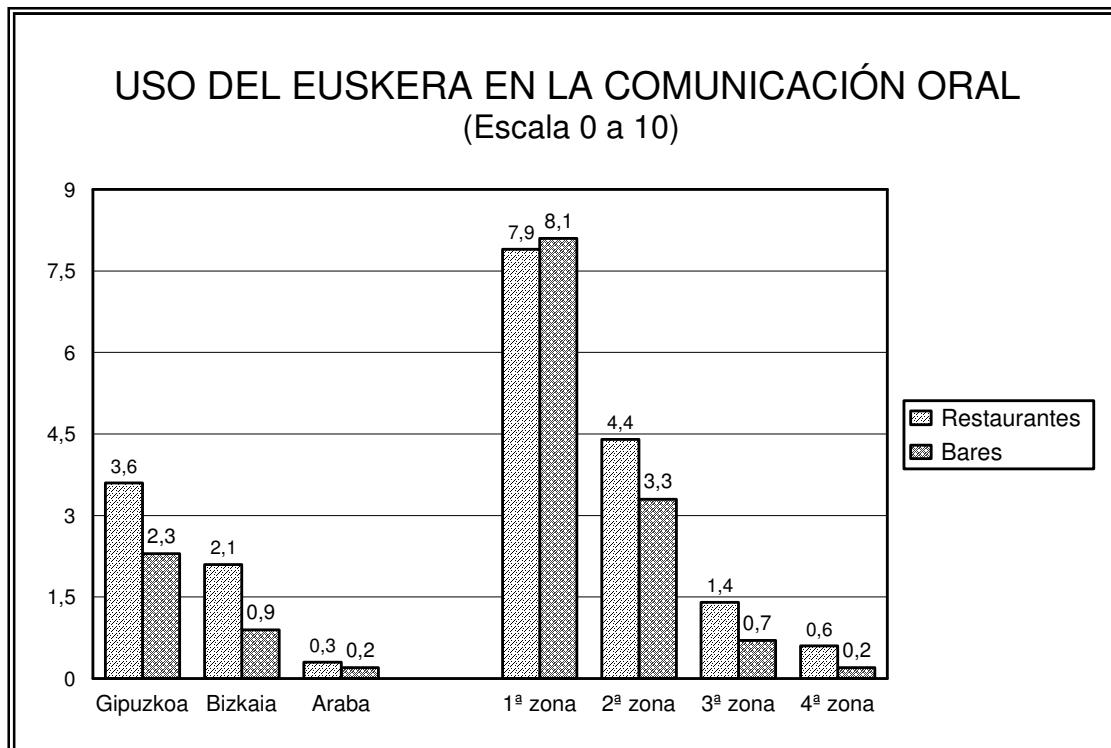


USO DEL EUSKERA EN LA COMUNICACIÓN ORAL

% Horizontales	MEDIA	Nunca	Más castellano	Ambos igual	Más euskera	Siempre
<i>Territorio:</i>						
Gipuzkoa	2,7	43%	27%	17%	8%	6%
Bizkaia	1,2	80%	9%	4%	4%	3%
Araba	0,2	94%	6%	0%	0%	0%
<i>Zona sociolingüística:</i>						
1 ^a zona	8,0	2%	0%	23%	26%	49%
2 ^a zona	3,6	28%	26%	26%	17%	4%
3 ^a zona	0,9	73%	23%	4%	0%	0%
4 ^a zona	0,3	92%	7%	1%	0%	0%

El uso del euskera en los restaurantes y bares por territorio y zona sociolíngüística es muy parecido al uso en los comercios al por menor.

Al analizar el uso en restaurantes y bares por separado, en todos los colectivos el uso del euskera en los restaurantes es claramente superior, salvo en la 1^a zona sociolíngüística, donde el uso en los bares es algo mayor, probablemente porque en esa zona el porcentaje de euskaldunes también es algo mayor en los bares.

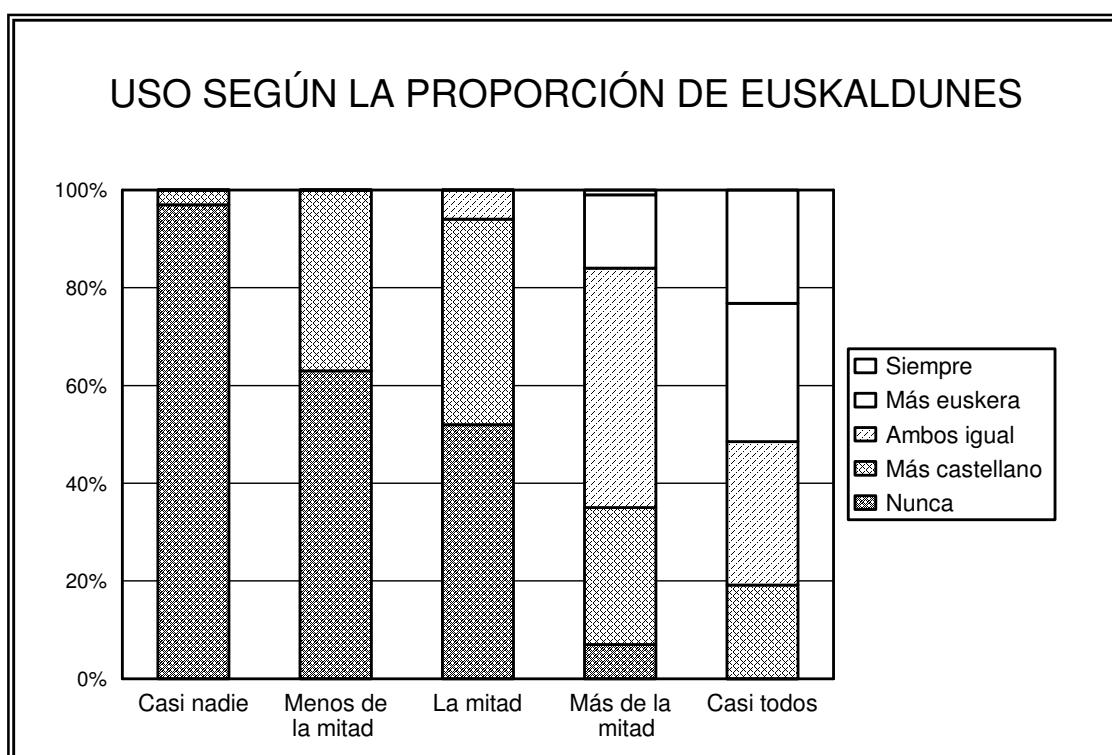


RELACIÓN ENTRE USO ORAL Y COMPETENCIA LINGÜÍSTICA.

Como en el caso de los comercios al por menor, la relación entre el uso oral del euskera y el porcentaje de euskaldunes en el establecimiento es muy estrecha, pues el coeficiente de correlación entre ambas variables es muy alto, 0,85.

Ahora bien, como se puede observar en el gráfico, mientras la correlación es perfecta en un sentido – la proporción de uso no supera a la proporción de euskaldunes en el establecimiento –, no lo es tanto en el otro – no siempre se usa en la medida en que lo permite la proporción de euskaldunes en el establecimiento –, aunque habría que tener en cuenta también la proporción de euskaldunes entre los clientes.

Así, por ejemplo, cuando más de la mitad del personal es euskaldun, en el 7% de los establecimientos se habla solo en castellano y en el 28% más en castellano, y cuando todo el personal es euskaldun, en el 19% se habla más en castellano y en el 29% en ambos idiomas por igual.



USO SEGÚN LA PROPORCIÓN DE EUSKALDUNES EN EL ESTABLECIMIENTO

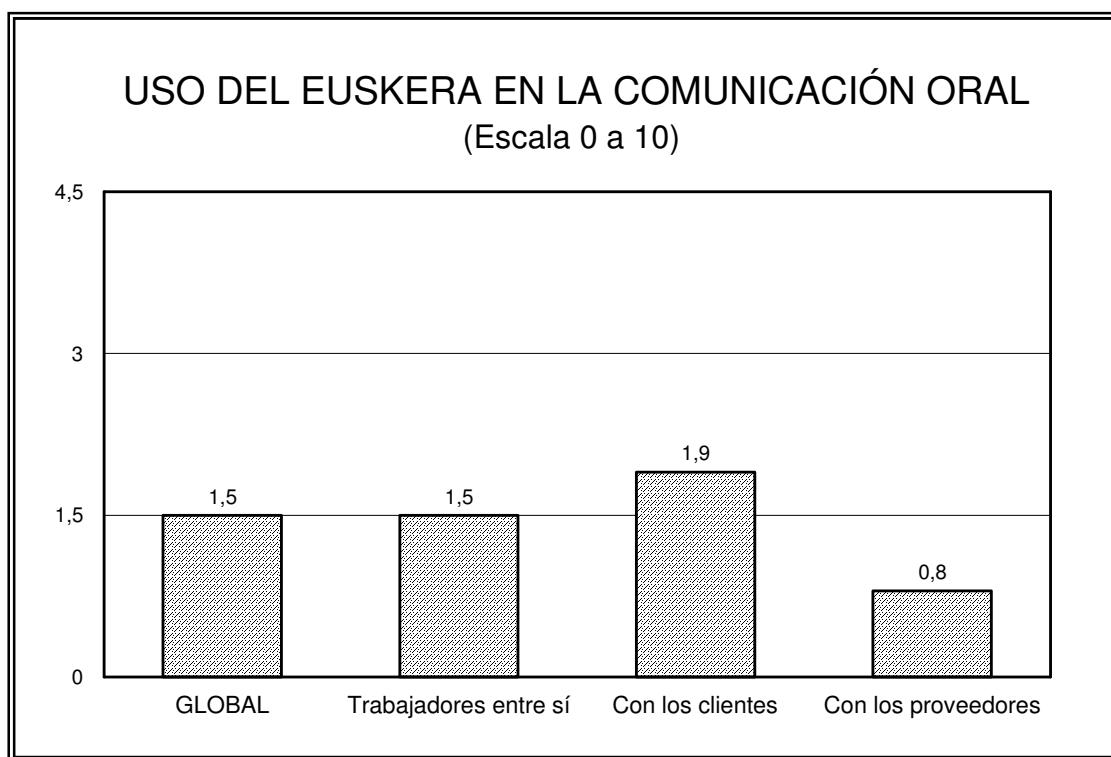
% Verticales	Casi nadie	Menos de la mitad	La mitad	Más de la mitad	Casi todos
Siempre en euskera	0%	0%	0%	1%	23%
Más en euskera	0%	0%	0%	15%	28%
En ambos igual	0%	0%	6%	49%	29%
Más en castellano	3%	37%	42%	28%	19%
Nunca en euskera	97%	63%	52%	7%	0%

USO ORAL DEL EUSKERA EN ÁMBITOS ESPECÍFICOS.

Tras analizar el uso global del euskera en la comunicación oral en el conjunto de las actividades del establecimiento, se va a analizar a continuación el uso en tres ámbitos específicos: de los trabajadores del establecimiento entre sí, con los clientes y con los proveedores.

El uso oral del euskera en los tres ámbitos considerados es muy pequeño, al igual que el uso global, pero varía sensiblemente de un ámbito a otro:

- El uso con los clientes, con 1,9 puntos como media, es algo mayor que el global.
- El uso de los trabajadores entre sí, con 1,5 puntos, es igual que el global.
- Y el uso con los proveedores, con 0,8 puntos, es sensiblemente menor.



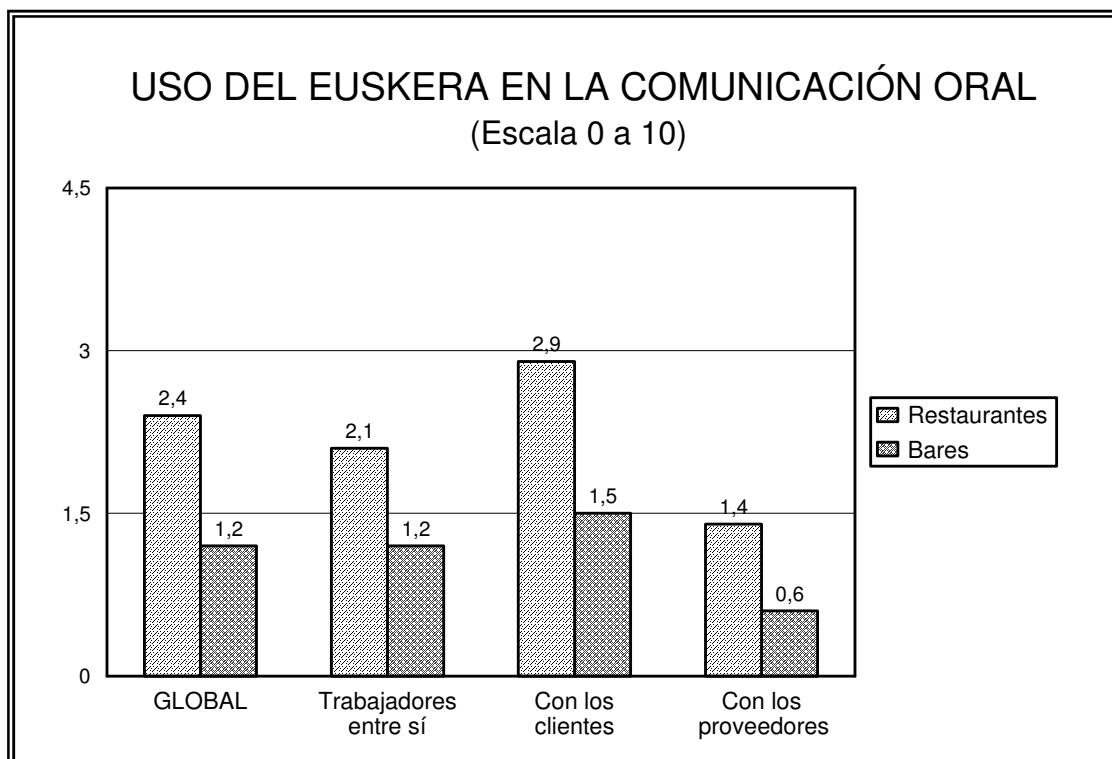
La correlación entre el uso oral global y el uso en los diferentes ámbitos es muy alta con el uso con los clientes, 0,96, y con el de los trabajadores entre sí, 0,93, y algo menor con el uso con los proveedores, 0,82.

