

Plan de promoción del euskera en el ámbito socioeconómico 2020 – 2023

0. Introducción

Consciente del salto cualitativo que supone el esfuerzo por desarrollar la gestión lingüística para implantar el uso del euskera en el ámbito socioeconómico, en 2015 las asesorías e instituciones de iniciativa popular en este ámbito comenzaron a hablar sobre el tema. Reconociendo la necesidad de todos y cada uno de los esfuerzos realizados hasta ese momento, se inició un camino basado en la colaboración. Para ello, el sector consultor del Consejo, la Diputación Foral de Gipuzkoa y la Viceconsejería de Política Lingüística (en adelante VPL) plantearon la necesidad de un proceso de identificación de estrategias para la euskaldunización del mundo laboral. De hecho, había reflexiones y propuestas sobre el tema (como las recogidas en el Plan de Acción para la Promoción del Euskera), cómo no, pero no había ninguna reflexión conjunta entre la Administración, Euskalgintza y los agentes del ámbito socioeconómico.

Con este objetivo, en 2018 se llevó a cabo un proceso participativo desde el que se recogieron y desarrollaron las principales claves para la promoción del euskera en este ámbito. En 2019 se ha adaptado el informe a la metodología Aurrerabide y se ha completado la presentación del plan por la vía de la gestión avanzada. Este documento es el resultado de ese proceso.

Antes de entrar en detalle, es necesario explicar cuál es la naturaleza de este documento. Presentamos una serie de estrategias con la intención de dar un salto cualitativo en la euskaldunización del mundo del trabajo, centrándonos específicamente en dos ámbitos: los entornos que conforman el conjunto de empresas de servicios y los ámbitos industriales.

En este plan se recogen las competencias y tareas de la VPL, así como las propuestas que superan en su totalidad las del Gobierno. Siendo conscientes de que el mundo del trabajo atraviesa transversalmente nuestra sociedad, las estrategias que van a incidir en el mundo del trabajo también van a tener que incidir en la sociedad en su conjunto. Por ello, se recogen iniciativas dirigidas a diversos agentes: Administración (Gobierno Vasco, Diputaciones y Ayuntamientos), euskalgintza (Asesorías principalmente, pero también otros agentes), empresas (empresarios, cooperativas ...), trabajadores (sindicatos principalmente, como representantes de los trabajadores) y ciudadanía (tanto a través de las asociaciones de consumidores como a través del euskalgintza). No todos tendrán las mismas responsabilidades en el desarrollo de la gestión lingüística para implantar el uso del euskera en el ámbito socioeconómico, pero todos tienen un papel en este proceso. El Gobierno Vasco debe ser ejemplar, debe demostrar liderazgo, porque a la Administración le corresponde, en primer lugar, garantizar los derechos lingüísticos de los ciudadanos y promover que la lengua de trabajo sea el euskera. Con un 71% del personal de la administración con cierto conocimiento de euskera, el euskera debe ser lengua de servicio y lengua de trabajo, y en nuestras relaciones con la sociedad nos corresponde ser ejemplo.

Así las cosas, de cara a la propuesta recogida en este documento, el siguiente paso consistiría en determinar, en función de las responsabilidades de cada agente, cómo canalizará cada cual sus actuaciones. En todo caso, el camino más fructífero para culminar con éxito este importante salto será trabajar de forma colaborativa y coordinada. Y uno de los primeros trabajos a realizar en esta colaboración será precisamente imaginar cómo nos gustaría estar dentro de 5 años, ya que ayudará a que cada agente decida qué medidas va a tomar para llegar ahí.

He aquí el resultado del proceso.

1. Presentación

La proceso de pérdida del euskera comenzó frenarse en la década de 1960. El proceso de pérdida se aceleró en la primera mitad del siglo XX. En este difícil contexto, sin embargo, el pueblo del euskera tuvo la fuerza y la valentía de mantener su lengua e iniciar un proceso de recuperación y recuperación.

Desde entonces, durante décadas, se han ido dando pasos estratégicos para fortalecer el euskera: el euskera batua; las ikastolas (la incorporación del euskera en la educación en general); la euskaldunización-alfabetización de adultos; los medios de comunicación en euskera; la euskaldunización de la administración ... Este recorrido ha servido para acumular conocimiento y tener una visión más desarrollada. Hay, por tanto, más experiencia acumulada que nunca para abordar un nuevo reto. En los últimos años se está poniendo continuamente sobre la mesa que es en ese camino de revitalización del euskera donde ha llegado el momento de abordar el mundo laboral, el ámbito socioeconómico. Todos los pasos estratégicos que se han dado hasta ahora exigen el siguiente paso si se va a despejar el riesgo de que todo lo hecho quede en nada. En definitiva, el ámbito socioeconómico se centra en el día a día de las personas: como consumidoras, como trabajadoras y como ciudadanas. Además, gracias al esfuerzo realizado para revitalizar el euskera, la juventud más preparada y euskaldun de la historia está llegando a los centros de trabajo y, lamentablemente, el esfuerzo realizado por la escuela no tiene asegurada su continuidad en el mundo laboral; a menudo, la cadena de normalización se interrumpe.

El ámbito socioeconómico, el mundo laboral, cuando hablamos de euskaldunización nos centramos en la gestión lingüística. En este contexto plurilingüe hablamos de dar cabida y reconocimiento a cada lengua, y se trata de encontrar una convivencia digna. En ese camino es imprescindible introducir la normalización del euskera en el sistema. Es mucho lo que el euskera puede aportar al ámbito socioeconómico: identidad, justicia, bienestar, calidad ... y, por supuesto, el mundo laboral también tiene mucho que aportar al euskera, entre otras cosas, una oportunidad imprescindible para avanzar en su revitalización. Promover la normalización del euskera en el mundo laboral es una tarea que todos los agentes implicados deben llevar a cabo de forma conjunta, transversal y proactiva: el ámbito socioeconómico, el mundo del euskera y la Administración.

No partimos de cero. A lo largo de los últimos 20 años se han puesto en marcha numerosas experiencias, como la plataforma INDEUS, el certificado Bikain y el Certificado Bai euskarari, otros programas a nivel municipal, la convocatoria de subvenciones Lanhitze, el programa EUSLAN, etc.

Tomando como eje la responsabilidad social, cabe destacar la aportación realizada por los Planes de Euskera.

- O Incrementar el número de euskaldunes.
- O alfabetizar y adiestrar
- O euskaldunizar las relaciones.
- O superar los límites de la comunicación.
- O enriquecer el corpus del euskera.
- O el empoderamiento en la diversidad lingüística.
- O dar valor al local.
- O Incorporación del euskera en el modelo de gestión.
- O Potenciar el proyecto social de las empresas.

En ellas se vio la necesidad y la oportunidad de profundizar cuando en 2017 comenzamos a constituir conjuntamente seminarios entre la Diputación Foral de Gipuzkoa, la Viceconsejería de Política Lingüística del Gobierno Vasco y agentes y asesores de euskalgintza. Este documento es el resultado inmediato del acuerdo alcanzado entre todos para dar un salto cualitativo que hubiera guiado al Gobierno Vasco. Siendo la visión el desarrollo del espacio socioeconómico que se construye desde el euskera, lo que pretende ser un plan de actuación para cuatro años.

El objetivo de este plan es consensuar y emprender conjuntamente las prioridades para impulsar el uso del euskera en el mundo laboral.

0. Proceso y metodología trabajada

La Viceconsejería de Política Lingüística ha asumido directamente el liderazgo del proceso y, teniendo en cuenta todas las investigaciones y toda la información recibida, se ha inmerso en la fase final de ejecución de este plan.

