

# **Argumentazioa zerbitzu enpresetan eta merkataritzan**

Olatz Irizar Martinez  
Hiznet-Sakontze egitasmoa

## **0. AURKIBIDEA**

### 1.-Sarrera

### 2.-Hurbilpena

#### 2.1. Euskara planak enpresetan

2.1.1 Zer da euskararen erabilera plan bat

2.1.2 Planaren ardatzak

2.1.3 Planaren ezaugarriak

2.1.4 Euskara planen bilakaera historikoa

#### 2.2. Euskara planen beharra euskararen normalizaziorako bidean

2.2.1 Hizkuntzaren funtzioak

2.2.2 Gazteria euskaraz dator

2.2.3 Jarduera esparruen garrantzia adin tarteen arabera

#### 2.3. Zerbitzu enpresen garrantzia euskararen normalizaziorako bidean

2.3.1 Zer da enpresa bat

2.3.2 Enpresa motak

2.3.3 Erantzukizun soziala: gaur egungo enpresen ezaugarriak

2.3.4 Zer da zerbitzu bat

2.3.5 Zerbitzu enpresen ezaugarriak

2.3.6 Zerbitzuen sektorea

#### 2.4. Merkataritzaren garrantzia euskararen normalizaziorako bidean

2.4.1 Merkataritzaren ezaugarriak

2.4.2 Merkataritzaren garrantzia euskararen normalizaziorako bidean

2.4.3 Merkataritzan euskara erabiltzeko planak

#### 2.5. Kontsumitzaileen hizkuntza eskubideak

2.5.1 Kontzeptuen definizioa

2.5.2 Gaur egungo ordenamendu juridikoa

2.5.3 EAEko Kontsumitzaileen legea

2.5.4 Kontsumitzaileen legearen aplikazioa EAEn

2.5.5 Zerbitzu enpresen eskubideen urraketak 2006an

## 2.6. Kataluniako kasua

2.6.1 Sustapenerako neurriak

2.6.2 Betebehar linguistikoak

2.6.3 Hizkuntza Politikako Legearen (LPL) bosgarren kapitulua eta Kontsumitzaileen Estatutua.

2.6.4 Ondorioak

## 3.-Argumentazioaren beharra euskara planak martxan jartzeko

3.1 Argumentazioa zertarako

3.2 Orain arte erabilitako argumentazioa

3.3 Hemendik aurrera erabili beharrekoa

3.3.1.-Argumentazioa zerbitzu enpresetan

3.3.1.1 Argumentuak

Bezeroekiko begirunea

Argumentazio ekonomikoa

Lurraldean txertatutako enpresa

Globalizazioa

Enpresaren barne kohesioa

3.3.1.2 Argumentuen erabilera

Noiz erabili behar dira argumentuak

Nola erabili behar dira argumentuak: Marketinga

3.3.2.-Argumentazioa merkataritzan

3.3.2.1 Merkataritzan erabili beharreko argudioak

3.3.2.2 Marketinga

3.3.3.-Argumentazioa Kataluniako kasuan

## 4.-Ondorio orokorrak

## 5.-Bibliografia

## **1. SARRERA**

Azken aldian euskara planak ugaritzen ari dira gure inguruan. Duela bi hamarkada zenbait herritan edo eskualdetan euskara planak martxan jarri ziren. Sektoreen araberrako planak ere ez dira berriak: irakaskuntzan, aisialdian....

Azken urteetan enpresa batek baino gehiagok lan munduan ere euskarari bidea emateko asmoz enpresetako erabilera planak abian jarri dituzte. Euskararen normalizaziorako bidean lan mundua euskalduntzea estrategikoa da. Hala ere, lan mundua oso oso gutxinaka ari da euskalduntzen. Erabilera plan horiek dirua eta denbora kostu altua izaten dute enpresentzat eta horregatik, oraindik orain erabilera planak martxan dituzten enpresak portzentaje txikia osatzen dute Euskal Herriko enpresen artean.

Hurrengo lanean, erabilera planak martxan jartzeko argudioak lantzen dira. Bezeroekin duten harremana kontuan hartuz, zerbitzu enpresak eta merkataritza (enpresa txikiak) aukeratu dira lanaren oinarri bezala. Dena den argudioetan sartu aurretik gaian ongi kokatzeko errebaso bat ematen zaio euskara planei, lan munduaren strategikotasunari edota bezeroen hizkuntza eskubideei.