Tras aplicar un análisis factorial para transformar los usos en los diferentes ámbitos en variables independientes entre sí, se ha comprobado que el uso con los clientes explica el 42% del uso oral global, el uso de los trabajadores entre sí el 35% y el uso con los proveedores el 20%. Al comparar con los comercios, disminuye el peso del uso con los clientes y aumenta el del uso con los proveedores.

Esto significa que a la hora de evaluar el uso global en la comunicación oral, las personas entrevistadas han tenido en cuenta el uso en los tres ámbitos, pero principalmente el uso con los clientes y el de los trabajadores entre sí.

Ahora bien, al igual que sucedía con el uso global oral, el uso en los restaurantes duplica al uso en los bares en los tres ámbitos.

En los restaurantes de categoría “especial”, el uso en los tres ámbitos es mayor todavía, con 3,1 puntos en el uso de los trabajadores entre sí, 3,5 en el uso con los clientes y 2,3 en el uso con los proveedores.



En los restaurantes, no utilizan nunca el euskera el 43% con los clientes, el 65% los trabajadores entre sí y el 72% con los proveedores. Y lo utilizan más que el castellano el 17% con los clientes, el 14% los trabajadores entre sí y el 5% con los proveedores.

Y en los bares, no utilizan nunca el euskera el 70% con los clientes, el 83% los trabajadores entre sí y el 89% con los proveedores. Y lo utilizan más que el castellano el 8% con los clientes, el 10% los trabajadores entre sí y el 2% con los proveedores.

USO ORAL DEL EUSKERA EN ÁMBITOS ESPECÍFICOS

% Verticales	Trabajadores entre sí		Con los clientes		Con los proveedores	
	Restaur.	Bares	Restaur.	Bares	Restaur.	Bares
Siempre en euskera	9%	7%	7%	5%	3%	1%
Más en euskera	5%	3%	10%	3%	2%	1%
En ambos igual	12%	4%	23%	9%	13%	6%
Más en castellano	9%	3%	18%	14%	10%	4%
Nunca en euskera	65%	83%	43%	70%	72%	89%

En función del tamaño de los establecimientos, en los tres ámbitos el uso del euskera es menor en los que tienen uno o dos trabajadores que en los que tienen más de dos, en gran parte debido a que los bares, que lo usan menos, son más pequeños. Sin embargo, al analizar restaurantes y bares por separado, no hay grandes diferencias en el uso en función del tamaño, salvo en el caso del uso con los clientes en los bares, que es menor en los bares más pequeños.

En función del territorio y la zona sociolingüística las variaciones son importantes y se mantienen las tendencias descritas al analizar el uso global, mayor uso en Gipuzkoa y en las zonas euskaldunes.

En la 1^a zona sociolingüística hablan casi siempre en euskera los trabajadores entre sí (8,7) y con los clientes (8,5), y en la 2^a zona el uso del euskera con los clientes, aunque disminuye mucho, sigue siendo relativamente alto (4,4), pero no sucede lo mismo con el uso de los trabajadores entre sí (3,2).

Además, en la 1^a zona sociolingüística el uso de los trabajadores entre sí (8,7) es algo mayor que con los clientes (8,5), debido a que el uso de los trabajadores entre sí en los bares (9,4) es considerablemente mayor que en los restaurantes (7,7).

USO ORAL DEL EUSKERA EN ÁMBITOS ESPECÍFICOS (Escala de 0 a 10)

<i>Medias</i>	<i>GLOBAL</i>	<i>Trabajadores entre sí</i>	<i>Con los clientes</i>	<i>Con los proveedores</i>
<i>Nº de trabajadores:</i>				
1 – 2	1,3	1,3	1,6	0,7
3 – 5	2,2	1,9	2,6	0,9
6 – 9	2,1	1,9	2,5	1,1
> 9	2,4	2,0	2,8	1,3
<i>Territorio:</i>				
Gipuzkoa	2,7	2,6	3,2	1,4
Bizkaia	1,2	1,1	1,5	0,6
Araba	0,2	0,0	0,5	0,0
<i>Zona sociolingüística:</i>				
1 ^a zona	8,0	8,7	8,5	4,8
2 ^a zona	3,6	3,2	4,4	1,9
3 ^a zona	0,9	0,5	1,2	0,5
4 ^a zona	0,3	0,1	0,5	0,1

3.- USO DEL EUSKERA EN LA COMUNICACIÓN ESCRITA.

El tercer capítulo está dedicado a analizar el uso del euskera en los restaurantes y bares en la comunicación escrita, a partir de la apreciación que tienen las personas entrevistadas sobre su uso en una escala de 0 a 10, en la que el 0 indica que no se usa nunca y el 10 que se usa siempre, solo o junto con el castellano, pues la comunicación escrita puede ser bilingüe.

En primer lugar se va analizar el uso global del euskera en la comunicación escrita en el conjunto de las actividades de los establecimientos y a continuación el uso más específico en la rotulación, los tickets y facturas, las cartas y menús, la publicidad y la página web. Al realizar las entrevistas, con el fin de facilitar las respuestas, se preguntó en primer lugar por el uso escrito en los aspectos concretos y a continuación por el uso escrito en el conjunto de las actividades del establecimiento.

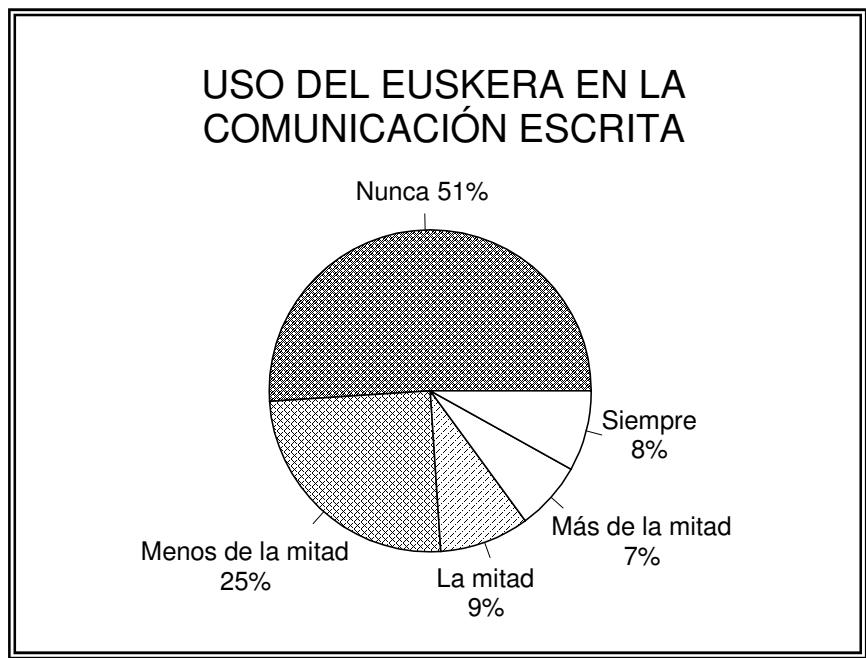
Antes de iniciar el análisis hay que destacar que en la mayoría de los restaurantes y bares se utiliza poco la comunicación escrita y que en muchos casos se limita a la rotulación y a los tickets y facturas. En concreto:

- La totalidad de los establecimientos utilizan tickets y facturas (96%) y/o rotulación externa (97%) o interna (85%).
- La mitad tienen carta y/o menú, aunque con gran diferencia entre restaurantes (86%) y bares (37%).
- También la mitad hacen publicidad escrita, el 62% de los restaurantes y el 45% de los bares.
- Y solamente el 6% tienen página web, el 18% de los restaurantes y el 2% de los bares.

Por otra parte, la utilización de la comunicación escrita aumenta con el tamaño del establecimiento.

El uso del euskera en la comunicación escrita en los restaurantes y bares es muy pequeño, de 2,3 puntos como media en la escala de 0 a 10, 0,8 puntos superior al uso en la comunicación oral (1,5) y 0,3 puntos superior al uso en la comunicación escrita en los comercios al por menor (2,0). En porcentajes:

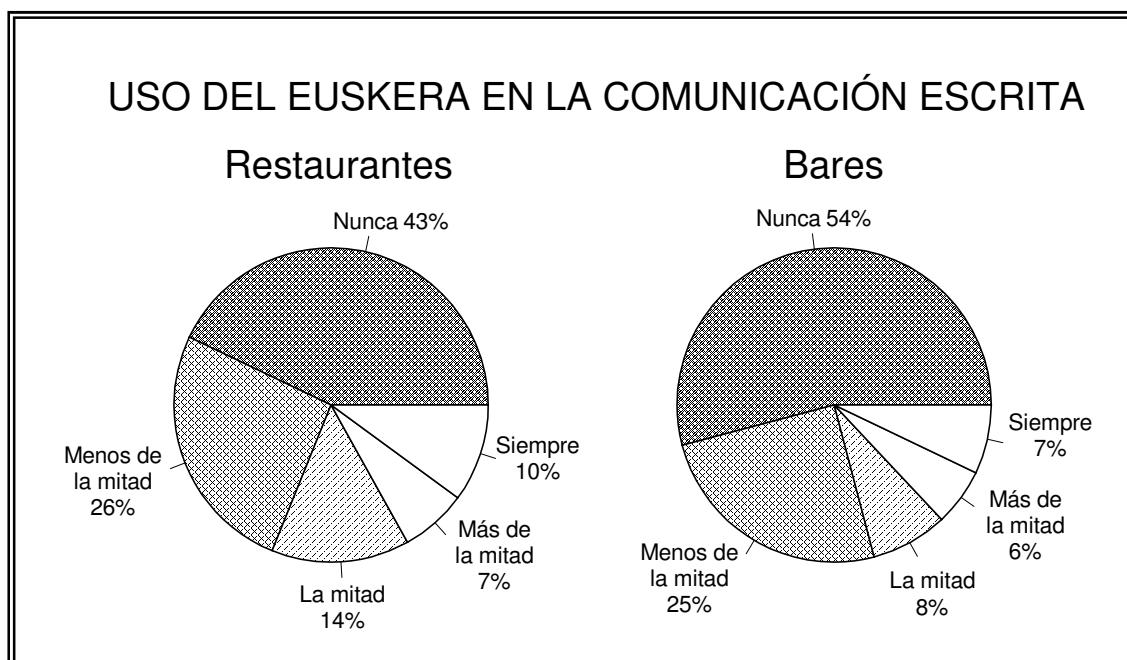
- La mitad de los establecimientos, el 51%, no lo utilizan nunca o casi nunca (0-1 puntos en la escala).
- El 25% lo utilizan algo, en menos de la mitad de los ámbitos (2-3).
- El 9% lo utilizan en la mitad de los ámbitos (4-6).
- El 7% lo utilizan en más de la mitad de los ámbitos (7-8).
- Y el 8% lo utilizan siempre (9-10), solo o junto con el castellano.