Como he dicho, el plan ha contado con algunos apoyos importantes. En ellas se han basado las reflexiones y prácticas y se han realizado las propuestas para el plan. Merece la pena mencionar brevemente:

Fuentes del ámbito del euskera:

- Plan de Acción para la Promoción del Euskera (VPL, 2015)
- VI Encuesta Sociolingüística del País Vasco (VPL, 2016)
- Sistema de Indicadores del Euskera (VPL, 2019)
- Libro blanco. Plan estratégico del euskera en el ámbito social de la Comunidad Autónoma del País Vasco 2019-2023 (emun, 2018)
- Plan estratégico del euskera en el ámbito socioeconómico de la Comunidad Autónoma de Euskadi 2019-2023 (emun, 2018)

- Diagnóstico del ámbito socioeconómico de la Comunidad Autónoma del País Vasco: situación del euskera (SIADECO, 2019)
- "Aurrerabide": modelo adaptado al Gobierno Vasco basado en la "gestión Avanzada".
- "Mapa Estratégico" y "cuadro de Mando": se han tomado como base metodológica las siguientes herramientas tan conocidas en el mundo empresarial. Con estas herramientas se facilita el análisis, concreción y difusión de los objetivos. Como se explicará a continuación, esta metodología se basa en las relaciones causa-efecto entre objetivos.
- Definición de indicadores: como herramienta clave para la definición de objetivos, comunicación y control.

Fuentes del área de Gobierno Vasco que son planes de legislatura:

- 1.- programa de Gobierno 2016-2020
- 2.- Agenda Estratégica del Euskera 2017-2020
- 3.- Plan General de Normalización del Uso del Euskera en el Gobierno Vasco, VI. Periodo de planificación 2018-2022
- 3.- Plan de Industrialización 2017-2020
- 4.- Plan de Ciencia, Tecnología e Innovación (PCTI) 2020
- 5.- Plan Estratégico de Empleo 2017-2020
- 6- Plan Estratégico de Servicios Sociales 2020
- 7.- IV. Plan Universitario 2019-2022
- 8.- V Plan Vasco de Formación Profesional 2018-2021
- 9.- Plan de Turismo, Comercio y Consumo 2017-2020

El ejercicio de encuadramiento y adecuación del plan en la metodología AURRERABIDE en 2019 se ha realizado en base al proceso realizado en la etapa 2018 y al informe resultante. Para ello, en primer lugar, se ha elaborado un borrador de adaptación del informe de 2018 y se han realizado diversos contrastes con los responsables de la VPL hasta la elaboración del informe provisional. En una segunda etapa se han seleccionado unos agentes clave para realizar un primer contraste. En estos contrastes se han respondido a dos grandes objetivos. Por una parte, dar a conocer el plan a estos agentes clave y, por otra, recoger las aportaciones que han sido analizadas y tenidas en cuenta a la hora de definir el plan definitivo.

Se han organizado los siguientes grupos para trabajar los siguientes contrastes:

- O Diputaciones y consultoras
- O Educación, Formación Profesional y Universidades
- O Asociaciones industriales y empresariales
- O Sindicatos
- O Entidades financieras

O Empleo, Consumo y Comercio

En la elaboración del Plan se distinguen dos tipos de objetivos:

- Objetivos finales (Ah): los que nos indicarán si hemos aumentado o no el uso del euskera en el ámbito socioeconómico. Es decir, son los objetivos finales que debemos alcanzar a través del desarrollo de la Planificación.
- Objetivos estratégicos (OE): nos indicarán si se cumplen las líneas que tenemos que trabajar para alcanzar los objetivos finales y pueden ser considerados como objetivos intermedios.

Tal y como se ha mencionado, se han definido indicadores para la definición y control de cada objetivo. Además, cada indicador tendrá un valor de referencia que llamaremos "destino".

Una vez consensuados los objetivos e indicadores, se definirán los proyectos necesarios para impulsar el logro de los objetivos.

Así, una vez consensuados los objetivos e indicadores, se definirá un plan de acción concreto, consensuado con todos los agentes.

1. Diagnóstico básico

Se ha realizado un diagnóstico del euskera y del ámbito socioeconómico o análisis de la situación actual en los procesos 2018 y 2019. Se han tenido en cuenta cuatro fuentes principales para proponer las posibilidades de este plan: el libro blanco, las entrevistas con expertos, el cuestionario enviado y recogido a los más variados y el estudio de SIADECO.

Los datos, ideas y aportaciones recogidas de todas ellas se recogen en la matriz DAFO y en el apartado de conclusiones. He aquí, brevemente, la información básica de los diferentes diagnósticos:

1.1 Libro blanco

En los últimos 25 años ha aumentado de forma continua el conocimiento del euskera (+10 puntos euskaldunes, +11 euskaldunes receptores), el uso (+5 puntos) y las actitudes favorables (+10 puntos). Así, en 2016 en la CAPV el porcentaje de euskaldunes es del 33,9% y el de euskaldunes receptores del 19,1, pero todavía el porcentaje de castellanohablantes sigue siendo del 47%. En cuanto al uso, a pesar de su creciente uso, todavía el porcentaje de quienes se dedican principalmente al castellano es del 63,3%. En cuanto a la actitud, existe una preferencia social por fomentar el uso del euskera (65% a favor, 9,3% en contra).

La situación sociolingüística, sin embargo, no es homogénea. Existen diferencias significativas tanto entre países como entre franjas de edad. Y ello tiene, inevitablemente, un reflejo directo en el ámbito socioeconómico. Gipuzkoa es el territorio con mayor densidad y uso de euskaldunes, con un 50,6% de euskaldunes y un 17,3% de euskaldunes receptores. En Bizkaia descienden los porcentajes de euskaldunes: los euskaldunes son el 27,6% y los euskaldunes receptores el 04. Así, las personas que no saben euskera son algo más de la mitad (52%). Y es

en Álava donde la densidad de euskaldunes es más baja, con un 19,2% de euskaldunes y casi un 18,4% de euskaldunes receptores. Es decir, los castellanoparlantes son el 62,4%.

En cuanto a las franjas de edad, la tasa de conocimiento más elevada se da entre los jóvenes (16-24) (71,4%), pero es precisamente entre los jóvenes donde mayor número de bilingües se da (55,7%). Es decir, se manejan más fácilmente en castellano. Por la importancia que tiene el mundo laboral en el ámbito socioeconómico, es interesante fijarse en la tasa de conocimiento existente entre 25-65 años. De hecho, en la medida en que se está retrasando la edad de inserción laboral, es en estas franjas de edad en las que están principalmente en manos del trabajo: el 37,6% es euskaldun y el 22% euskaldun receptor, por lo tanto el 40,3 castellano. Parece necesario, por tanto, profundizar en la euskaldunización de personas adultas, que a corto y medio plazo se centrarán principalmente en la prestación de servicios.

Al hablar del aumento del conocimiento juvenil, necesariamente hay que hablar de la apuesta estratégica realizada desde la Administración para euskaldunizar la Educación. De hecho, el modelo d está predominando tanto en la educación obligatoria (67,3%) como en el Bachillerato (63%). Por otro lado, la Formación Profesional es uno de los espacios de mejora más destacados. De hecho, el predominio del modelo d en la matriculación desaparece y se vuelca en la matriculación de Formación Profesional: modelo d 19,9%, modelo B 13,9% y modelo a 66,3%. Habría que analizar en profundidad por qué el modelo de aprendizaje que trabaja de la manera más directa el acceso al mundo laboral no sigue el modelo lingüístico de las generaciones que vienen de antes (67,3% en el modelo d en la eso, 19,9 en el modelo d en la FP). Teniendo en cuenta que el 68,3% del profesorado de Formación Profesional tiene PL2, sería factible aumentar la oferta actual de Formación Profesional en euskera.

En lo que respecta a la Universidad, la matriculación en euskera en la Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea muestra una clara evolución al alza, tanto en la Evaluación de acceso a la Universidad (68,3%) como en los grados universitarios (51,5%). Sin embargo, entre el porcentaje de alumnos que realizan las pruebas Use en euskera y el porcentaje de estudiantes que se matriculan en la universidad en euskera hay un margen considerable, teniendo en cuenta que el 82,6% de los créditos se ofertan en euskera.