Gaia kokatu ondoren, erabilera plan baten fase ezberdinetan erabili beharreko argudioak aipatzen dira.

## **2. HURBILPENA**

### **2.1.Euskara planak enpresetan**

#### **2.1.1 ZER DA EUSKARAREN ERABILERA PLAN BAT**

Enpresa batean euskararen erabilera normalizatzeko abian jartzen den plana da euskara erabilera plana.

Enpresa batek euskararen erabilera plan bat abian jartzen duenean helburu orokor eta nagusi bat izaten du, euskararen erabilera normalizatzea bere enpresan.

Hala ere, enpresa batetik bestera erabilera planaren helburu zehatzak ezberdinak izango dira. Eta helburu orokor hori lortzeko bidean, ekintza, epe eta helburu zehatz ezberdinak izango ditu enpresa bakoitzak.

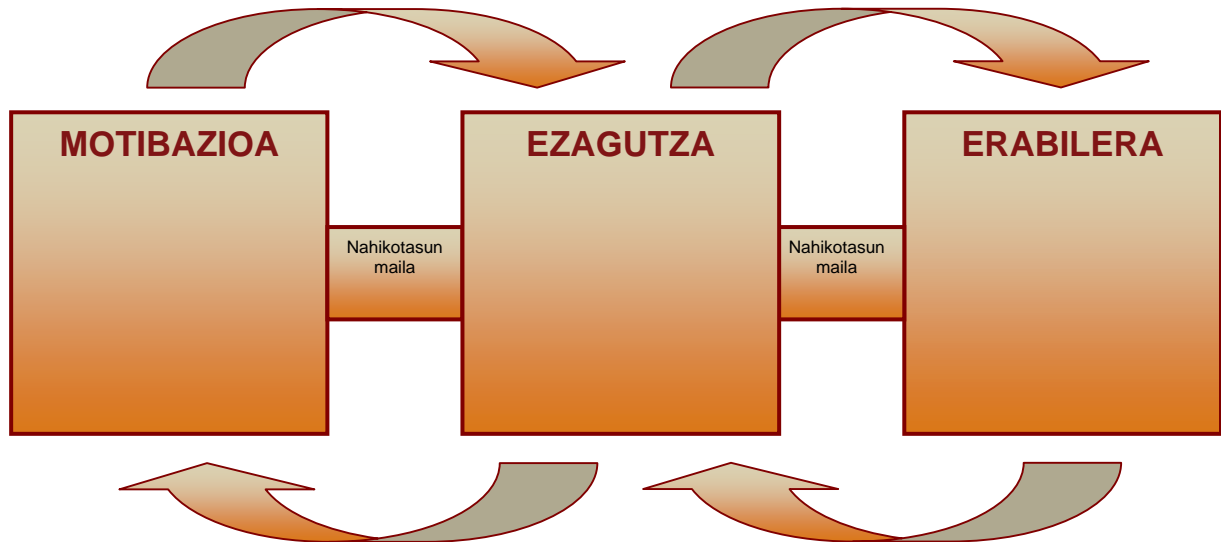
#### **2.1.2 EUSKARAREN ERABILERA PLANEN ARDATZAK**

Hizkuntza baten erabilera planek teorizazio bat eskatzen dute aurretik. Planak ezin dira inolako oinarri teorikorik gabe aurrera eramane eta enpresetan erabiltzen diren oinarri teorikoak edo ardatzak, gainontzeko erabilera planetan erabiltzen diren berdinak dira.

José María Sánchez Carrión “Txepetx”en *Un futuro para nuestro pasado* liburuan agertzen diren zenbait teorizazio dira gaur egun euskalgintzan erabiltzen diren oinarriak. Izan ere liburu horrek gaur egungo plan guztien ardatz izango diren teoria eman zituen jakitera.

Txepetxen ikasketen teorien helburua hizkuntzak ikasteen egiten den ibilbidea eta betetzen diren baldintzak argitzea da. Txepetxen arabera hizkuntza bat aipatu berri ditugun oinarritzko hiru faktore horiengatik ikasten da. Hiru faktoretan elkar lotuta daude eta zirkuitu bat osatzen dute.