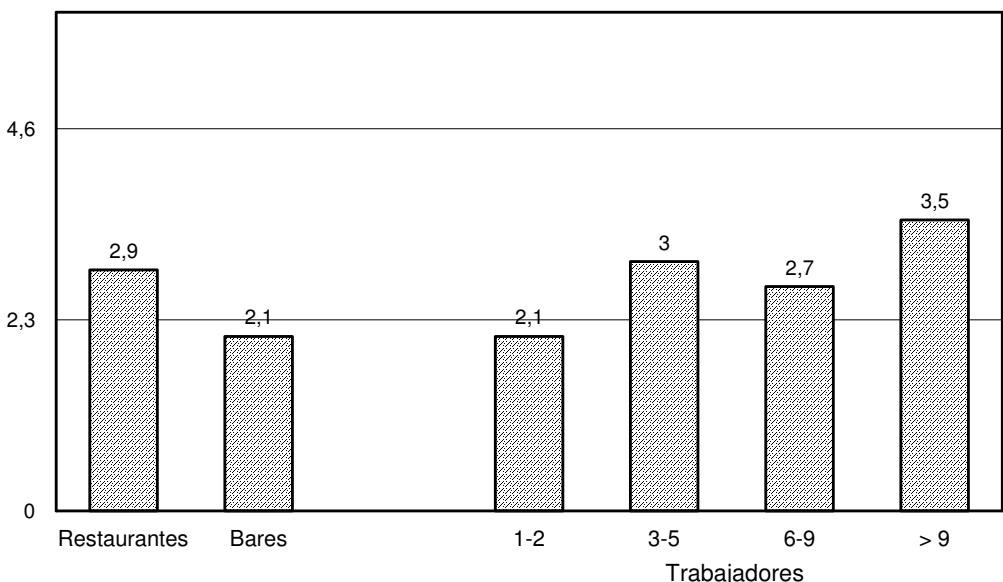
Sin embargo, de nuevo el uso difiere de forma importante entre restaurantes y bares, aunque en menor medida que en la comunicación oral. El uso en los restaurantes, 2,9 puntos, supera al uso en los bares, 2,1 puntos, que es similar al de los comercios al por menor.

En porcentajes, el 43% de los restaurantes no utilizan nunca el euskera frente al 54% de los bares. En el polo opuesto las diferencias son menores, pues utilizan siempre el euskera el 10% de los restaurantes frente al 7% de los bares.

En los restaurantes de categoría “especial” se usa bastante más, 4,5 puntos. El 23% no lo utilizan nunca, el 18% lo utilizan algo, el 33% bastante, el 12% mucho y el 14% siempre.



USO DEL EUSKERA EN LA COMUNICACIÓN ESCRITA (Escala 0 a 10)



USO DEL EUSKERA EN LA COMUNICACIÓN ESCRITA

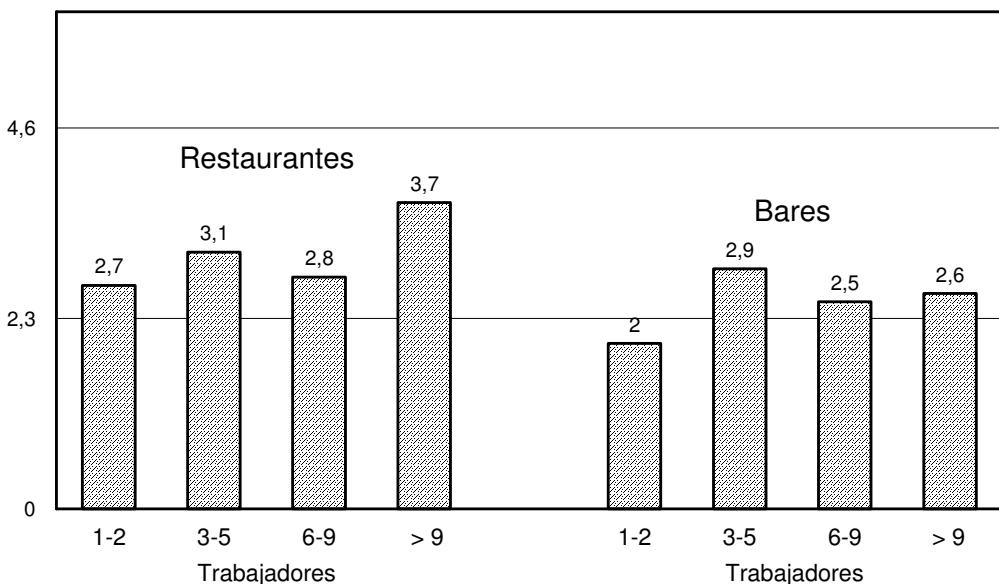
% Horizontales	MEDIA	Nunca	Menos de la mitad	La mitad	Más de la mitad	Siempre
<i>Actividad:</i>						
Restaurantes Categoría especial	2,9 4,5	43% 23%	26% 18%	14% 33%	7% 12%	10% 14%
Bares	2,1	54%	25%	8%	6%	7%
<i>Nº de trabajadores:</i>						
1 – 2	2,1	54%	25%	7%	6%	7%
3 – 5	3,0	43%	25%	15%	7%	11%
6 – 9	2,7	51%	21%	9%	10%	8%
> 9	3,5	33%	23%	27%	9%	8%

Tal como ocurría con el uso en la comunicación oral, el uso es mucho menor en los establecimientos que tienen uno o dos trabajadores que en los que tienen más de dos, pero esta diferencia se produce principalmente en los bares.

En efecto, en los bares pequeños el uso es de 2,0 puntos, aumenta a 2,9 puntos en los de tres a cinco trabajadores, y disminuye en los de más de cinco trabajadores a 2,5 puntos.

Sin embargo, en los restaurantes el uso se mantiene bastante estable en torno a los 2,8 puntos en los que tienen menos de diez trabajadores, con un pico de 3,1 puntos en los de tres a cinco como en los bares, y el aumento importante se produce en los de diez o más trabajadores, alcanzando los 3,7 puntos.

USO DEL EUSKERA EN LA COMUNICACIÓN ESCRITA (Escala 0 a 10)



Por territorios, el uso es muy pequeño en Araba, 0,8 puntos, e incluso en Bizkaia, 1,8 puntos, y tiene cierta importancia en Gipuzkoa, 4,0 puntos.

No utilizan nunca el euskera el 33% de los establecimientos de Gipuzkoa, el 55% de los de Bizkaia y el 79% de los de Araba. Y lo utilizan siempre el 18% de los de Gipuzkoa, el 4% de los de Bizkaia y el 0% de los de Araba.

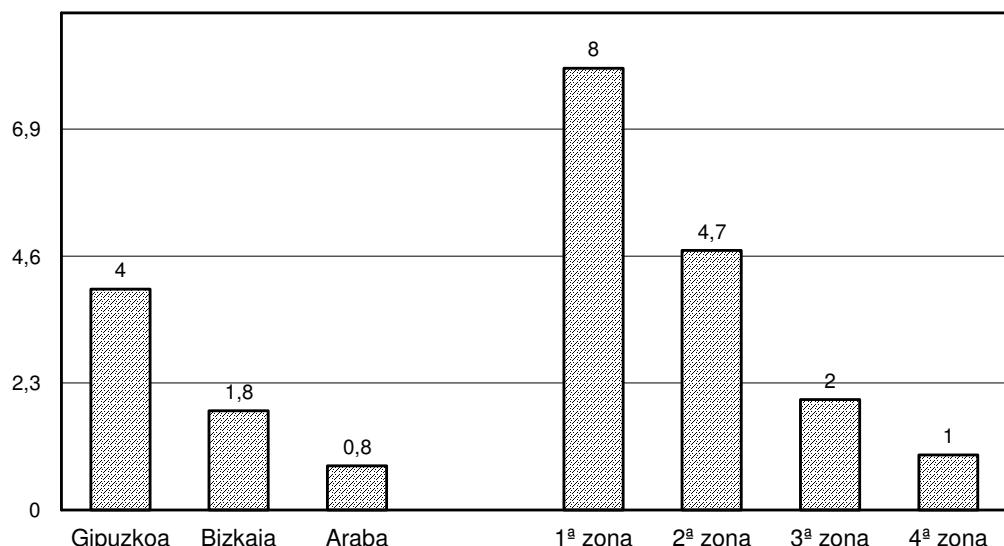
Las diferencias son mayores por zonas sociolingüísticas, el uso del euskera es muy pequeño en la 4^a zona, 1,0 puntos, e incluso en la 3^a, 2,0 puntos, tiene cierta importancia en la 2^a, 4,7 puntos, y es muy elevado en la 1^a, 8,0 puntos.

Llama la atención el poco uso que se hace del euskera escrito en la 3^a zona sociolingüística, en la mitad de los establecimientos no se utiliza nunca y solamente en el 5% se utiliza siempre.

USO DEL EUSKERA EN LA COMUNICACIÓN ESCRITA

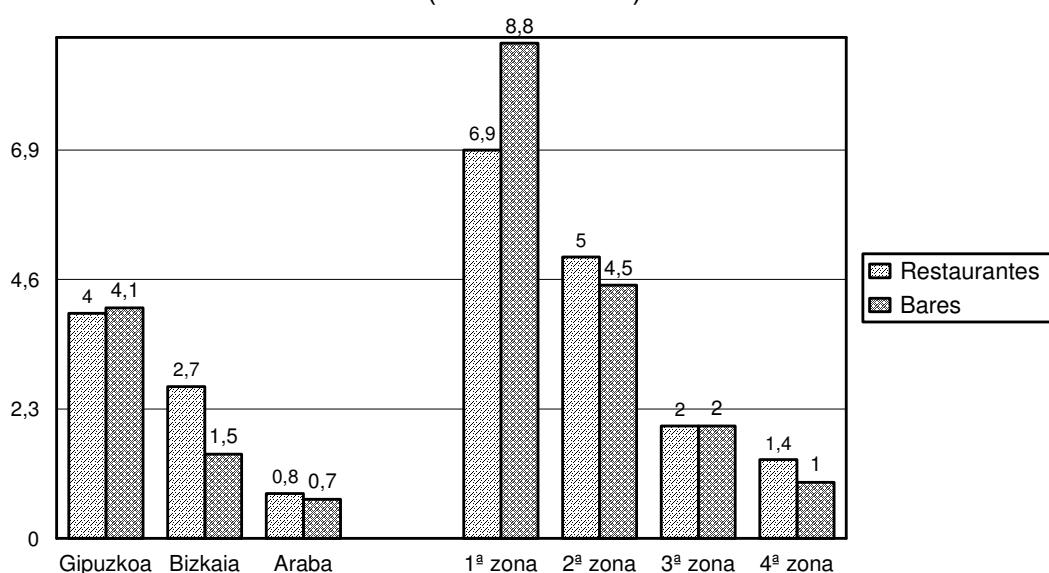
% Horizontales	MEDIA	Nunca	Menos de la mitad	La mitad	Más de la mitad	Siempre
<i>Territorio:</i>						
Gipuzkoa	4,0	33%	23%	11%	14%	18%
Bizkaia	1,8	55%	29%	9%	4%	4%
Araba	0,8	79%	13%	8%	0%	0%
<i>Zona sociolingüística:</i>						
1 ^a zona	8,0	8%	4%	6%	30%	53%
2 ^a zona	4,7	22%	23%	20%	17%	19%
3 ^a zona	2,0	50%	35%	4%	6%	5%
4 ^a zona	1,0	68%	23%	8%	0%	0%

USO DEL EUSKERA EN LA COMUNICACIÓN ESCRITA (Escala 0 a 10)



Al analizar el uso escrito en restaurantes y bares por separado, se observa que, al contrario de lo que sucedía en el uso oral, no hay grandes diferencias en los resultados por territorio y zona sociolingüística. Incluso en la 1^a zona el uso en los bares, 8,8 puntos, es muy superior al uso en los restaurantes, 6,9 puntos.

USO DEL EUSKERA EN LA COMUNICACIÓN ESCRITA (Escala 0 a 10)

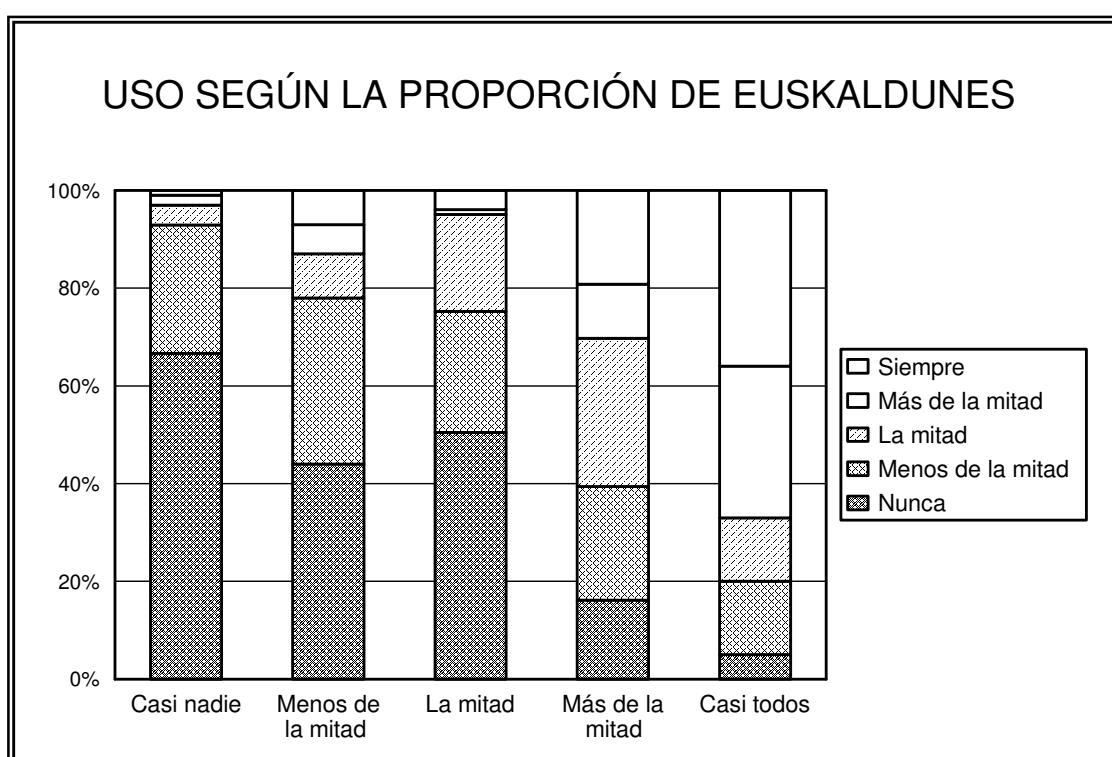


RELACIÓN ENTRE USO ESCRITO Y COMPETENCIA LINGÜÍSTICA.