Por lo tanto, vienen euskaldunes las nuevas generaciones. Si atendemos a la edad piramidal, se observa que en los próximos 10-15 años un gran número de trabajadores se jubilará, por lo que muchos de estos puestos deberán ser ocupados por nuevas generaciones, y probablemente por nuevas personas. Precisamente, las nuevas generaciones que vienen habilitadas para trabajar en euskera, tal y como se ha mencionado anteriormente.

En cuanto al mundo laboral, Bizkaia concentra el 52% de los establecimientos, Gipuzkoa el 34% y Álava el 14%. El 92,5% de los establecimientos tiene menos de 10 empleados, entre 10 y 99 trabajadores el 7% y más de 100 empleados el 0,5%. Este último dato debe tenerse en cuenta, ya que los planes de euskera se abordan principalmente en empresas de más de 10 trabajadores. También se está trabajando con la metodología del Certificado Bai Euskarari, dirigido principalmente a pequeñas y medianas empresas.

Del análisis de las actuaciones, sumando el número de empleados de las distintas Administraciones, se observa que la Administración es la que cuenta con mayor número de trabajadores y, además, la mayoría de los servicios tienen una relación directa con la ciudadanía. Por ello, es prioritario euskaldunizar la administración. En este sentido, está en marcha el VI Periodo de Planificación para la euskaldunización de la Administración.

En segundo lugar se sitúa el personal ocupado en la industria manufacturera (19,2%). En nuestra economía es un sector importante, aunque en la mayoría de los casos la prestación del servicio a la ciudadanía es más modesta. Pero tiene dos valores interesantes: por un lado, el elevado número de trabajadores que se ven afectados por ella; por otro, su imagen interna e internacional como eje central de nuestra economía. Cuál es su identidad de cara a la supervivencia de la lengua, porque puede prestigiar, crear necesidad y dar valor a la lengua local.

Una de las características de la cultura empresarial es la sistematización y ésta es la herramienta que asegurará que los objetivos que se marquen con respecto a la lengua se alcancen y se garanticen en el futuro dentro de la organización. Otra característica interesante es la del liderazgo y la influencia que unas pocas personas ejercen sobre otras dentro de la organización para comenzar a utilizar el euskera como lengua de trabajo.

El 14,8% de los empleados se dedica al comercio. El nivel de prioridad de la Administración es el mismo, además de dar imagen, por su relación directa y constante con la ciudadanía. La hostelería, por su parte, aunque con menos personal, mantiene una estrecha relación con clientes externos e internos.

El Decreto 123/2008 reconoce los Derechos Lingüísticos de las Personas Consumidoras y Usuarias y asigna funciones a los establecimientos de determinadas actividades y empleados. En 2015 se realizó un análisis del grado de cumplimiento del Decreto. Dos datos: el 42% de los afectados por la norma desconoce el Decreto y sólo el 22% lo cumple.

Por otro lado, cabe señalar que todas las administraciones vascas (Gobierno Vasco, Diputaciones y Ayuntamientos) tienen en marcha medidas y programas de promoción del euskera en el ámbito socioeconómico. El programa Lanhitx, gestionado por el Gobierno Vasco, cuenta con 441 entidades y 329 entidades cuentan con el Certificado Bikain. Sin embargo, sólo el 1% de los establecimientos está trabajando con planes de euskera. De la mano de los ayuntamientos, en cambio, se están desarrollando planes comerciales para incidir principalmente en el comercio minorista. Y en cuanto a los presupuestos, el presupuesto liquidado de Euskera tiene un peso medio en los presupuestos generales del 1%. Y solo el 2,3% del presupuesto del euskera se destina al ámbito socioeconómico.

La Administración no trabaja sola en esta tarea. A modo de ejemplo, cabe citar la aportación que agentes supraadministrativos están realizando en los últimos 20 años a través del desarrollo de planes de euskera en las empresas para euskaldunizar el mundo laboral. En este camino colaboran de forma permanente las asesorías lingüísticas que forman parte del Consejo de Instituciones Sociales del Euskera: AHIZE, Artez, Elhuyar y Emun, junto con Bai euskarari Elkartea. Fruto de esta colaboración es, entre otras cosas, la "declaración para la euskaldunización del mundo laboral". Además, está afectando a través del Certificado Bai euskarari (902 certificados en la CAPV, 1.360 en toda Euskal Herria).

Como se puede observar, son diferentes los agentes que trabajan la promoción del euskera en el ámbito socioeconómico. Pero se echa en falta una coordinación organizada y sistemática de todo lo que se está haciendo.

Por último, no podemos dejar de mencionar aquellos que constituyen un espacio respiratorio en el ámbito socioeconómico. Hay un sector que trabaja desde y en euskera. Algunos ofrecen servicios y actividades ligados a la promoción y uso del propio euskera y otros proporcionan un producto o servicio estrechamente ligado al idioma, y lo hacen en euskera. También tienen

peso económico p en la economía vasca. El 6,3% del empleo generado por la economía vasca y el 4,5% del Valor Añadido Bruto está ligado al euskera. Como sector económico, el euskera representa el 4,2% del Producto Interior Bruto de la Comunidad y se acerca al peso del sector turístico (5,8% del PIB) en la economía vasca.

0.1 Entrevistas con expertos

Han sido varios los expertos que han participado en este proceso, tanto a través de sesiones abiertas como de entrevistas. Las conclusiones que se extraen de las aportaciones recibidas de estos expertos son las siguientes:

El reto de euskaldunizar el mundo laboral pasa por consensuar un pacto político:

- El reto de euskaldunizar el mundo laboral debe situarse en la perspectiva global, en la perspectiva del futuro de la lengua (euskería). Sin euskaldunizar el mundo laboral, se corre el riesgo de que esas personas que se han euskaldunizado a través de la escuela y de la educación se euskaldunicen y interrumpan la cadena.
- Tres son las principales palancas para llevar a cabo este proceso: el Gobierno (decisión política), la activación de la sociedad civil y el brazo técnico (empresas consultoras).
- La administración y el ámbito privado (socioeconómico) deben abordar conjuntamente este reto, consensuando un marco y definiendo pasos firmes para avanzar.
- La responsabilidad de garantizar los derechos es de la Administración. Tiene la responsabilidad de garantizar el bienestar de la sociedad, la igualdad y una paz justa. Y debería asumir el liderazgo en el proceso de definición del Pacto.
- La protección legal de los derechos lingüísticos de los trabajadores permite que la empresa adopte medidas especiales y obliga a la Administración a establecer recursos añadidos.
- La sociedad en general, y la persona consumidora en particular, debe interiorizar su derecho a recibir el servicio en euskera y tomar conciencia y compromiso de solicitarlo.

Formación Profesional, Universidad

- La Formación Profesional está muy relacionada con el mundo laboral. Uno y otro se alimentan. Si una no se euskalduniza, la otra es artificial.
- En la actualidad la realización de estudios en euskera no tiene valor añadido, ya que cuando se acude al trabajo la lengua de trabajo suele ser el castellano o el inglés. Y poniendo en la balanza el euskera-castellano-inglés, saldría el inglés de mayor valor.
- Estamos creando un futuro trabajador castellanoparlante y restando valor al euskera.
- El profesorado está preparado para impartir las clases en euskera. Se ha hecho un gran esfuerzo para impartir formación y ciclos en euskera. Pero hace falta más.

El camino de la colaboración entre agentes pasa por:

- Se trata de una visión compartida y un proyecto común que une a los diferentes agentes. Es un proceso a realizar en colaboración, cada uno con distinto grado de responsabilidad. Procesos concretos que podemos desarrollar juntos y que llevamos a cabo.