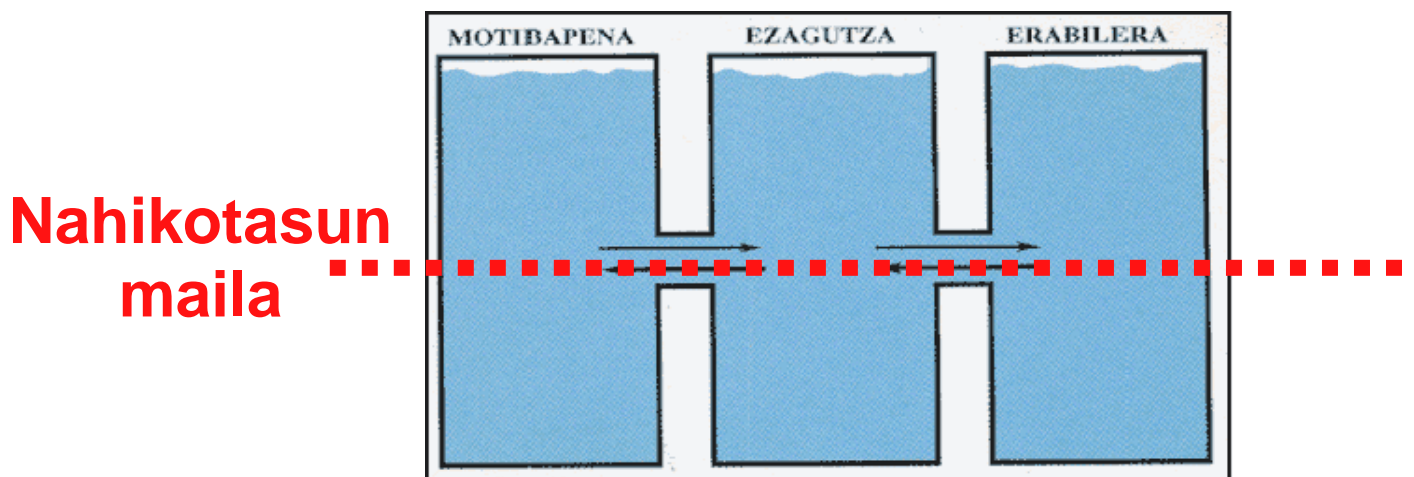
## IBILBIDE KULTURALA



## IBILBIDE NATURALA

(Iturria: Sánchez Carrión, J.M. (1987): *Un futuro para nuestro pasado.*)

Zirkuitu horretan hiru faktoreak nahikotasun maila bateraino heldu behar dira, bestela zirkuitua ez da betetzen, komunikatzen diren ontzien teoria deitu izan zaio honi.



(Iturria: Sánchez Carrión, J.M. (1987) : Un pasado para nuestro futuro.)

Hala ere, planaren ardatzak berdinak izango dira enpresa guztietan: motibazioa, ezagutza eta erabilera. Jose Maria Sanchez Carrion “Txepetx”en teorizazioan oinarrituta daude euskararen erabilera planak.

Horietako faktore bakoitza berezkoa ala induzitua (hau da hausnarketaren bidez eragindakoa) izan daiteke eta faktore hauen arabera, hizkuntza bat ikasteko, bi ibilbide mota daude:

**Ibilbide primarioa edo ibilbide naturala:** haurtzaroko ikasketa da, eta bertan erabilera, ezagutza eta motibazioa berezkoak dira. Euskararen kasuan, ibilbide naturala euskaldun zaharren ibilbidea da. Haurrek txikitatik burutzen duten ibilbidea da. Haurrek berez ikasten dute hizkuntza bat, bere inguruan entzuten dutena erabiliz hizkuntza ikasten dute. Erabiliz, ezagutza jaso egiten dute eta lortzen duen ezagutza berezko motibazioaz hornitzen dute.

Ibilbide naturalaren indar eragilea erabilera da. Erabilera da motorra ibilbide modu honetan.