Aunque en principio no tendría porqué ser forzosamente así, existe relación entre el uso del euskera en la comunicación escrita y el porcentaje de euskaldunes en el establecimiento. El coeficiente de correlación es alto, 0,63, aunque muy inferior al que existía con el uso en la comunicación oral, que era 0,85.

Así, no utilizan nunca el euskera en la comunicación escrita el 66% de los establecimientos en los que nadie sabe euskera, el 44% de aquellos en los que saben menos de la mitad, el 51% de aquellos en los que saben la mitad, el 16% de aquellos en los que saben más de la mitad y el 5% de aquellos en los que saben todos.

En el polo opuesto, utilizan siempre el euskera el 1% de los establecimientos en los que nadie sabe euskera, el 7% de aquellos en los que saben menos de la mitad, el 4% de aquellos en los que saben la mitad, el 19% de aquellos en los que saben más de la mitad y el 36% de aquellos en los que saben todos.



USO SEGÚN LA PROPORCIÓN DE EUSKALDUNES EN EL ESTABLECIMIENTO

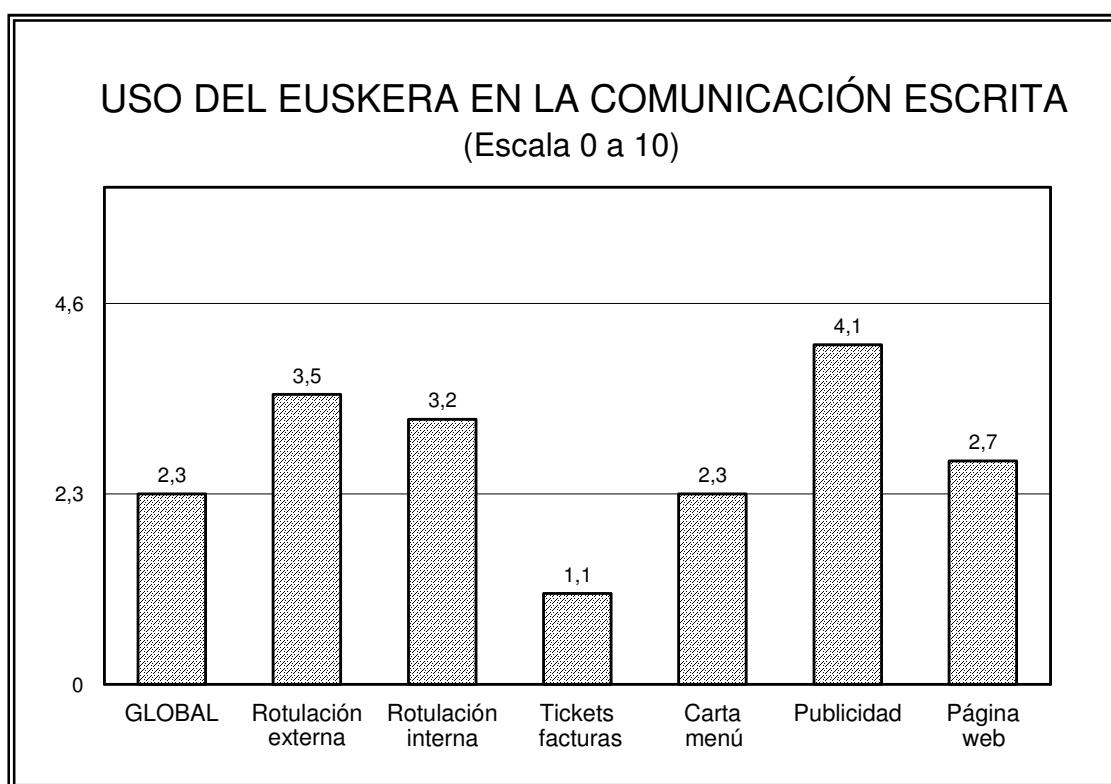
% Verticales	Casi nadie	Menos de la mitad	La mitad	Más de la mitad	Casi todos
Siempre	1%	7%	4%	19%	36%
Más de la mitad	2%	6%	1%	11%	31%
La mitad	4%	9%	20%	30%	13%
Menos de la mitad	26%	34%	25%	23%	15%
Nunca en euskera	66%	44%	51%	16%	5%

USO ESCRITO DEL EUSKERA EN ÁMBITOS ESPECÍFICOS.

Tras analizar el uso global del euskera en la comunicación escrita en el conjunto de las actividades del establecimiento, se va a analizar a continuación el uso en los seis ámbitos considerados.

El uso oral del euskera varía sensiblemente de un ámbito a otro:

- Tiene cierta importancia en la publicidad, 4,1 puntos como media, e incluso en la rotulación externa, 3,5 puntos, y en la interna, 3,2 puntos.
- Es superior al uso global en la página web, con 2,7 puntos.
- Es igual al uso global en las cartas y/o menús, con 2,3 puntos.
- Y es claramente inferior al uso global en los tickets y facturas, con 1,1 puntos.

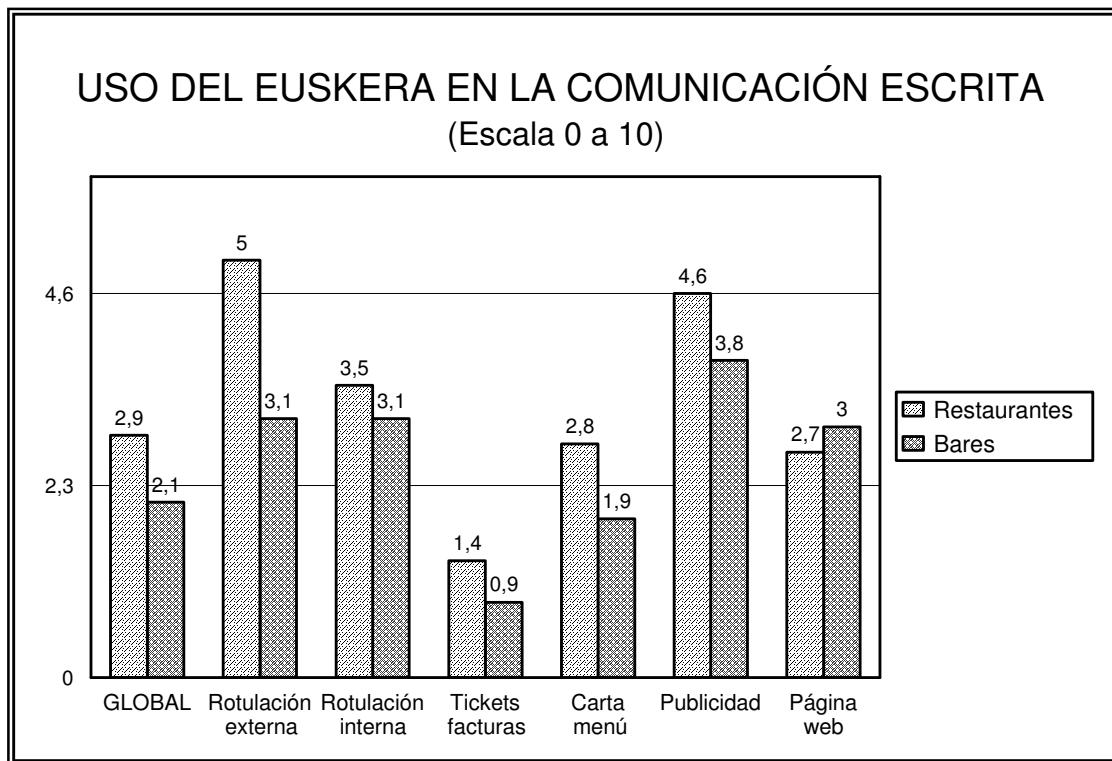


La correlación entre el uso escrito global y el uso en los diferentes ámbitos es muy alta con el uso en la rotulación interna, 0,82, en los tickets y facturas, 0,81, y en la publicidad, 0,80, algo menor con el uso en la rotulación externa, 0,74, y las cartas y menús, 0,73, y sensiblemente menor con el uso en la página web, 0,50.

Como aproximadamente la mitad de los establecimientos solo utilizan la comunicación escrita en la rotulación y en los tickets y facturas, el uso en esos ámbitos es el que más contribuye a definir el uso global.

Ahora bien, al igual que sucedía en el uso global oral, el uso en los restaurantes es sensiblemente mayor que el uso en los bares en casi todos los ámbitos, en especial en la rotulación externa, 5,0 puntos frente a 3,1.

Además, en los restaurantes de categoría “especial” el uso es mayor todavía, 5,9 en la rotulación externa, 5,8 en la interna, 5,7 en las cartas y menús, 5,2 en la publicidad, 3,1 en la página web y 2,5 en los tickets y facturas.



En los restaurantes, no utilizan nunca el euskera el 49% en la publicidad, el 48% en la rotulación externa y el 53% en la interna, el 67% en la página web, el 70% en la carta o menú y el 81% en los tickets y facturas. Y lo utilizan siempre el 41% en la publicidad, el 48% en la rotulación externa y el 27% en la interna, el 20% en la página web, el 26% en la carta o menú y el 11% en los tickets y facturas.

Y en los bares, no utilizan nunca el euskera el 55% en la publicidad, el 67% en la rotulación externa y el 58% en la interna, el 69% en la página web, el 80% en la carta o menú y el 87% en los tickets y facturas. Y lo utilizan siempre el 32% en la publicidad, el 29% en la rotulación externa y el 22% en la interna, el 29% en la página web, el 17% en la carta o menú y el 6% en los tickets y facturas.

USO ESCRITO DEL EUSKERA EN ÁMBITOS ESPECÍFICOS

% Verticales	Rotulación externa		Rotulación interna		Tickets, facturas		Carta, menú		Publicidad		Página web	
	Rest.	Bares	Rest.	Bares	Rest.	Bares	Rest.	Bares	Rest.	Bares	Rest.	Bares
Siempre	48%	29%	27%	22%	11%	6%	26%	17%	41%	32%	20%	29%
Más de la mitad	0%	0%	1%	3%	0%	1%	1%	2%	1%	0%	0%	0%
La mitad	4%	3%	10%	10%	6%	4%	3%	1%	9%	10%	13%	2%
Menos de la mitad	0%	1%	10%	7%	3%	2%	0%	0%	1%	2%	0%	0%
Nunca	48%	67%	53%	58%	81%	87%	70%	80%	49%	55%	67%	69%

En función del tamaño de los establecimientos, en los seis ámbitos el menor uso del euskera corresponde a los establecimientos más pequeños, aumenta entre los de tres a cinco trabajadores, se estabiliza o disminuye entre los de seis a nueve y aumenta de nuevo entre los de diez o más trabajadores, que son los que más lo usan, aunque gran parte de esa diferencia es debida a que los bares, que lo usan menos, son más pequeños.

Al analizar restaurantes y bares por separado, en general se mantiene en los dos colectivos la tendencia descrita, aunque en ambos colectivos las diferencias en el uso por tamaño son menores, especialmente en el caso de los bares.

En función del territorio y la zona sociolingüística las variaciones son importantes y se mantienen las tendencias descritas al analizar el uso global, mayor uso en Gipuzkoa y en las zonas euskaldunes.

En Gipuzkoa más de la mitad de los establecimientos utilizan siempre el euskera en la rotulación externa y en la publicidad, y la tercera parte en la rotulación interna y en las cartas y menús.

En la 1^a zona sociolingüística casi todos los establecimientos utilizan siempre el euskera en la rotulación y la publicidad, la mayoría en las cartas y menús y casi la mitad en los tickets y facturas.