- Es necesario identificar a los aliados de cada proceso (Cámaras de Comercio, SPRI, Diputaciones Forales, Innobasque, Consultorías, Clusters, Centros Tecnológicos ...) y desarrollar proyectos concretos.
- El valor añadido que puede aportar SPRI es su relación y cercanía con las empresas. Y la SPRI ve que esos pasos para impulsar el euskera hay que darlos en común.
- Lo que puedan hacer las Asociaciones de Consumidores para informar sobre los derechos lingüísticos de las personas consumidoras. La capacidad y la demanda como consumidores euskaldunes, el producto, el servicio, el deseo de solicitarlo en euskera es muy importante y eficaz.
- Este proceso debe ser común. Ver que es responsabilidad y tarea de todos y entre todos tenemos que abordarla.
- Tener en cuenta el trabajo que los clusters pueden realizar como tractores, ya que tienen muchos mensajes para difundir a las empresas y en los centros de formación profesional.

Necesidad normativa

- Las empresas hacen lo que les ordena la normativa y el mercado.
- Los derechos lingüísticos de las personas consumidoras deben ser objeto de protección legal.

Programas adaptados a las necesidades del ámbito socioeconómico:

- La clave está en la empresa. Si la empresa está dispuesta a utilizar el euskera, ese trabajador se euskaldunizará; si no, se euskaldunizará.
- Reforzar el euskera sin complicar la gestión y teniendo en cuenta el contexto concreto de las empresas/comercios.
- El Gobierno debe prestar un servicio público para la euskaldunización del mundo laboral. Programas impulsados por la Administración, con el mismo mensaje y contenido por la Administración de los tres Territorios.
- Se debe desarrollar la posibilidad de conceder bonificaciones fiscales a las empresas que funcionan en euskera y a los trabajos de normalización del euskera.
- Reforzar y utilizar los certificados Bikain o Bai euskarari y otras vías de reconocimiento.
- Los responsables de las empresas deben ser conscientes de la necesidad de realizar la gestión lingüística. Gestionar la diversidad lingüística es una necesidad para las empresas, y hacer bien esa gestión es enriquecedor.
- La parte pública, la Administración, debe ser ejemplar y proactiva: el conocimiento y uso del euskera por parte de los directivos, la existencia de procedimientos que sistematicen el uso del euskera ...
- Se ven posibilidades de hacer más en el camino de la queja. Presionar al cliente, incluir el tema de la gestión lingüística en los cuestionarios empresariales (satisfacción, etc.).

Para construir el discurso hay que llevar a cabo acciones de comunicación:

- Escuchar a los referentes empresariales en el mundo. Qué dice sobre su empresa el tener o no tener un proyecto de normalización del euskera. Las grandes empresas no se van a implicar en la normalización del euskera por pura razón económica. Hay que utilizar otros discursos: el del respeto, el de la calidad de vida del pueblo, el de la identidad ...
- Relacionar el euskera con la marca de la empresa. Para vender la imagen de la empresa puede ser muy interesante relacionarla con el euskera.
- El lenguaje es importante para conectar con cada persona, para llegar a la parte emocional.
- La normalización del euskera tiene todo su encaje dentro de la responsabilidad social corporativa de las empresas y es interesante para proyectar la imagen de la empresa.
- Vivimos en una sociedad, con una política y una cultura. Y los que hemos nacido en esa cultura, queremos seguir viviendo en esa cultura, y por eso queremos reforzar esa posibilidad de hacerlo en euskera.
- Tenemos que fortalecer el euskera aquí porque somos euskaldunes y porque es una cultura de aquí. Y cuando tocamos fuera, las lenguas autóctonas.
- Activación de la sociedad civil. Presionar a la sociedad: mover el mercado, mover a las empresas.
- Hay que tener en cuenta nuestra capacidad como consumidores euskaldunes. Es muy importante hacer pública la demanda, el producto, el servicio, el deseo de pedir en euskera.
- Se ve la necesidad de vincular el euskera con valores positivos. Hay que acertar vendiendo, haciendo ver los favores del euskera.
- Aunque mantener vivo el euskera en el mundo es tarea de quienes lo sabemos, es responsabilidad de quienes lo saben y de quienes no lo saben, porque protege un patrimonio que es de todos.

La alimentación del euskera: la cultura

- El sector cultural es estratégico desde el punto de vista de la normalización del euskera, ya que sus "productos" alimentan a la sociedad vasca. No se producen tornillos, se producen canciones, libros, películas ... para que los vascos puedan ser euskaldunes y vivir en euskera. Además, el sector contribuye a definir la terminología, completar y enriquecer el corpus. Y en la medida en que son empresas que funcionan en euskera, también contribuyen demostrando que se puede actuar en euskera en el mundo laboral.
- El sector presenta dos problemáticas principales. Uno, que nuestra lengua sea minoritaria: la comunidad vasca tiene la dimensión que tiene y, además, estamos al lado de las lenguas hegemónicas. La otra, el peso de la cultura en la sociedad.
- Este desequilibrio en el mercado debe ser cubierto de otra forma. En este sentido, la implicación de la Administración debe ser mayor. Una de las reivindicaciones históricas ha sido la que corresponde también al Departamento de Industria, no sólo a Cultura o Euskera, sino también al apoyo a la industria cultural a través de ayudas a la consolidación y consolidación de infraestructuras y grupos de trabajo, incentivos fiscales ...
- Los bonos culturales ayudan a toda la cadena librera, no sólo a la editorial, sino también a las librerías. Y es fundamental que las librerías estén vivas.

- Es importante impulsar el trabajo creativo apoyando proyectos. El Gobierno Vasco ha puesto en marcha en los últimos años programas para subvencionar la creación de proyectos literarios e ilustrativos. Hay que profundizar en ellos porque los creadores no pueden vivir de la cantidad de derechos que reciben de la venta.
- La educación puede hacer mucho por estimular la cultura infantil y juvenil, fomentar el sentido creativo e incidir en los hábitos de consumo. Para que los jóvenes se aficionen a la cultura, debemos actuar desde muy pequeños. Hay que desarrollar un proyecto completo que tenga en cuenta la escolaridad completa, reglada y no reglada, en el que se trabaje de forma ordenada, no sólo la lectura, sino también la transmisión de la cultura, la creación cultural ... y el proyecto debería incluir acciones concretas con lógica, ordenamientos y recursos. Dotar a la comunidad educativa de medios y herramientas de este tipo para su integración y aplicación en el currículo
- Parte de la industria cultural trabaja (gara) en euskera, tanto en el ámbito laboral como publicando la propia producción en euskera. Pero hay otros muchos agentes culturales que trabajan exclusivamente en castellano, sin preocuparse por el euskera. Se debería instar a todos los productos y agentes que reciben subvenciones de las administraciones a que adopten medidas para la euskaldunización, incluidas las cuotas equitativas, en producción, en actividad laboral, en comunicaciones...

0.1 Cuestionario

En el proceso de 2018 se envió un cuestionario on-line a una muestra de agentes del euskera y del ámbito socioeconómico (administración, delegaciones de empresas, agentes laborales y empresariales y las propias empresas). A través del cuestionario se han completado las opiniones y necesidades recogidas en la primera sesión abierta.

Las conclusiones obtenidas de los resultados de los cuestionarios son las siguientes:

- La Administración debería adoptar medidas para garantizar los derechos lingüísticos de los ciudadanos a través de las contrataciones públicas (81%).
- Es necesario desarrollar un marco legal para la normalización del euskera en el ámbito socioeconómico (88%).
- Las empresas y comercios con iniciativas de difusión del euskera actúan con responsabilidad social (94%).
- La existencia de personal que pueda prestar el servicio, especialmente en los puestos de trabajo relacionados con el cliente/usuario, es necesaria (88%).
- Habría que promover un amplio acuerdo entre trabajadores y empresarios para avanzar en el uso del euskera (91%).

0.2 Investigación de SIADECO

El Plan se ha guiado por las siguientes conclusiones del diagnóstico realizado por Siadeco:

- Sólo el 22% de quienes deberían cumplir el decreto 123/2008 en el sector privado lo cumplen.
- A pesar de que el modelo d está muy extendido en primaria y secundaria, los que estudian en euskera en la Formación Profesional y en la Universidad son significativamente menos.
- En los últimos años han descendido las adjudicaciones en el programa LanHitz, pero también las solicitudes.