**Ibilbide sekundarioa edo kulturala:** nerabegarotik gorako ikasketa prozesua da. Bertan erabilera, ezagutza eta motibazioa induzituak dira. Euskararen kasuan, euskaldun berrien ibilbidea da. Pertsona heldu batek bigarren hizkuntza bat ikasten duenean egiten duen ibilbidea da. Pertsona helduak hizkuntza bat ikasi nahi du (motibazioa), horrela ezagutza jasotzen du eta oinarritzko ezagutza bat bereganatzen duenean erabiltzen hasten da. Ibilbide modu honetan motibazioa da motorra.

Pertsona gehienek hizkuntzaren bi ikasketa prozesuak betetzen dituzte egoera normalizatuan: primarioa edo naturala bizitzaren lehenengo urteetan eta sekundarioa edo kulturala hezkuntza sistemaren bidez. Hizkuntza baten hiztun osoak hizkuntzaren pertzepzio bikoitza du batera, hau da, bi ibilbide motak eginak ditu.

Hala ere, euskara ez da hizkuntza normalizatu bat. Euskaldun askok ibilbide horietako bakarra egin dute. Adibidez euskaraz idazten ez dakiten euskaldun zaharrek ibilbide naturala euskaraz egin dute, baina ibilbide kulturala gazteleraz. Edota euskaldun berri batek, ibilbide naturala euskara ez den beste hizkuntza batean egin du eta euskara ikasten hasterakoan ibilbide kulturala euskaraz egiten du.

Txepetxen teoria hauek soziolinguistikan aritzen den pertsona guztiek ezagutu beharrekoak dira. Izan ere 70. hamarkadan bere teorizazio lanari ekin zionetik, gaur egun arte bere helburua euskararentzako etorkizun orekatua lortzea izan da. Eta hori da euskalgintza osoaren azkeneko helburua, baita euskara plan bat martxan jartzeko erabakia hartzen duen enpresaren helburua ere.

### **2.1.3 EUSKARAREN ERABILERA PLANEN EZAUGARRIAK**

Euskara planen aldeko argudioak landu ahal izateko, plan honen ezaugarriak ezagutzea beharrezkoa da. Hauek dira:

### **Motibazioa, erabilera eta ezagutza ardatzak**

Esan bezala, erabilera planen ardatzak motibazioa, erabilera eta ezagutza dira. Planak hiru elementu horiek kontuan hartuta diseinatu eta inplementatzen dira. Motibazio, erabilera eta ezagutza helburuak finkatzen dira.

### **Langileak protagonista**

Plangintza hauetan langileen konpromisoa ezinbestekoa da prozesuaren motor gisa jokatzeko.

Langile euskaldunek beren lana euskaraz egiteko duten motibaziotik abiatu behar du planak eta euskara teknikariak langileei motibazio lanetan laguntzen badie ere, langileek eurek hartu behar dute euskararekiko konpromisoa eta plangintza bultzatu eta aurrera atera.

Langile erdaldunek ere planean parte hartzen dute. Motibazioa eta ezagutza helburuak langile erdaldunei begira finkatzen dira gehienetan. Zenbait enpresetan, eremu erdaldunetan egiten diren enpresetan, langile erdaldun euskaltzaleak planaren eragile izaten dira.

### **Adostasuna**

Planak parte hartzailea izan behar du, eta plana abiarazteko beste baldintza bat enpresa osoaren adostasuna lortzea da. Proiektuak enpresako kide guztiek adostua behar du izan. Hasierako urrats gisa, beraz, lan handia egin beharra dago informazio eta motibazio aldetik, adostasuna lortzeko. Enpresak eta bertako kideek gai honen inguruko benetako heldutasuna lortzea ezinbestekoa da eta, horretarako, jendeari planaren nondik norakoak agertu, ikusarazi eta ulertarazi behar zaizkio, ezertan hasi aurretik.

### **Borondatezkotasuna**

Euskalduntze planak borondatezkoak dira, ez da inor derrigortzen euskara planean parte hartzera eta langileek nahi dutelako parte hartzen dute.