En la 2^a zona más de la mitad de los establecimientos utilizan siempre el euskera en la rotulación externa y la publicidad, y la mitad en la rotulación interna y en las cartas y menús.

Y en la 3^a y 4^a zonas, el uso solamente es significativo en la rotulación externa y en la publicidad.

USO ESCRITO DEL EUSKERA EN ÁMBITOS ESPECÍFICOS (Escala de 0 a 10)

Medias	GLOBAL	Rotulación externa	Rotulación interna	Tickets, facturas	Carta, menú	Publicidad
<i>Nº de trabajadores:</i>						
1 – 2	2,1	3,3	3,0	0,9	1,9	3,9
3 – 5	3,0	4,3	3,8	1,5	2,7	4,4
6 – 9	2,7	3,5	3,6	1,7	2,8	3,4
> 9	3,5	4,4	4,2	1,7	4,1	4,7
<i>Territorio:</i>						
Gipuzkoa	4,0	5,4	4,8	2,4	4,1	6,2
Bizkaia	1,8	3,2	2,5	0,5	1,3	3,7
Araba	0,8	0,9	1,9	0,1	0,4	0,6
<i>Zona sociolingüística:</i>						
1 ^a zona	8,0	9,8	8,9	4,5	7,0	9,8
2 ^a zona	4,7	6,9	5,8	2,6	5,7	6,1
3 ^a zona	2,0	3,2	2,7	0,8	1,3	4,7
4 ^a zona	1,0	1,8	1,8	0,3	0,4	2,0

No se han incluido los resultados del uso del euskera en la página web porque al ser pocos los establecimientos que la tienen, los resultados por colectivos pueden ser muy inestables.

4.- USO GLOBAL DEL EUSKERA: TIPOLOGÍA DE USO ORAL Y ESCRITO.

Una vez analizado de forma independiente el uso del euskera en la comunicación oral y el uso en la comunicación escrita en los restaurantes y bares, en este capítulo se va a analizar el uso global del euskera considerando simultáneamente el uso oral y el escrito.

Antes de iniciar el análisis hay que destacar de nuevo que en la mayoría de los establecimientos se utiliza poco la comunicación escrita y que en aproximadamente la mitad se limita a la rotulación y a los tickets y facturas.

Como se ha visto en los dos capítulos anteriores, el uso del euskera, tanto en la comunicación oral como en la escrita, es muy pequeño y, además, existe bastante relación entre el uso en los dos tipos de comunicación. Sin embargo, 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.

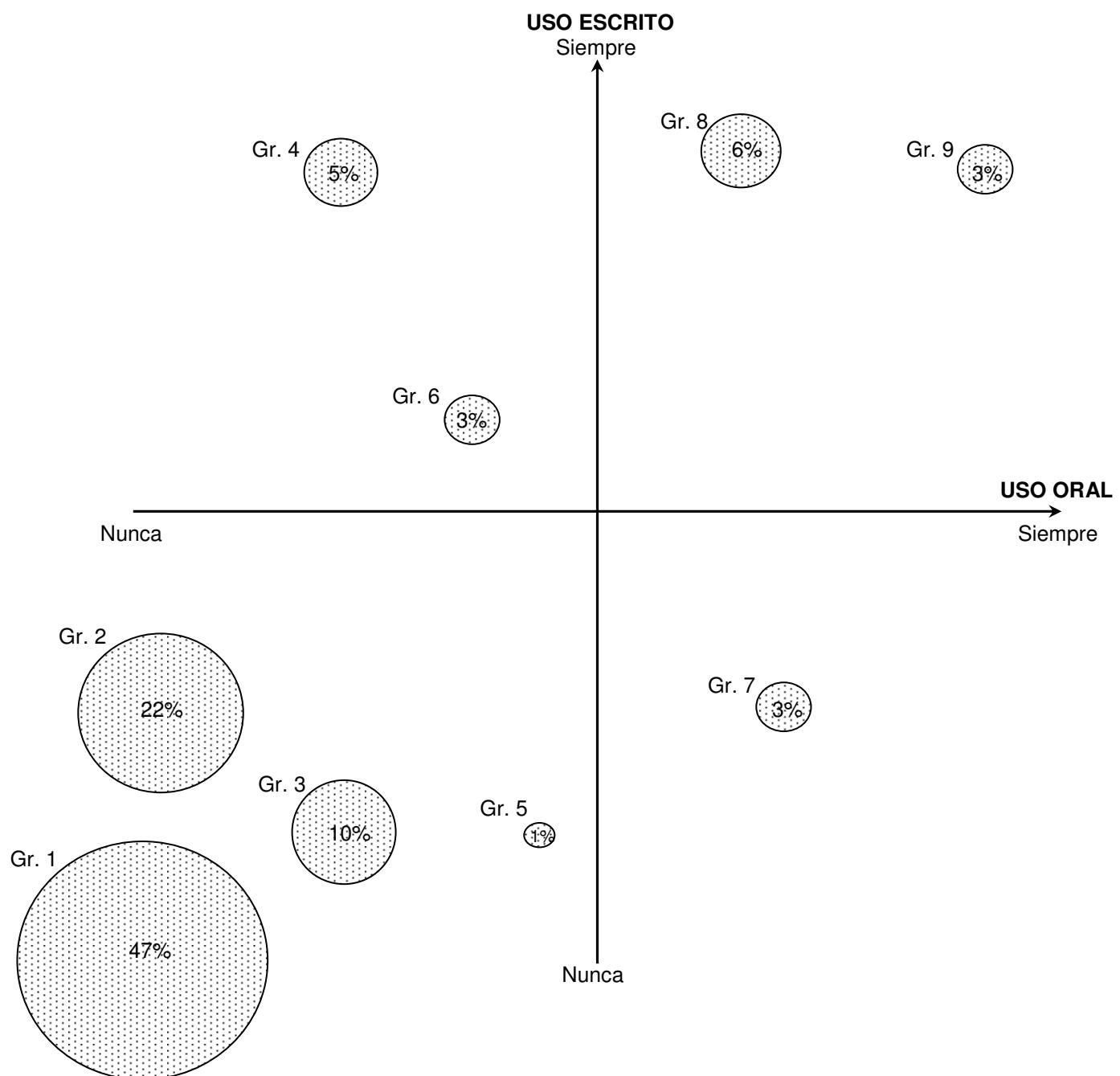
Con el fin de detectar las combinaciones que se dan en el uso del euskera en la comunicación oral y en la escrita, se ha elaborado una tipología de uso que consta de nueve grupos de establecimientos que aparecen representados en el gráfico de la página siguiente.

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.

Como se puede ver claramente en el gráfico, casi la mitad de los establecimientos, el 47%, pertenecen al Grupo 1, formado por aquellos que no utilizan nunca el euskera ni en la comunicación oral ni en la escrita, y cuatro de cada cinco (grupos 1, 2 y 3) se encuentran en el ángulo inferior izquierdo del tercer cuadrante, espacio ocupado por los establecimientos en los que el uso del euskera es muy pequeño tanto en la comunicación oral como en la escrita.

TIPOLOGÍA DE USO ORAL Y ESCRITO DEL EUSKERA

<i>Medias</i>	<i>TOTAL</i>	<i>Gr. 1</i>	<i>Gr. 2</i>	<i>Gr. 3</i>	<i>Gr. 4</i>	<i>Gr. 5</i>	<i>Gr. 6</i>	<i>Gr. 7</i>	<i>Gr. 8</i>	<i>Gr. 9</i>
Porcentaje sobre el total	100%	47%	22%	10%	5%	1%	3%	3%	6%	3%
Uso oral	2,0	0,1	0,3	2,2	2,2	4,6	4,0	7,2	6,5	9,6
Uso escrito	2,3	0,1	2,7	1,9	8,5	1,8	6,1	2,7	8,7	8,5



Como se puede observar, la tipología no difiere mucho de la obtenida en el caso de los comercios al por menor, aunque sí existen ciertas diferencias.

Los dos primeros grupos los forman los establecimientos que no utilizan el euskera en la comunicación oral y constituyen el 69% del total. Ambos grupos están compuestos en su inmensa mayoría, más del 80%, por bares pequeños, de uno o dos trabajadores, situados en la 3^a y 4^a zona sociolingüística, principalmente en la 4^a.

1. **Grupo 1** (47% del total). Es el grupo más numeroso y lo integran los establecimientos que no utilizan nunca el euskera ni en la comunicación oral (0,1) ni en la escrita (0,1).

2. **Grupo 2** (22%). Es el segundo grupo más numeroso y lo forman los establecimientos que no utilizan nunca el euskera en la comunicación oral (0,3), pero que lo utilizan algo en la escrita (2,7).

Los dos siguientes grupos corresponden a establecimientos que utilizan algo el euskera en la comunicación oral (2,2 puntos como media) y constituyen el 15% del total.

3. **Grupo 3** (10%). Utilizan algo el euskera tanto en la comunicación oral (2,2) como en la escrita (1,9).

Mitad bares y mitad restaurantes, la gran mayoría de los bares son pequeños y la de los restaurantes de más de dos trabajadores, están situados en todas las zonas sociolingüísticas, salvo en la 1^a.

4. **Grupo 4** (5%). Utilizan algo el euskera en la comunicación oral (2,2) y siempre o casi siempre en la escrita (8,5).

La inmensa mayoría son bares (85%), no todos pequeños, situados en la 2^a y 3^a zonas sociolingüísticas, principalmente en Gipuzkoa (82%).

Los dos siguientes grupos los componen los establecimientos que utilizan bastante el euskera, aunque algo menos que el castellano, en la comunicación oral (en torno a los 4 puntos como media) y solamente constituyen el 4% del total. La gran mayoría (70%) están situados en la 2^a zona sociolingüística y el resto principalmente en la 3^a.

5. **Grupo 5** (1%). Es el grupo menos numeroso y lo forman los establecimientos que utilizan el euskera casi tanto como el castellano en la comunicación oral (4,6) y poco en la comunicación escrita (1,8).

Casi todos son restaurantes (95%) de más de dos trabajadores (la tercera parte de más de cinco) y las dos terceras partes están situados en Gipuzkoa y la tercera parte restante en Bizkaia.

6. **Grupo 6** (3%). Utilizan bastante el euskera, aunque menos que el castellano, en la comunicación oral (4,0) y mucho en la comunicación escrita (6,1).

Mitad bares y mitad restaurantes, la gran mayoría de los bares son pequeños y la de los restaurantes de más de dos trabajadores, están situados la mitad en Gipuzkoa y la otra mitad en Bizkaia.

Los dos siguientes grupos corresponden a establecimientos que utilizan el euskera más que el castellano en la comunicación oral (en torno a los 7 puntos como media) y constituyen el 9% del total. Las dos terceras partes están situados en la 2^a zona sociolingüística y la tercera parte restante en la 1^a.

7. **Grupo 7** (3%). Utilizan el euskera más que el castellano en la comunicación oral (7,2) y poco en la comunicación escrita (2,7).

Mitad bares y mitad restaurantes, la gran mayoría de los bares y parte de los restaurantes son pequeños, las dos terceras partes están situados en Bizkaia y la tercera parte restante en Gipuzkoa.

8. **Grupo 8** (6%). Utilizan el euskera más que el castellano en la comunicación oral (6,5) y siempre o casi siempre en la comunicación escrita (8,7).

Más restaurantes que bares, la gran mayoría de los bares y parte de los restaurantes son pequeños, las dos terceras partes están situados en Gipuzkoa y la tercera parte restante en Bizkaia.

Por último:

9. **Grupo 9** (3%). Utilizan siempre el euskera en la comunicación oral (9,6) y siempre o casi siempre en la comunicación escrita (8,5).

Las dos terceras partes son restaurantes y la tercera parte restante bares, casi todos muy pequeños y situados en la 1^a zona sociolingüística (algunos en la 2^a), la mitad en Gipuzkoa y la otra mitad en Bizkaia.

Los restaurantes de categoría “especial” se distribuyen por todos los grupos de la tipología, pero principalmente se encuentran en los grupos 6, el 26%, 8, el 17%, y 1, el 17%.