- Los grupos de comarcas que pueden ser estratégicos para la promoción del euskera en el mundo laboral son:

HIRU HIRIBURUEN ESKUALDEAK (Bilbo Handia, Arabako Lautada eta Donostialdea) + BEHE BIDASOA	DURANGALDEA Bizkaian eta DEBA ETA ORIA IBAIEN ARROAK Gipuzkoan (Debabarrena, Debagoiena, Tolosaldea, Goierri)
<ul style="list-style-type: none"> 2. gune soziolinguistikoko guneak. Zerbitzuen sektoreak pisu handia du, eta baxuagoa industriak EAeko establezimenduen eta enpleguaren hiru laurden biltzen dute guztira. Empresa txikiak dira gehienak, baina saltoki handiek eta frankiziek pisua hartu dute. 	<ul style="list-style-type: none"> 3. gune soziolinguistikoko guneak. Industriak pisu handia du. EAeko enpleguaren %15 inguru biltzen dute guztira. Tamaina handiko zenbait empresa daude.

Matriz DAFO

Aprovechando las reflexiones y aportaciones recibidas, se ha elaborado la siguiente matriz DAFO, adaptando el Plan 2019 desde este punto de partida:

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> El euskera es oficial desde 1978. Los derechos de las personas consumidoras y de las personas trabajadoras están reconocidos por ley en relación con el euskera. Desde hace años las instituciones tienen en marcha programas de promoción del euskera en el ámbito socioeconómico. Hay una gran cantidad de experiencias acumuladas: de instituciones, de consultoras, de empresas tractoras, etc. Hay algunas grandes empresas que hace tiempo que tienen en marcha los Planes de Euskera. Además, han participado en diferentes iniciativas de creación de referentes. En la industria, el 42% de los trabajadores de la CAE es vasco, según el Censo del Mercado de Trabajo. 	<ul style="list-style-type: none"> La mayor parte de los programas e iniciativas han afectado a un reducido grupo de empresas y establecimientos (1%). Existe un gran desequilibrio entre las entidades afectadas. En los planes de euskera destaca especialmente el peso de las grandes empresas industriales guipuzcoanas (grupo Debagoiena-Mondragon). El presupuesto destinado al programa LanHitz ha disminuido, pero también las solicitudes. Baja demanda de personas usuarias y consumidoras para recibir el servicio en euskera. La normativa vigente no garantiza los derechos lingüísticos de las personas consumidoras y trabajadoras porque no se cumple (tan sólo el 22% de las personas que deberían cumplir el Decreto lo hace). El peso relativo de los presupuestos de euskera es pequeño (1%). Menor aún la destinada a la euskaldunización del ámbito socioeconómico (2,3% de las del euskera). <ul style="list-style-type: none"> • El porcentaje de quienes estudian en euskera en la Formación Profesional es bajo (+). En Educación

	<p>de Personas Adultas el euskera no tiene presencia.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Falta de coordinación entre los agentes implicados en la euskaldunización del ámbito socioeconómico.
<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • El conocimiento del euskera está aumentando, especialmente entre los más jóvenes. • Entre las personas menores de 25 años la diferencia entre territorios y zonas sociolingüísticas es pequeña en cuanto al conocimiento del euskera. • En la ESO y Bachillerato predomina el modelo d (67-63%). • El 70% de los afectados por el decreto 123/2008 considera que el euskera es bastante o muy importante en las contrataciones, mientras que el 70% cree que la atención al cliente en euskera tiene ventajas. • La principal preocupación de todas las empresas y establecimientos afectados por el Decreto es que se adapten lo antes posible a las necesidades de las personas consumidoras y usuarias. • Se percibe que el euskera puede ser "un rasgo diferenciador" frente a la competencia. 	<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • La mayor parte de los programas e iniciativas han afectado a un reducido grupo de empresas y establecimientos (1%). • Existe un gran desequilibrio entre las entidades afectadas. En los planes de euskera destaca especialmente el peso de las grandes empresas industriales guipuzcoanas (grupo Debagoiena-Mondragon). • El presupuesto destinado al programa LanHitz ha disminuido, pero también las solicitudes. • Baja demanda de personas usuarias y consumidoras para recibir el servicio en euskera. • La normativa vigente no garantiza los derechos lingüísticos de las personas consumidoras y trabajadoras porque no se cumple (tan sólo el 22% de las personas que deberían cumplir el Decreto lo hace). • El peso relativo de los presupuestos de euskera es pequeño (1%). Menor aún la destinada a la euskaldunización del ámbito socioeconómico (2,3% de las del euskera). • El porcentaje de quienes estudian en euskera en la Formación Profesional es bajo (+). En Educación de Personas Adultas el euskera no tiene presencia. • Falta de coordinación entre los agentes implicados en la euskaldunización del ámbito socioeconómico.

1. Visión del Plan

A partir de ahora se va a proceder a definir la visión derivada de los procesos 2018 y 2019, así como los objetivos y estrategias para alcanzar dicho objetivo.

Esta es la visión que se ha acordado en los diferentes procesos:

Desarrollar la gestión lingüística para la implantación del uso del euskera en el ámbito socioeconómico.

2. Objetivos finales

Para la definición de los objetivos finales se han seleccionado los siguientes cuatro ámbitos clave:



Aktibazioa, berez, aurreko helburuak lortzeko zehar-lerroa edo bitarteko da. Aktibazio-prozesuetan berebiziko garrantzia izango dute motibazioak eta erantzukizun sozialak, “ezagutza”, “erabilera” eta “eskubideak” arloetan eragin zuzena edukiko dutenak.

Esparru hauetan azken helburu sailkapena eta aurkezpena egiteko erabili dira:

A.H.1. conocimiento del euskera

Como primer ámbito o área clave se ha elegido el conocimiento del Euskera. El enfoque del plan no está orientado al conocimiento, pero es cierto que si no se aumenta el nivel de conocimiento se reducirán las posibilidades de potenciar el uso del euskera en el ámbito socio-económico.

Por ello, se han elegido los siguientes objetivos finales en este ámbito:

Ah 1.1 "aumentar el número de alumnos que cursan estudios en euskera en la Formación Profesional"

Aumentar el número de alumnos y alumnas que, siendo futuros trabajadores y trabajadoras, estudian en euskera en la Formación Profesional es muy importante para que en el ámbito socioeconómico haya personas con capacidad de expresarse en euskera.

Indicador	Objetivo (2023)
-----------	-----------------

<i>Número de alumnos y alumnas matriculados en los modelos "D" y "B"</i>	<i>Incremento del 20%</i>
--	---------------------------

Ah 1.2 "aumentar el número de estudiantes que estudian en euskera en las universidades"

Al igual que en la Formación Profesional, es necesario aumentar el número de alumnos y alumnas que estudian en euskera en la Universidad para que el alumnado no pierda el nivel alcanzado en la educación básica.

<i>Indicador</i>	<i>Objetivo (2023)</i>
<i>Número de alumnos y alumnas matriculados en el modelo "D"</i>	<i>Incremento del 20%</i>

.Ah 1.3 "aumentar el número de euskaldunes en los altos cargos de las empresas"

Una de las claves para fomentar el uso del euskera en el ámbito socioeconómico es la presencia de euskaldunes en altos cargos de las empresas. Este factor es determinante para impulsar el desarrollo de los Planes de Euskera en las empresas.

<i>Indicador</i>	<i>Objetivo (2023)</i>
<i>Número de directores y directoras euskaldunes (grupo 1 y 2)</i>	<i>Incremento del 20%</i>

A.H.2. uso del euskera

Teniendo en cuenta el diagnóstico que se ha expuesto anteriormente, quizás los objetivos más importantes del Plan o, al menos, los que se deben alcanzar al final del mismo son los de reforzar el uso del euskera en el ámbito socioeconómico, es decir, como lengua de trabajo y en las relaciones con la clientela y la ciudadanía, sobre todo en las comarcas elegidas (consideradas como prioritarias).