### **Izaera metodikoa, neurtua eta ebaluatua**

Planak helburu lorgarriak definitzea du ipar, erritmo orekatu bat izateko. Sinesgarritasunean oinarritua izan dadin, metodo landu bat jorratu da, beti ere, fase batzuk definitu, epe batzuk ezarri eta helburu batzuk lortu eta ebaluatu ahal izateko.

## **2.1.4 EUSKARA PLANEN BILAKAERA HISTORIKOA**

Planen bilakaera historikoa ezagutzea ere garrantzitsua da. Izan ere, historia horretan momentu eta egoera soziopolitiko ezberdinak bizi izan dira, eta momentu eta egoera bakoitzak argudio ezberdinak eskatzen ditu.

70. hamarkada garrantzitsua da euskararen berreskurapenean. Hamarkada horretan sortu ziren ikastolak, gaueskolak...

Lan munduan ere, 70eko hamarkadan, ahalegin handia egin zen euskararen sustapenerako: lantegietan bertan emandako euskara eskolak eta gaztelania-euskara itzulpen lanak izan ziren ahalegin horren zutabeak. Lan horrek denborarekin, eta krisi industrial tarteko, etena izan zuen. Bitartean, urte luzetan gizarte arlo askotan euskara bere aurrerabiderako dinamika garatzen joan zen, baina lan munduan, oro har eta salbuespenak salbuespen, gauzak gelditu zeuden.

### **Lehen garaia: kooperatiben mugimenduaren hasiera (1956-1977)**

Kooperatibetan hasi zen euskararen erabilera bultzatzen lan munduan. Arrasateko Kooperatiba Esperientzia 1956. urtean hasi zen Ulgor izeneko kooperatiba sortu zenean. Lantegi hori sortu zenetik aurrera, kooperatiba mugimendua deitutakoa gorpuzten hasi zen bailara horretan. 1970. hamarkadan lantegi berriak sortu ziren eta kooperatiba mugimendua sendo bati bide eman zitzaion.

Kooperatibak sortu ziren garaian, langileen gehiengoa euskalduna bazen ere, gizartean euskararekiko zegoen jarrera faktore klabea izan zen kooperatibaren harremanetan euskarak hartuko duen norabidea ulertzeko.

Debagoienako baserri giroan euskaraz bizi ziren, eta bertan euskararen transmisioa bermatuta zegoen. Kanean, Arrasaten, aldiz bestelakoa zen giroa: gaztelaniazko gaitasuna lortzeko giroa hedatzen ari baitzen. Betiko familia euskaldunetan, euskaraz hitz egiteari utzi egin zitzaion seme-alabek gaztelaniaz ikas zezaten. Horrela euskarak, guztiz galdu zuen funtzio instrumentala. Euskarak ez zuen inolako motibaziorik sortzen bizitza publikoan orokorrean, eta lan munduan zehazki.

Ulgor kooperatiban 1956. urtean, 235 langileen artean %80 euskaldunak ziren; Arrasaten kooperatiban 25 bazkidek 21 ziren euskaldunak eta Fagor Elektronika Kooperatiban 89 bazkidek 73 ziren euskaldunak.

Hala ere, lan hizkuntza gaztelania zen. Administrazioan, arlo komertzialean, bulegoetako lanean eta bulego teknikoan gaztelaniaz bakarrik funtzionatzen zen; tailerretan langile euskaldunen arteko harremanak euskaraz ziren.

Hasierako urteetan euskarari eustea lortu zuten euskaldun zaharrek osatu zuten ondorengo saiakera eta euskara planak hasteko beharrezko oinarria. Langile horiek euskaraz idazten hasi ziren: txosten batzuk euskaraz idazten zituzten; eguneroko lanean erabiltzen ziren hitz teknikoak euskaraz erabiltzen hasi ziren, eta paretan ere idazten zituzten.

Tailerretako ekimen horietaz gain, Batzar Orokorretan ere hainbat bazkidek euskararen aldeko aldarrikapenak egin zituzten.

### **Euskara eskolen garaia (1977-1983)**

Euskal Herri osoan Alfabetatze Euskalduntze mugimendua zabala sortu zen 70. hamarkadan. Arrasate inguruan ere mugimendua hori oso indartsua izan zen eta hainbat langile herriko gau-eskolatik kooperatibetako gau-eskolara igaro ziren.