TIPOLOGÍA DE USO ORAL Y ESCRITO DEL EUSKERA

% Verticales	TOTAL	Gr. 1	Gr. 2	Gr. 3	Gr. 4	Gr. 5	Gr. 6	Gr. 7	Gr. 8	Gr. 9
Porcentaje sobre el total	100%	47%	22%	10%	5%	1%	3%	3%	6%	3%
<i>Actividad:</i>										
Restaurantes	24%	16%	18%	47%	15%	95%	47%	47%	39%	33%
Bares	76%	84%	82%	53%	85%	5%	53%	53%	61%	67%
<i>Nº de trabajadores:</i>										
1 – 2	76%	82%	83%	59%	75%	0%	45%	60%	58%	89%
3 – 5	18%	13%	13%	30%	16%	66%	38%	31%	32%	10%
6 – 9	3%	3%	2%	6%	3%	18%	5%	3%	8%	0%
> 9	3%	2%	2%	5%	6%	16%	12%	6%	2%	1%
<i>Territorio:</i>										
Gipuzkoa	31%	17%	19%	55%	82%	64%	47%	36%	70%	52%
Bizkaia	56%	61%	71%	37%	17%	36%	53%	64%	29%	48%
Araba	13%	22%	11%	8%	1%	0%	0%	0%	0%	0%
<i>Zona sociolingüística:</i>										
1 ^a zona	5%	0%	0%	0%	2%	11%	0%	25%	34%	79%
2 ^a zona	19%	8%	8%	24%	51%	68%	73%	75%	61%	21%
3 ^a zona	24%	21%	31%	41%	41%	19%	19%	0%	5%	0%
4 ^a zona	51%	71%	62%	35%	6%	3%	9%	0%	0%	0%

5.- VALORACIONES SOBRE EL USO DEL EUSKERA.

Al preguntar a las personas entrevistadas si consideran insuficiente o adecuado el uso del euskera en su establecimiento, la puntuación media obtenida en la escala de 0 (muy insuficiente) a 10 (muy adecuado) es de 3,6 puntos, que se corresponde con que el 10% lo consideran muy adecuado (9-10), el 8% adecuado (7-8), el 28% ni adecuado ni insuficiente (4-6), el 20% insuficiente (2-3) y el 33% muy insuficiente (0-1).

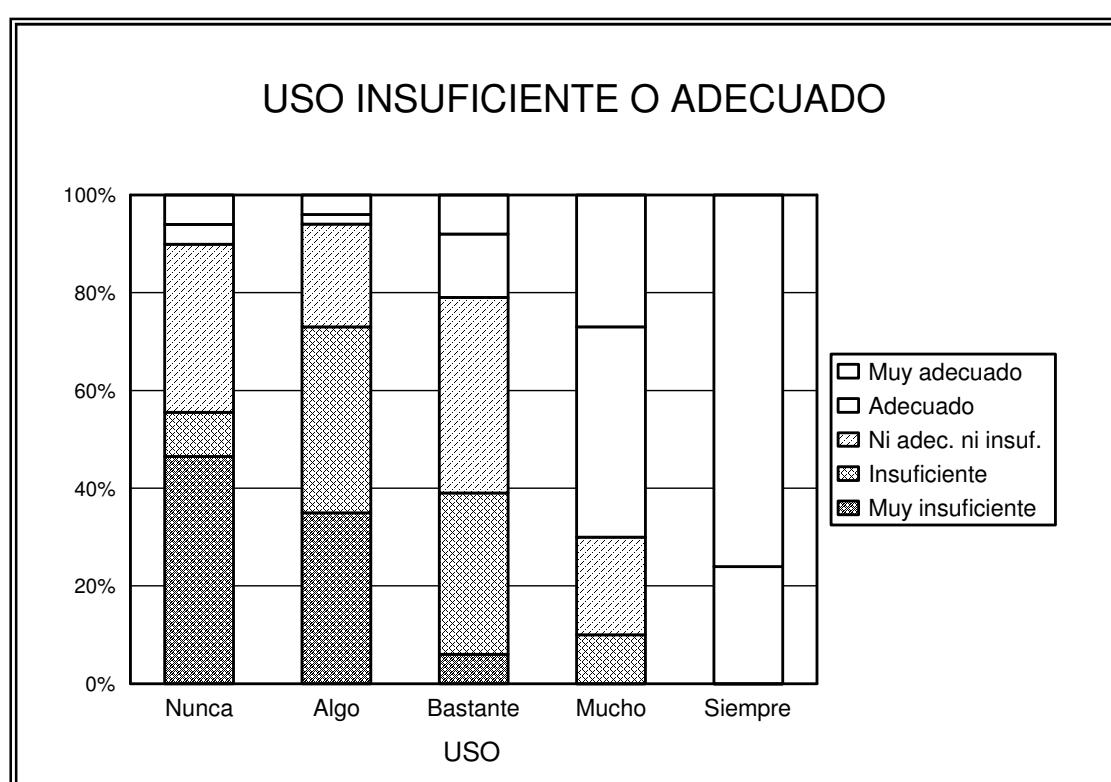
Es decir, que la quinta parte, el 18%, lo consideran adecuado y la mitad, el 53%, insuficiente, proporciones similares a las obtenidas entre los comercios.

Entre los restaurantes, que utilizan más el euskera, el 24% lo consideran adecuado frente al 16% entre los bares.

Ahora bien, los resultados tienen mayor validez si se analizan en función del uso global del euskera en el establecimiento.

Hay bastante coherencia en las respuestas, a pesar de que lo consideren adecuado el 10% de los establecimientos que no lo utilizan nunca y el 6% de los que solamente lo utilizan algo. En los demás colectivos, lo consideran adecuado el 21% de los que lo utilizan bastante, el 70% de los que lo utilizan mucho y el 100% de los que lo utilizan siempre.

Y lo consideran insuficiente el 55% de los establecimientos que no lo utilizan nunca, el 73% de los que lo utilizan algo, el 39% de los que lo utilizan bastante y el 10% de los que lo utilizan mucho.



USO DEL EUSKERA INSUFICIENTE O ADECUADO EN FUNCIÓN DEL USO

% Verticales	TOTAL	Nunca	Algo	Bastante	Mucho	Siempre
Muy adecuado	10%	6%	4%	8%	27%	76%
Adecuado	8%	4%	2%	13%	43%	24%
Ni adecuado ni insuf.	28%	34%	21%	40%	20%	0%
Insuficiente	20%	9%	38%	33%	10%	0%
Muy insuficiente	33%	46%	35%	6%	0%	0%

No hay grandes variaciones en las valoraciones en función del tamaño de los establecimientos, aunque entre los grandes, de diez o más empleados, es bastante menor el porcentaje de los que consideran su uso insuficiente, el 37%.

Tampoco hay grandes diferencias por zonas sociolingüísticas, salvo en la 1^a en la que nadie considera su uso insuficiente, ni por territorios. Así, consideran insuficiente su uso el 56% de los establecimientos de Bizkaia, el 54% de los de Gipuzkoa y el 47% de los de Araba.

Y al preguntar si consideran que el uso del euskera es importante para su establecimiento, la puntuación media obtenida en la escala de 0 (nada importante) a 10 (muy importante) es de 4,9 puntos, que se corresponde con que el 27% lo consideran muy importante (9-10), el 14% bastante importante (7-8), el 18% algo importante (4-6), el 11% poco importante (2-3) y el 30% nada importante (0-1).

Es decir, que coinciden en número los que lo consideran muy o bastante importante, el 41%, y los que piensan que es poco o nada importante, el 41%, proporciones similares a las obtenidas entre los comercios.

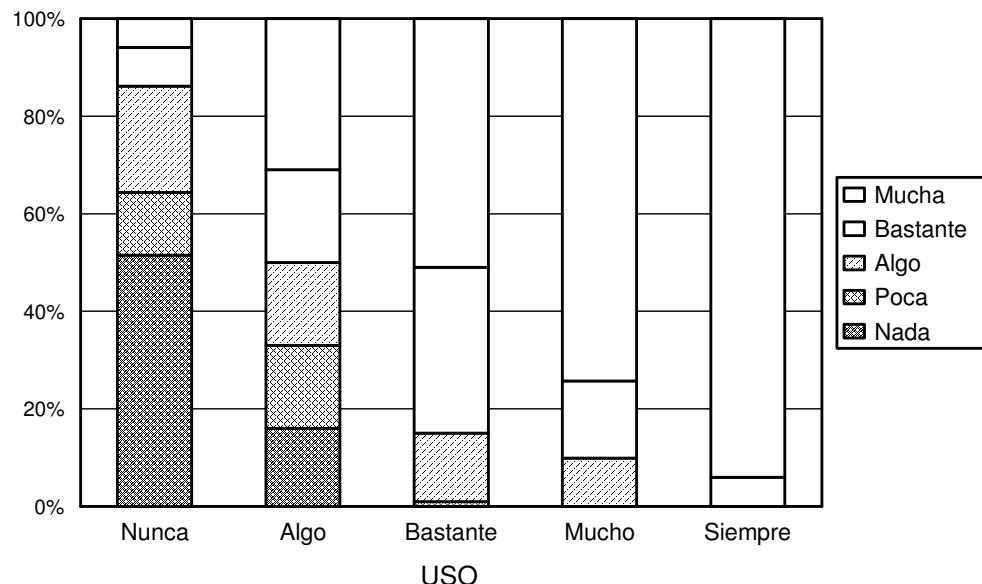
Ahora bien, los resultados varían sustancialmente entre restaurantes y bares, pues consideran importante el uso del euskera el 60% de los restaurantes frente a solo el 35% de los bares.

Entre los establecimientos que no utilizan nunca el euskera, solamente el 14% lo consideran muy o bastante importante, mientras que las dos terceras partes, el 65%, lo consideran poco o nada importante.

IMPORTANCIA DEL USO DEL EUSKERA EN FUNCIÓN DEL USO

% Verticales	TOTAL	Nunca	Algo	Bastante	Mucho	Siempre
Muy importante	27%	6%	31%	51%	75%	94%
Bastante importante	14%	8%	19%	34%	16%	6%
Algo importante	18%	22%	17%	14%	10%	0%
Poco importante	11%	13%	17%	1%	0%	0%
Nada importante	30%	52%	16%	0%	0%	0%

IMPORTANCIA DEL USO DEL EUSKERA



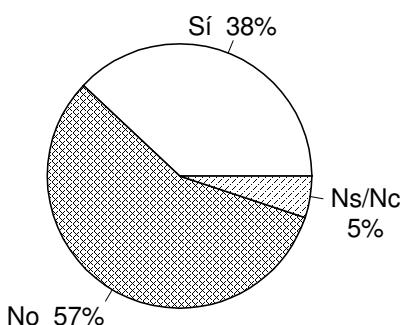
La importancia asignada al euskera aumenta con el tamaño de los establecimientos en el caso de los bares, pero apenas varía en el de los restaurantes.

Las mayores diferencias se producen por zona sociolingüística. Así, lo consideran importante el 100% de los establecimientos de la 1^a zona, el 77% de los de la 2^a, el 45% de los de la 3^a y el 19% de los de la 4^a. Y por territorios, el 63% de los de Gipuzkoa, el 33% de los de Bizkaia y el 23% de los de Araba.

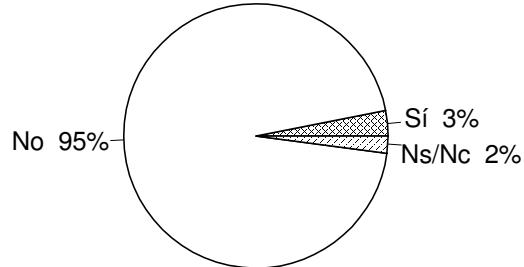
Por último, el 38% de los establecimientos piensan que utilizar el euskera tiene ventajas y solamente el 3% creen que tiene inconvenientes.

UTILIZACIÓN DEL EUSKERA

¿VENTAJAS?



¿INCONVENIENTES?



En lo que respecta a las ventajas, de nuevo existen diferencias importantes entre bares y restaurantes, pues el 58% de los restaurantes piensan que usar el euskera tiene ventajas frente a solo el 32% de los bares.

Con el tamaño aumenta de forma importante el porcentaje de los que piensan que tiene ventajas en el caso de los bares, pero no en el de los restaurantes.

Y por zonas sociolingüísticas y territorios las diferencias también son importantes. Así, por territorios, creen que tiene ventajas el 56% de los de Gipuzkoa, el 31% de los de Araba y el 30% de los de Bizkaia.

La ventaja mencionada en la gran mayoría de los establecimientos es la mejora de la comunicación y el servicio.

Y en menor proporción se citan: ser el idioma de aquí, por imagen, por potenciar el idioma y porque algunos clientes tienen problemas con el castellano.

Por el contrario, no hay grandes diferencias por colectivos en los porcentajes de quienes creen que el uso del euskera tiene inconvenientes. Curiosamente, el mayor porcentaje, con el 7%, corresponde a los establecimientos guipuzcoanos de la 2^a zona sociolingüística.

El inconveniente más citado es que algunos clientes no saben euskera.

Y en menor proporción: la necesidad de utilizar dos idiomas, que algunos clientes prefieren hablar en castellano, la dificultad del euskera para aprenderlo y que algún trabajador no sabe euskera.

6.- MEDIDAS DE NORMALIZACIÓN DEL USO DEL EUSKERA.

Solamente en el 4% de los restaurantes y bares existe alguna medida de normalización del uso del euskera, aunque el porcentaje supera al obtenido entre los comercios al por menor, que era el 2%.

Y, además, la medida mencionada en más de la mitad de los casos es la recomendación de hablar en euskera a los clientes euskaldunes y, en mucha menor proporción, que las primeras palabras sean en euskera.