A. 2.1 "incrementar el uso del euskera como lengua de servicio en las empresas de servicios de las comarcas urbanas"

Según los datos del diagnóstico, el conjunto de empresas de servicios de las comarcas adyacentes al centro urbano y del Bajo Bidasoa, pueden ser claves para el impulso del euskera en el ámbito socioeconómico. Se trata de empresas que pueden ubicarse en la zona sociolingüística 2 y que tienen un peso importante en las empresas de servicios (incluyendo grandes comercios y franquicias).

A la vista de estos datos, se ve la posibilidad de trabajar el euskera como lengua de servicio, aunque de momento no se profundice en la lengua de trabajo. En este caso se subraya el rendimiento comercial que supone el valor añadido que el uso del euskera aporta a los clientes, como argumento para lograr la adhesión de las empresas.

Indicador	Objetivo (2023)
<i>A partir de la encuesta de 2014, el nivel de uso del euskera por parte de las personas consumidoras</i>	<i>Incremento del 5%</i>
<i>Nº de trabajadores que trabajan en euskera a partir del censo del mercado laboral</i>	<i>Incremento del 5%</i>

A.2.2 "incrementar el uso del euskera en la lengua de trabajo en las comarcas industriales"

En este caso, teniendo en cuenta los datos del diagnóstico, se priorizan las zonas industriales de las cuencas de los ríos Duranguesado, Deba y Oria. Están ubicados en la zona sociolingüística 3 y el conocimiento del euskera por parte de los trabajadores es mayor, utilizando más euskera en la vida diaria que en el centro de trabajo.

Dada la situación sociolingüística de estas comarcas, el trabajo principal se centraría en la promoción del euskera como lengua de trabajo. En este caso se relacionaría el euskera con la responsabilidad social y la mejora de la cohesión interna, entre otras cosas, integrando la gestión del euskera en el sistema general.

Indicador	Objetivo (2023)
<i>Número de planes de euskera</i>	<i>Incremento del 10%</i>
<i>Nº de trabajadores que trabajan en euskera a partir del censo del mercado laboral</i>	<i>Incremento del 10%</i>

A.H.3. derechos lingüísticos

Una de las áreas clave de este plan es asegurar y garantizar los derechos de uso del euskera de los ciudadanos, clientes, trabajadores y consumidores. En este caso, se propone un único objetivo.

A. 3.1 "incrementar el grado de cumplimiento del decreto de consumidores"

Las empresas que presten servicios de interés público y universal también deben ofrecer servicios en euskera a sus clientes.

Las empresas que ofrezcan establecimientos o servicios públicos orientados al público deben adoptar medidas que garanticen de forma progresiva los derechos lingüísticos de las personas consumidoras y usuarias, haciendo cumplir la normativa vigente y consiguiendo para ello el compromiso, la participación y la complicidad de las empresas. En la actualidad, según el último análisis realizado, el grado de cumplimiento del decreto sólo alcanza el 22% en el sector privado, siendo mayor el grado de cumplimiento de las entidades financieras que el de las empresas de otros sectores. Para el cumplimiento de los derechos lingüísticos de los clientes es imprescindible dar pasos en el grado de cumplimiento del decreto.

Indicador	Objetivo (2023)
Nº de empresas que cumplen con el Decreto	Incremento del 20%

A.H.4. activación de empresas y clientes

El área clave de este plan es la activación. No sólo de los vascos, sino también de toda la sociedad. Porque en los próximos años será muy importante que la sociedad actúe de una manera activa para impulsar el uso del euskera.

Ah 4.1 "incrementar el número de solicitudes de clientes para recibir servicios en euskera"

Para conseguir que las empresas den importancia a la promoción del euskera, la presión de los clientes puede ser un factor determinante. Para ello, será decisivo estimular la motivación y activación de los clientes para que éstos soliciten recibir los servicios en euskera.

Indicador	Objetivo (2023)
En base al estudio de 2014 (relativo al grado de cumplimiento del decreto), el número de solicitudes de personas consumidoras para recibir los servicios en euskera	Incremento del 5%

Ah 4.2 "conseguir que el euskera sea un rasgo diferenciador para las empresas"

Si queremos conseguir que las empresas den pasos en la promoción del uso del euskera, los argumentos relativos a la competitividad deben tener mucho peso. La aportación de valor añadido a los clientes, la imagen de marca, la cohesión interna, la satisfacción del personal y el apego, entre otros, deben ser elementos importantes del discurso. De este modo, se pretende que las entidades adopten el euskera como un rasgo diferenciador que puede servir para diferenciarse de los competidores.

Indicador	Objetivo (2023)
Número de certificados, sellos, declaraciones ... obtenidos	Subida de 5 puntos

1. Ámbito estratégico

Una vez presentados los objetivos finales, hay que plantear el ámbito estratégico. Es decir, qué es lo que tenemos que trabajar, como impulsores, para que se alcancen esos objetivos finales. Para la construcción de esta zona se requieren los siguientes elementos:

Agentes:

Este Plan se canaliza desde el Gobierno Vasco, liderado y liderado por la Viceconsejería de Política Lingüística. Pero es evidente la necesidad de socializar este plan y la importancia de otras entidades y agentes para llevar a cabo conjuntamente iniciativas y proyectos.

Por tanto, los principales agentes que se consideran necesarios son:

- Viceconsejería de Política Lingüística.
- Otros Departamentos del Gobierno Vasco.
- Otras instituciones públicas (Diputaciones, Ayuntamientos, UEMA ...).
- Empresas.
- Personal.
- Sector consultor.

Herramientas:

En la elaboración de los objetivos estratégicos hay que tener claro qué herramientas están disponibles en los diferentes ámbitos. Las principales herramientas básicas identificadas que los agentes tendrán a su disposición en los proyectos que se pongan en marcha son:

- Legislación.
- Subvenciones.
- Certificados.
- Comunicación y sensibilización.
- Redes y Foros.
- Investigación.

Áreas clave

Una vez definidos los objetivos finales e identificados los agentes e instrumentos, se han seleccionado las áreas prioritarias para impulsar el logro de los objetivos finales:

- Paisaje lingüístico y entorno digital.
- Lengua de servicio (lengua de atención).
- Competencia comunicativa.
- Activación social (personas e instituciones).
- Lengua de trabajo

En cada área clave se han definido unos objetivos. Sin embargo, a pesar de clasificarse en diferentes ámbitos, cabe señalar que la mayoría de los objetivos son transversales, es decir, no se enmarcan en un marco cerrado y están directamente relacionados con los objetivos de otros ámbitos.

Dicho esto, el último ámbito que se presenta es totalmente transversal y es necesario y básico en todos los ámbitos: "Llegar a acuerdos".

1. Objetivos estratégicos

A continuación se presentan los objetivos estratégicos por áreas. En cada caso se proponen uno o dos indicadores. De momento, las metas -valor que hay que alcanzar al final del plan- están sin definir. En la siguiente fase, los proyectos se consensuarán con la definición.

H.E.1. paisaje lingüístico y entorno digital

He 1.1 "reforzar la implicación de las empresas"

Hay que reforzar la implicación de las empresas en este ámbito, y para ello hay que ofrecer apoyo técnico y recursos a las empresas. El programa INDEUS sería el ejemplo de una herramienta importante para alcanzar este objetivo.

Indicador	Objetivo (2023)
Nº de convenios alcanzados con empresas	

He 1.2 "socializar los acuerdos y avances alcanzados"

Para dar valor y relevancia a los acuerdos alcanzados con los representantes de las empresas y reforzar el compromiso de las empresas, es imprescindible dar cuenta a la sociedad de estos acuerdos.

Además de esto, habría que enfocar la investigación en torno al paisaje lingüístico para poder conocer cuál es la situación actual.