Otras medidas citadas de forma más minoritaria son: facilitar el aprendizaje del euskera, la comunicación escrita bilingüe, la publicidad bilingüe, contratar personal euskaldun y poner música en euskera.



El porcentaje de establecimientos que tienen alguna medida de normalización es mayor entre los restaurantes, el 7%, que entre los bares, el 3%.

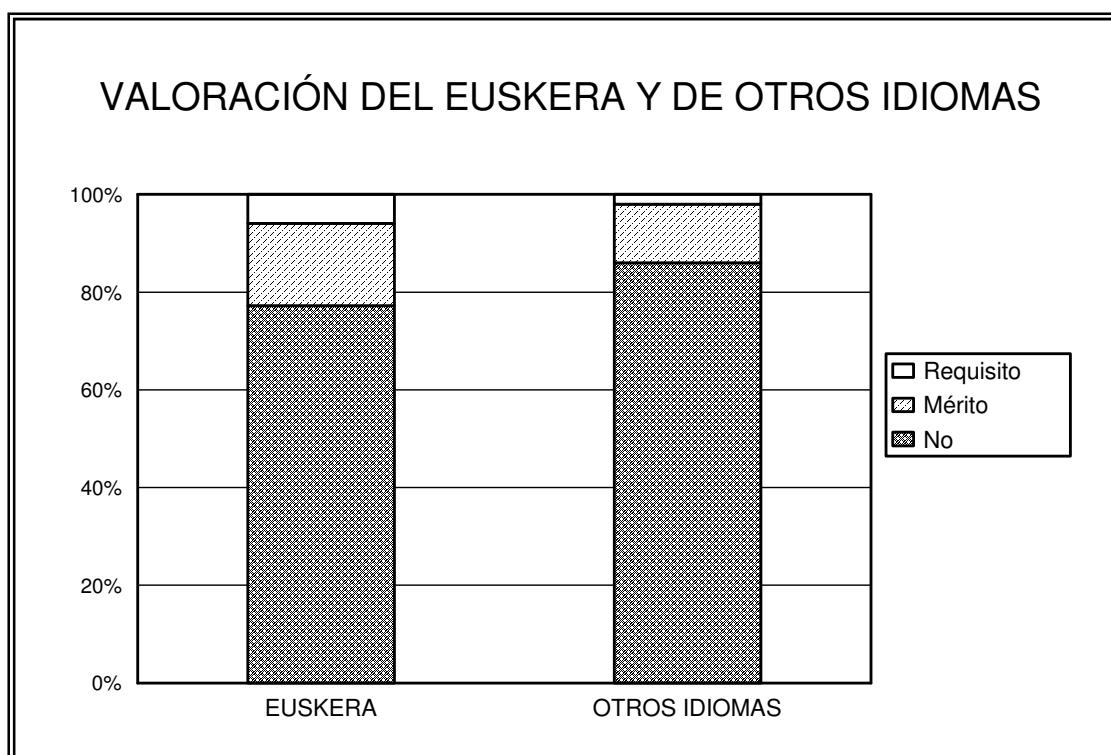
Y en función del tamaño, es mayor entre los establecimientos de más de dos trabajadores que entre los que tienen menos de dos.

VALORACIÓN DEL EUSKERA AL SELECCIONAR AL PERSONAL.

El 23% de los restaurantes y bares han contratado algún trabajador de forma estable en los dos últimos años.

En más de las tres cuartas partes de esos establecimientos, el 78%, no se tuvo en cuenta el conocimiento de euskera al seleccionar al personal, en la sexta parte, el 17%, se tuvo en cuenta como mérito y sólo en el 6% como requisito.

No obstante, se asigna más importancia al euskera que a otros idiomas, ya que solamente en el 2% de los establecimientos se consideraban otros idiomas como requisito y en el 12% como mérito. El idioma más requerido con diferencia es el inglés, seguido del francés.



Sin embargo, existen diferencias notables entre restaurantes y bares, pues entre los restaurantes el 10% lo consideraron como requisito y el 24% como mérito, mientras que entre los bares solamente el 2% como requisito y el 10% como mérito. Además, los restaurantes contratan bastante más que los bares.

VALORACIÓN DEL EUSKERA

% Verticales	GLOBAL	Restaurantes	Bares
Requisito	6%	10%	2%
Mérito	17%	24%	10%
No	78%	66%	88%

Casi todos los establecimientos que exigen el euskera como requisito están situados en Gipuzkoa y se exige más cuanto mayor es el tamaño del establecimiento.

Y en lo que respecta a las personas contratadas para los fines de semana, verano... se tiene algo más en cuenta el euskera que en el caso de las personas contratadas de forma estable. El porcentaje de establecimientos que exige el euskera como requisito es algo mayor, el 8%, y aumenta de forma importante el de quienes lo consideran como mérito, del 17% al 36%.

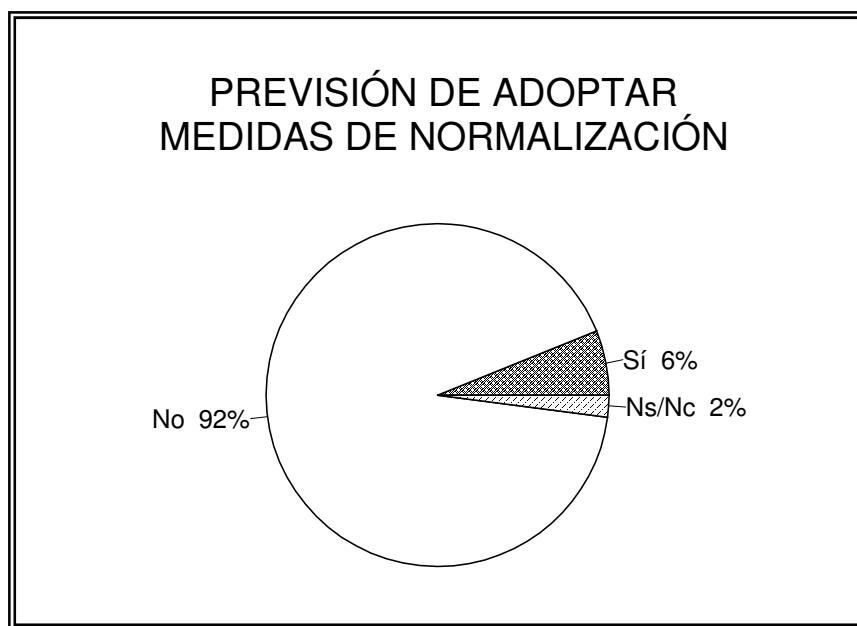
Al igual que en el caso de las contrataciones estables, la exigencia como requisito es mucho mayor entre los restaurantes, el 16%, que entre los bares, el 1%, y la inmensa mayoría de los establecimientos que lo exigen están situados en Gipuzkoa y se exige más cuanto mayor es el tamaño del establecimiento.

PREVISIÓN DE APLICACIÓN DE MEDIDAS DE NORMALIZACIÓN DEL USO DEL EUSKERA EN EL FUTURO INMEDIATO.

Solamente el 6% de los establecimientos tienen previsto adoptar en el futuro inmediato alguna medida de normalización del uso del euskera en sus establecimientos, sin que existan diferencias en el porcentaje entre restaurantes y bares. Además, el porcentaje coincide con el obtenido entre los comercios.

La medida a adoptar citada de forma mayoritaria es la de acudir a cursos para aprender euskera.

Y en menor proporción, intentar hablar más euskera, contratar personal euskaldun, poner los carteles que les da el Ayuntamiento e introducir el bilingüismo en la comunicación escrita (carta y menú, rotulación, facturas, página web).



La mayoría de los establecimientos que piensan adoptar medidas de normalización lingüística se encuentran en Gipuzkoa, principalmente en la 2^a zona sociolingüística.

PREDISPONCIÓN A SER CONTACTADOS POR LA V.P.L.

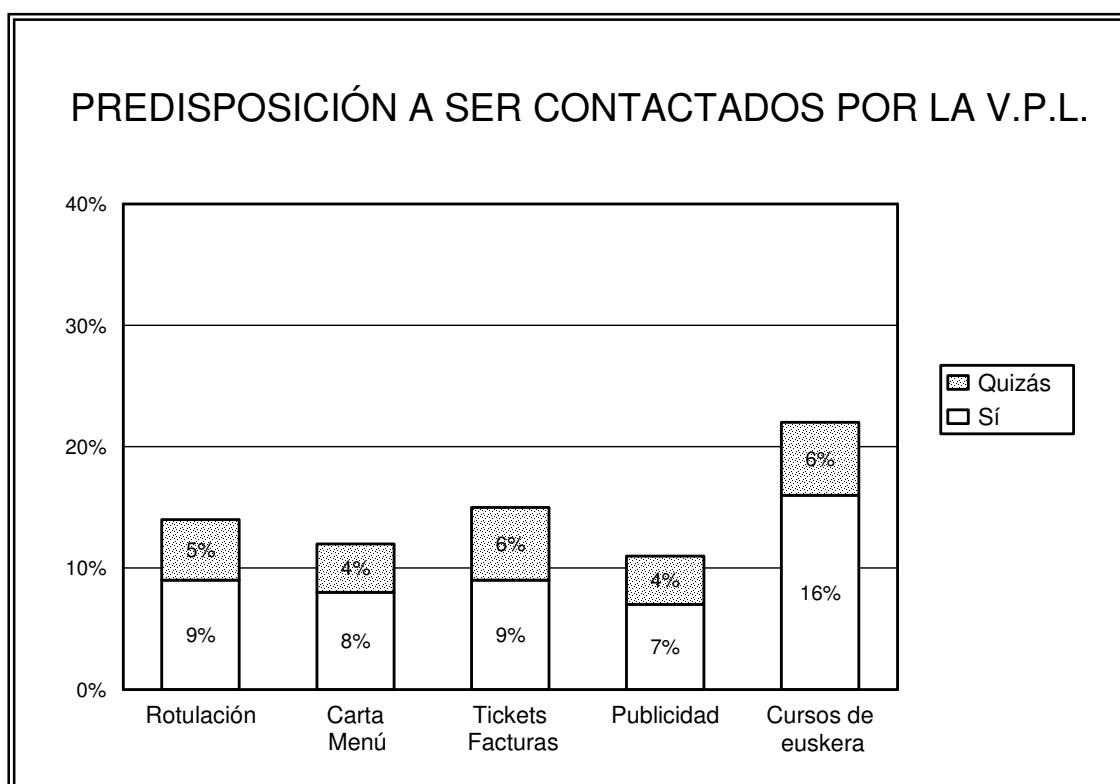
Al finalizar el cuestionario, se preguntó a las personas entrevistadas si les gustaría que la Viceconsejería de Política Lingüística se pusiese en contacto con ellos para asesorarles y apoyarles en la implementación de medidas de normalización lingüística relacionadas con la rotulación, la publicidad, etc.

La cuarta parte, el 26%, contestaron de forma afirmativa, al estar interesados en implementar, con la colaboración de la V.P.L., alguna de las medidas de normalización lingüística propuestas.

La medida con mayor aceptación, al menos a priori, es la de realizar cursos de euskera de corta duración adaptados a sus necesidades, pues el 16% del total dicen estar interesados y el 6% quizás.

A continuación, las medidas relacionadas con la utilización del euskera en:

- Los tickets y facturas, 9% sí y 6% quizás.
- La rotulación, 9% sí y 5% quizás.
- La carta y menú, 8% sí y 4% quizás.
- La publicidad, 7% sí y 4% quizás.



Sin embargo, de nuevo las diferencias entre los resultados de restaurantes y bares son importantes.

Entre los restaurantes, el porcentaje de establecimientos dispuestos a ser contactados varía entre un mínimo del 14% para la publicidad y un máximo del 19% para las cartas y menús y para los cursos de euskera.

Y entre los bares, el porcentaje es del 5% ó 6% para todas las medidas, excepto para los cursos de euskera, donde asciende al 15%.

Por tamaño de los establecimientos no hay diferencias notables, salvo en lo que respecta a los más pequeños, cuyo interés es mucho menor.

Por territorio y zona sociolingüística, los resultados son bastante “originales”. Por territorio, el mayor interés corresponde a los establecimientos de Araba y Gipuzkoa. Y por zonas sociolingüísticas varía en función de la medida. Los establecimientos de la 1^a zona son los más interesados por la rotulación y la carta/menú y los de la 3^a y 4^a por los cursos de euskera.

Como hecho curioso, destacar que por territorios los más interesados por los cursos cortos de euskera son los establecimientos alaveses, lo que puede tener su lógica y, además, es esperanzador, pero al mismo tiempo, sin cuestionar la buena voluntad de las personas entrevistadas, permite poner en duda la validez real esa respuesta.

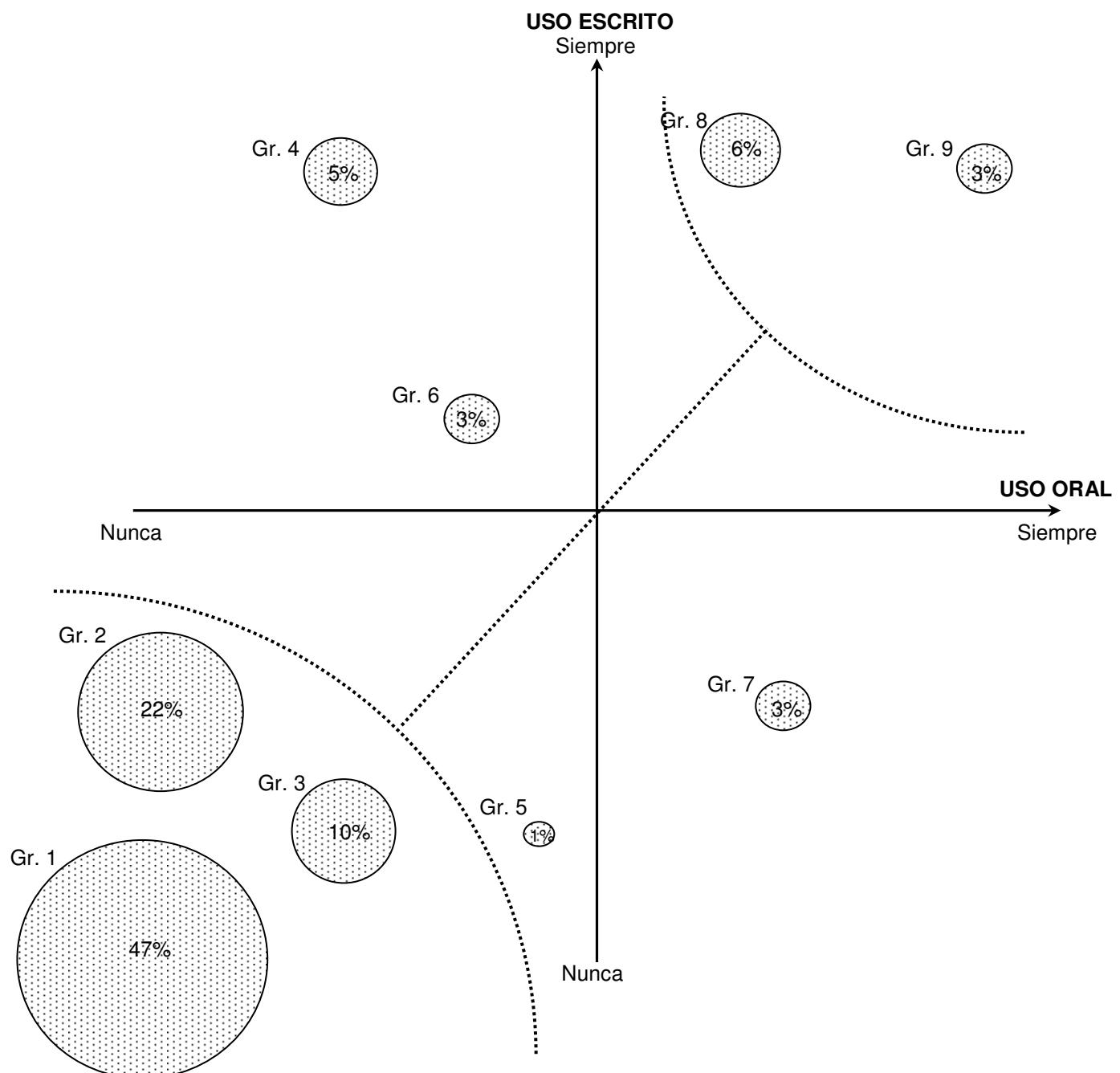
PREDISPOSICIÓN A SER CONTACTADOS POR LA V.P.L..

<i>Porcentajes</i>	<i>Rotulación</i>	<i>Carta, menú</i>	<i>Tickets, facturas</i>	<i>Publicidad</i>	<i>Cursos de euskera</i>
<i>Total</i>	9%	8%	9%	7%	16%
<i>Actividad:</i>					
Restaurantes	16%	19%	18%	14%	19%
Bares	6%	5%	6%	5%	15%
<i>Nº de trabajadores:</i>					
1 – 2	6%	5%	6%	5%	14%
3 – 5	15%	15%	16%	15%	20%
6 – 9	17%	23%	18%	17%	23%
> 9	15%	17%	23%	16%	26%
<i>Territorio:</i>					
Gipuzkoa	12%	13%	13%	11%	18%
Bizkaia	6%	5%	5%	5%	13%
Araba	12%	7%	16%	9%	21%
<i>Zona sociolingüística:</i>					
1 ^a zona	17%	17%	8%	8%	8%
2 ^a zona	8%	8%	9%	8%	9%
3 ^a zona	13%	14%	16%	9%	23%
4 ^a zona	6%	4%	6%	6%	16%

RESUMEN Y CONCLUSIONES.

La gran mayoría de los restaurantes y bares de la C.A.V. son establecimientos muy pequeños, en especial los bares, 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 (2,3 puntos), hecho que no ha de extrañar si se tiene en cuenta que en el 60% de los mismos nadie sabe euskera. Sin embargo, el uso es sensiblemente mayor en los restaurantes (2,4 en la comunicación oral y 2,9 en la escrita) que en los bares (1,2 y 2,1 respectivamente).

Los resultados globales son similares a los obtenidos entre los comercios y al igual que en ese caso la tipología de uso oral y escrito del euskera refleja muy bien toda la diversidad existente.



En el vértice superior derecho del plano se encuentra el Grupo 9, formado por una pequeña minoría de establecimientos, el 3%, que utilizan siempre o casi siempre el euskera, tanto en la comunicación oral como en la escrita. Son en su inmensa mayoría establecimientos muy pequeños y están situados en las zonas más euskaldunes (1^a y parte de la 2^a).

Junto con el Grupo 8 (6%) que se encuentra próximo, constituyen el 9% del conjunto de establecimientos, los que utilizan de forma mayoritaria el euskera, tanto en la comunicación oral como en la escrita.

En el vértice opuesto, inferior izquierdo, el Grupo 1 agrupa a casi la mitad de los establecimientos, el 47%, los que no utilizan nunca el euskera, en su gran mayoría bares, situados en las zonas más erdaldunes (3^a y principalmente 4^a).

Muy próximos al Grupo 1 se encuentran el Grupo 2 (22%), formado por los establecimientos que utilizan algo el euskera en la comunicación escrita, y el Grupo 3 (10%), formado por los que utilizan algo el euskera en la comunicación oral, y entre los tres grupos constituyen las cuatro quintas partes del total, el 79%.

Por debajo de la recta que une ambos vértices, se encuentran los Grupos 5 y 7, 4% del total, compuestos por los establecimientos que utilizan más el euskera en la comunicación oral (igual o más que el castellano) que en la escrita (poco o algo). Están situados en zonas euskaldunes.

Por encima de dicha recta, los Grupos 4 y 6, 8% del total, integrados por los establecimientos que utilizan el euskera más en la comunicación escrita (bastante o mucho) que en la oral (menos que el castellano). En su gran mayoría están situados en zonas euskaldunes.

Por tanto, casi la mitad de los establecimientos no utilizan nunca el euskera y cuatro de cada cinco no lo utilizan nunca o lo utilizan muy poco.

En el polo opuesto, solamente el 9% lo utilizan de forma mayoritaria y el 12% restante lo utilizan en mayor o menor medida en función principalmente de la zona sociolingüística.

El factor que incide de forma fundamental sobre el uso del euskera en los restaurantes y bares es la zona sociolingüística en la que se encuentran situados, que explica en gran medida el uso en la comunicación oral y también, aunque menos, en la comunicación escrita.

Ahora bien, la relación entre zona sociolingüística y uso del euskera no es estrictamente "gradual o continua". En efecto:

- En la 1^a zona sociolingüística y parte de la 2^a, en aquellos municipios en los que el porcentaje de euskaldunes es superior por ejemplo al 70%, el uso del euskera es mayoritario, sobre todo en la comunicación oral.
- Pero en la propia 2^a zona, por debajo por ejemplo del 70%, se produce "de golpe" una caída importante en el uso, especialmente en los bares.
- Y en la 3^a zona, el uso es casi nulo, mucho más próximo al de la 4^a zona que al de la 2^a.

Al contrario de lo que sucedía en los comercios, la actividad sí incide sobre el uso, pues el uso en los restaurantes casi duplica al uso en los bares, y son tres las razones que explican esta diferencia:

- Los restaurantes están situados en zonas algo más euskaldunes que los bares por término medio.
- La proporción de euskaldunes entre los propietarios y los trabajadores de los restaurantes es mayor que la de su entorno más próximo por término medio, es decir que pertenecen a un mundo algo más euskaldun que el de su entorno.
- Las dos razones anteriores, unidas al hecho de que la proporción de establecimientos pequeños es mucho menor entre los restaurantes que entre los bares, tiene como consecuencia que el porcentaje de restaurantes en los que nadie sabe euskera, el 34%, sea la mitad que en el caso de los bares, el 68%.

El tamaño de los establecimientos no tiene gran influencia sobre el uso si se analiza por separado el uso en los restaurantes y en los bares. En los restaurantes el uso en la comunicación escrita es algo mayor en los más grandes y en los bares el uso en la comunicación oral es algo menor en los más pequeños (debido a que en ellos el porcentaje en los que nadie sabe euskera es mayor).

Por último, como solamente el 7% de los restaurantes y el 3% de los bares tienen medidas de normalización del uso del euskera y, además, en la mayoría de los casos se trata de “recomendaciones” para que se use más con los clientes, su incidencia sobre el uso del euskera es muy pequeña.

Ante la adopción de medidas para aumentar el uso del euskera en los restaurantes y bares creemos, al igual que en el caso de los comercios, que debido a su elevado número y a su diversidad desde el punto de vista sociolingüístico, el enfoque y la implementación ha de ser local o comarcal, según los casos. Y en esto han de jugar un papel fundamental los planes municipales de normalización lingüística que se están comenzando a implementar por parte de algunos ayuntamientos, aunque el diseño, la organización y la coordinación de las actuaciones han de corresponder, lógicamente, a la Viceconsejería de Política Lingüística.

No obstante, en el caso de los restaurantes de mayor tamaño o de categoría “especial” el enfoque y la implementación podrían ser para el conjunto de la C.A.V., por lo que todo el trabajo lo podría realizar directamente la V.P.L.

En lo que respecta al aumento del uso del euskera en la comunicación oral, el margen de actuación es muy limitado.

Es probable que en los grupos 4, 5, 6, 7 y 8 de la tipología (18% del total), que ya utilizan el euskera en mayor o menor medida y que se encuentran situados principalmente en la 2^a zona sociolingüística, se pueda aumentar el uso mediante las acciones oportunas, pues en principio se dan las condiciones para conseguirlo, entorno y personal de los establecimientos mayoritariamente euskaldun.

Aproximadamente la mitad de los establecimientos de estos grupos son restaurantes y tienen más de dos trabajadores.

En el resto de los grupos (1, 2 y 3), que constituyen cuatro de cada cinco establecimientos, la gran mayoría son bares muy pequeños y, al igual que en el caso de los comercios, el principal problema es que en la inmensa mayoría de ellos nadie sabe euskera. A esto hay que añadir que el entorno es mayoritariamente erdaldun y que solo una minoría considera que el uso del euskera es importante.

Para que en estos establecimientos haya personal euskaldun solamente hay dos alternativas, contratar personal euskaldun o euskaldunizar al personal.

En lo que se refiere a la contratación, estos establecimientos contratan poco personal y, además, la inmensa mayoría no tienen en cuenta el conocimiento del euskera al contratarlo.

Y en lo que se refiere a la euskaldunización, aunque es cierto que una minoría nada despreciable del 16% han manifestado su interés por los cursos de euskera de corta duración adaptados a sus necesidades, sin entrar a valorar en qué se concretaría ese interés en la práctica, hay que tener en cuenta que en la inmensa mayoría de estos establecimientos solamente trabajan una o dos personas, por lo que tienen poca libertad de horarios. Por otra parte, hay que elaborar esa oferta de cursos cortos adaptados a sus necesidades.

Por el contrario, en lo que respecta al aumento del uso del euskera en la comunicación escrita, el margen de actuación es muy amplio si se cuenta con los recursos y la organización necesarios.

Por una parte, en la mayoría de los bares la comunicación por escrito se limita a la rotulación y los tickets y facturas y aunque en los restaurantes hay que incluir además las cartas y menús y la publicidad, todos ellos son ámbitos en los que es relativamente fácil actuar. Por otra parte, casi todo el terreno está "por conquistar" y también aquí existe una minoría nada despreciable, mayor en el caso de los restaurantes (16%) que en el de los bares (6%), que han manifestado su interés por el tema, solo que aquí el interés puede ser más creíble.