Indicador	Objetivo (2023)
Nº de acciones llevadas a cabo para conseguir la inclusión social	

Lengua de servicio H.E.2. (lengua de atención)

He 2.1 "adaptar el esquema de certificados para potenciar las oportunidades de los clientes"

El esquema de certificación actualmente vigente está dirigido a entidades con un nivel avanzado de gestión lingüística. Debería crearse un esquema de certificación de menor nivel de exigencia dirigido a entidades pequeñas o con pocos recursos, al menos para garantizar que el euskera sea lengua de servicio (aunque sea una atención básica).

Indicador	Objetivo (2023)
Obtener la adaptación del esquema de certificados	

He 2.2 "comunicar los derechos de los clientes"

Para avanzar en el ámbito de la lengua de servicio es imprescindible que los clientes conozcan los derechos que les asisten. El conocimiento de la propiedad de estos derechos es un primer paso para la posterior solicitud de los servicios en euskera.

Indicador	Objetivo (2023)
Nº de iniciativas de comunicación de derechos	

He 2.3 "crear foros de trabajo en colaboración con comercios"

En este ámbito es muy importante fomentar la colaboración entre comercios, ya que las buenas prácticas que se han incorporado a un comercio pueden ser muy útiles para otras empresas. Sin embargo, esta colaboración debería realizarse de forma estructurada y sistemática, para lo que es necesario crear foros y herramientas estables.

Indicador	Objetivo (2023)
Nº de acuerdos alcanzados	

He 2.4 "crear foros de colaboración con empresas"

Fomentar la colaboración interempresarial en este ámbito es muy importante, ya que las buenas prácticas que se han incorporado a una empresa pueden ser muy útiles para otras empresas. Sin embargo, esta colaboración debería realizarse de forma estructurada y sistemática, para lo que es necesario crear foros y herramientas estables.

Indicador	Objetivo (2023)
Nº de acuerdos alcanzados	

He 2.4 "reforzar herramientas de vigilancia con otras instituciones"

Es importante colaborar con entidades como Kontsumobide para analizar y reflexionar sobre las vías a seguir para dar respuesta a las quejas o problemas que manifiestan los clientes respecto al uso del euskera.

<i>Indicador</i>	<i>Objetivo (2023)</i>
Nº de iniciativas desarrolladas con Kontsumobide	

H.E.3.Competencia comunicativa

He 3.1 "mejorar la competencia en euskera del personal que trabaja ante la clientela, con programas adaptados"

Se necesitan cursos adaptados para que el personal sea capaz de dar servicio a los clientes en euskera. Garantizar un conocimiento mínimo del euskera es importante, pero sobre todo hay que conseguir que el trabajador utilice el euskera para la prestación del servicio, en función del nivel de conocimiento que tenga cada uno.

<i>Indicador</i>	<i>Objetivo (2023)</i>
Nº de destinatarios de los programas adaptados	

He 3.2 "impulsar el modelo lingüístico en euskera en la Formación Profesional y en la Universidad"

Siendo la Formación Profesional y la Universidad puertas al mundo laboral, es importante mantener el nivel alcanzado por el alumnado que ha estudiado en modelos euskaldunes a través de la educación básica. Por eso es importante que el alumnado tenga más posibilidades de cursar la formación profesional y los estudios superiores en euskera.

Además, es importante fomentar que las prácticas que realizan habitualmente al acercarse al mundo laboral puedan realizarse también en euskera.

<i>Indicador</i>	<i>Objetivo (2023)</i>
Oferta de módulos de Formación Profesional por idioma	
Prácticas laborales del alumnado universitario por idioma	

He 3.3 "ofrecer ayudas para mejorar la competencia comunicativa en las empresas" .

Tal y como se menciona en el objetivo he 3.1, se necesitan programas adaptados para mejorar la competencia comunicativa de los trabajadores con el euskera. Además de esto, también pueden ser útiles ayudas de otro tipo, como los diccionarios trabajados por sectores o las subvenciones para mejorar la competencia del euskera.

<i>Indicador</i>	<i>Objetivo (2023)</i>
Importe del presupuesto	

E.4. Activación social (personas y organizaciones)

He 4.1 "canalizar campañas de sensibilización para promover la demanda de servicios en euskera"

En caso de solicitar la prestación del servicio en euskera, la empresa se siente "presionada" o "obligada" a dar pasos en esta materia. Para ello hay que activar a los clientes y conseguir que sean conscientes de su capacidad para fomentar el uso del euskera en las empresas.

Se debería fomentar la investigación en este ámbito, analizando las razones por las que los clientes no hacen la primera palabra en euskera en el comercio y, en general, las razones y motivaciones del uso del euskera en las relaciones con las empresas.

<i>Indicador</i>	<i>Objetivo (2023)</i>
Nº de campañas de sensibilización para promover la demanda de servicios en euskera	

He 4.2 "canalizar campañas de sensibilización a empresas"

Las empresas deben ver la prestación del servicio en euskera como un factor de competitividad, ya que se da un valor añadido al cliente. Además de esto, también hay que ser consciente de los beneficios de reforzar el euskera como lengua de trabajo, ya que influye en la cohesión de los trabajadores y en el atractivo de la empresa. Por lo tanto, en este ámbito hay que trabajar acciones concretas de promoción y comunicación (campañas, folletos manuales, visitas, conferencias, etc.).

Es importante que las empresas elijan un discurso sólido y unificado en este ámbito, para prestigiar el uso del euskera y para que vean claramente el impacto de la gestión del euskera en la competitividad de la empresa. Fomentar la investigación sobre este

tema será interesante para poder demostrar y corroborar el impacto del euskera en la competitividad de las empresas.

Indicador	Objetivo(2023)
Nº de campañas de sensibilización dirigidas a empresas	

He 4.3 "impulsar foros intersectoriales para la creación de iniciativas de cooperación"

Cuando hablamos de activación social nos referimos también a activación de entidades. En este sentido, es necesario apoyar e impulsar los foros intersectoriales e iniciativas de colaboración impulsadas por las entidades.

Indicador Destino (2023)

Indicador	Objetivo (2023)
Nº de foros creados	

He 4.4 "llegar a acuerdos con empresas y marcas punteras para impulsar la activación"

Conseguir la adhesión de empresas punteras y marcas que puedan ser referentes es importante porque puede ser una herramienta útil para activar a otras empresas.

Indicador	Objetivo (2023)
Nº de acuerdos alcanzados con marcas punteras	

E.5. lengua de trabajo

He 5.1 "reforzar las ayudas y programas para el desarrollo de Planes de Euskera en las empresas"

El Plan de Euskera es una herramienta muy útil para fomentar la presencia y el uso del euskera en determinadas empresas de una manera eficaz y sistematizada. La puesta en marcha y difusión de los Planes de Euskera por parte de las empresas requiere cada vez más ayudas y programas para que, teniendo en cuenta la tipología de los centros de trabajo, estén interiorizados como herramientas. Especialmente en las pequeñas y medianas empresas, hay que ofrecer e incrementar las posibilidades de desarrollo de los planes.

En este ámbito, es de vital importancia integrar la gestión del euskera en los sistemas de gestión de las empresas y utilizar marcos de referencia (EME, por ejemplo) para poder avanzar de forma sistemática y estructurada.

Por último, para poder analizar el impacto de los Planes de Euskera en las empresas y poder fijar las líneas de trabajo a futuro, es imprescindible realizar una evaluación y análisis del trabajo realizado hasta ahora.

Indicador	Objetivo (2023)
Nº de empresas participantes en el programa Lan hitz	
Nº de empresas que participan en diferentes pilotajes	

He 5.2 "impulsar redes y foros para compartir buenas prácticas entre empresas"

Conocer las buenas prácticas que han implantado otras empresas suele ser muy útil. Para ello es importante crear redes estables que permitan realizar los intercambios de una manera estructurada y sistematizada, sin dejar de lado las iniciativas de las empresas individuales.

Indicador	Objetivo (2023)
Nº de redes y foros creados	

He 5.3 "difundir el uso del euskera en las enseñanzas duales"

Es evidente la fuerza que ha adquirido en la actualidad el aprendizaje dual. Esto permite que los alumnos se acerquen antes al mundo del trabajo, por lo que es importante fomentar la presencia del euskera en esta modalidad de estudios ayudando a que las empresas estén preparadas para ello.

Indicador	Objetivo (2023)
Número de estudios duales que se pueden realizar en euskera	

He 5.4 "reforzar y ampliar el esquema de declaraciones y certificados"

La obtención de un certificado puede ser importante para las empresas, ya que reconoce el camino recorrido a favor del fomento del uso del euskera y queda visible tanto para la sociedad como para los clientes. Sin embargo, habría que repensar el esquema de certificados adaptándolo a los diferentes tipos de empresas.

Además, es importante dar pasos para integrar con normalidad el criterio de gestión lingüística en los certificados estándar (Gestión Avanzada, ISO, etc.) que están arraigados en el mercado de reconocimiento y evaluación de la calidad.

También en este ámbito habría que fomentar la investigación para que las empresas puedan conocer por qué se esfuerzan en conseguir un certificado.

Adierazlea	Helmuga (2023)
------------	----------------

Nº de acciones realizadas para reforzar y ampliar el esquema de certificados	
--	--

H.E.6. alcanzar acuerdos

He 6.1 "alcanzar acuerdos para introducir modificaciones en la legislación"

Como se ha dicho, la legislación se ha identificado como un instrumento que debe estar en manos de los agentes en esta Planificación Estratégica. El desarrollo de esta legislación ha de llevarse a cabo necesariamente mediante acuerdos para lograr el reconocimiento y la adhesión de las entidades.

Indicador	Objetivo (2023)
Número de acuerdos alcanzados para modificar la legislación	

He 6.2 "definir y llevar a cabo las iniciativas necesarias para alcanzar acuerdos entre instituciones"

Para avanzar en diferentes ámbitos es imprescindible fomentar la colaboración y los acuerdos. Las instituciones deben crear y acordar marcos de trabajo coyunturales de empresas de diferentes sectores que, en función de los recursos y características de cada empresa, sirvan para dar pasos.

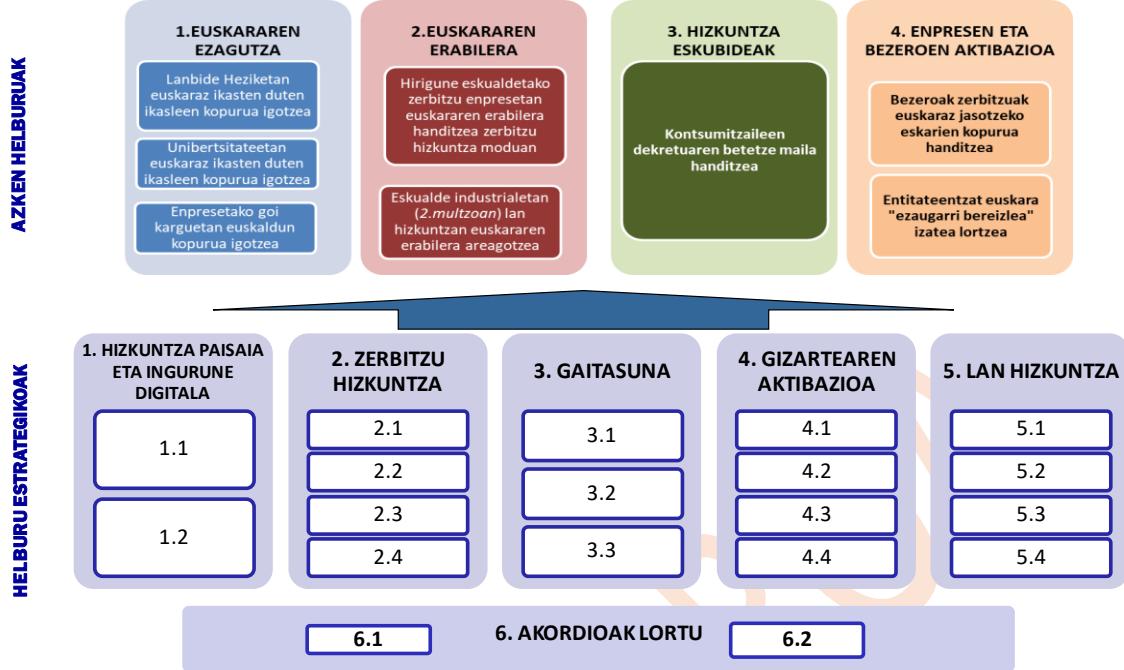
Entre otras cuestiones, habría que abordar acuerdos con las instituciones que trabajan en el ámbito del empleo para poder incorporar la competencia para el uso del euskera en el mundo laboral como asignatura transversal en los programas de formación, creando programas adaptados para cada profesión.

Los ayuntamientos también deberían reforzar su vinculación con las empresas comerciales e industriales y, con ellas, allanar el camino para el desarrollo de proyectos. Para ello también es imprescindible canalizar acuerdos y convenios de colaboración.

Además, es necesario actualizar y hacer un seguimiento de los convenios vigentes con entidades del sector privado (entidades financieras, comercio, empresas de telefonía, AENOR, etc.).

Indicador	Objetivo (2023)
Nº de acuerdos alcanzados	

1. MAPA DEL PLAN



2. Cuadro de Mando Estratégico 2

En la siguiente tabla se presenta la primera parte del Cuadro de Mando. Como se ha dicho anteriormente, las metas de los objetivos estratégicos se acordarán en una siguiente fase, junto con la definición de los proyectos.

AZKEN HELBURUAK	ARLOA	HELBURUA	ADIERAZLEA	HELMUGA 2023
EUSKAREN EZAGUTZA	Lanbide Heziketan euskaraz ikasten duten ikasleen kopurua igotzea	"D" eta "B" ereduan matrikulatzen diren ikasle kopurua	%20ko igoera	
	Unibertsitateetan euskaraz ikasten duten ikasleen kopurua igotzea	Unibertsitatean "D" ereduan matrikulatzen diren ikasle kopurua	%20ko igoera	
	Enpresaetako goi karguetan euskaldun kopurua igotzea	Zuzendari euskaldunen kopurua (1.go eta 2. multzoan)	%20ko igoera	
EUSKAREN ERABILERA	Hirigune eskualdetako zerbitzu enpresaetan euskararen erabilera handitzea kontsumitzaileen aurrean.	2014ko inkesta oinarri hartuta, kontsumitzaileen euskararen erabilera maila Lan merkatuaren errolda oinarri hartuta, lanean euskaraz egiten dutenen langile kopurua	Kontsumitzaileen euskararen erabilera %5 igotzea %5eko igoera	
	Eskualde industrialetan (2.multzoan) lan hizkuntzan euskararen erabilera areagotzea	Euskara plan kopurua	%10eko igoera	
		Lan merkatuaren errolda oinarri hartuta, lanean euskaraz egiten dutenen langile kopurua	%10eko igoera	
KONTSUMITZAILEEN AILLEEN ESKUBIDEAK	Kontsumitzaileen dekretuaren betetze maila handitza	Dekretua betetzen duten enpresa kopurua	%20ko igoera	
	Kontsumitzaileak zerbitzuak euskaraz jasotzeko eskarien kopurua handitza	2014ko ikerketa oinarri hartuta (dekretuaren betetze mailaren inguruko), zerbitzuak euskaraz jasotzeko kontsumitzaileen eskari kopurua	%5eko igoera	
ENTITATEEN ETA KONTSUMITZAILEEN AKTIBAZIOA	Entitateentzat euskara "ezaugarri bereizlea" izatea lortzea	Lortutako ziurtagiri, zigilu, aitorpen... kopurua	5 puntuko igoera	