Garrantzi gehien izan zuen garai horretako euskara plana Ularco taldearena izan zen. Ularco taldea 1975. urtean sortu zen. Ondoren 1986. urtean Fagor taldea izena hartu zuen. Ularco taldearen euskara planaren inguruan mugimendua sendoa eratu zen eta urte luze iraun zuen: 1981-1982 garaiko krisira arte.

1976. urtean Ulgor kooperatibako langile batek Kontseilu Sozialean euskara plangintza bat egitea proposatu zuen. Horrela sortu zen lehenengo euskara batzordea.



Ulgorreko talde horrek, langileei inkesta bat pasa ondoren, proposamen multzo bat bideratu zuen Ularco taldera, 1977ko otsailean. Eta Ularcoko Kontseilu Nagusiak honako ekintzak onartu zituen:

Irakasleen formazioa.

Ikasleen formazioa.

Euskara komiteak sortzea.

Arduradunak izendatzea.

Neurri instituzionalak finkatzea.

Garai horietako ekintzarik garrantzitsuenak euskara eskolak izan ziren. Hala ere, euskara eskolak martxan jarri eta bi urtera balorazioa egiterakoan euskara eskolekin nahikoa ez zela ondorioztatu zuten.

Neurri eta helburu berriak jartzeari ekin zioten.

### **Etena**

Mugimendu hori guztia martxan zela, 1980ko hamarkadaren atarian mundu mailan zabaldutako krisi ekonomikoak ere atea jo zuen Arrasateko Kooperatiba taldean. Ondorioz, lantegiak hainbat aldaketari aurre egin behar izan zioten eta euskara planak bertan behera gelditu ziren

### **“Mikroplangintzak” edo Esperientzia pilotuak (1990-1996):**

Eusko Jaurlaritzako Hizkuntza Politikarako Idazkaritza Nagusiak, 1990ean Euskararen Aholku Batzordeak egindako proposamena kontuan izanda, lan munduko hizkuntza plangintzarako programa diseinatu zuen. Horren ondorioz, euskararen erabilera urratsak egitea iparra izanik, euskara enpresaren gestioan txertatzeko metodologian ikertzen hasi eta “mikroplangintza” izenburupean hainbat esperientzia pilotu abiatu zen.

Lan tekniko-metodologikoan Hizkuntza Politikarako Zuzendaritza bera, HABE erakundea, Elhuyar eta Artez aritu ziren bost urte iraun zuen fase pilotuan. Ondorengo enpresetan egin zen ikerketa eta aplikatze-lana: ELAY taldea izan zen lehena eta, ondoren, Ikerlan, Caf, Arlan, MCC Koop. E., Fagor Ederlan, Ulma, Kutxa eta Labein enpresak aritu ziren prozesuan.

### **Lan munduko euskara planen hedatzea (1996-gaur egun):**

Seigarren urtera fase pilotua baloratu eta metodologia baliagarria zela baieztatuta, prozesua erraztu zuten beste faktore batzuekin batera, hedatzeko garaia iritsi zen eta, hasieran, batez ere, kooperatiba enpresa motako eta Debarroako (Debagoiena eta Debarrena) enpresak sartu ziren dinamika honetan. Baina denborarekin euskara planetan sartu diren enpresen profila zabalduz joan da etengabe, enpresa mota, kokagune, sektore eta abarri dagokienez.

Gaur egun Hego Euskal Herriko herrialde guztietan daude euskara planak. Oraindik orain Gipuzkoa da euskara plan gehien dituen herrialdea, eta Nafarroak berriz euskararen erabilera plan gutxien.

### **2002: ELA eta LAB sindikatuak euskara planen alde agertzen dira.**

2002. urtean ELA eta LAB sindikatuek lan munduan euskararen normalizazioari ekin zioten, publikoki lehen aldiz urte horretan atera ziren behintzat. Aurretik, azken urteetan euskara sustatzeko ekimen ugarritan parte hartu zuten ELA eta LAB sindikatuek beste arlo batzuetako euskalgintzako eragileei laguntza eskainiz. 2002an berriz, ardura eta gidaritza hartzeko txanda iritsi zitzaion: euskara bere jardun arloan sustatze aldera erantzukizun osoa

hartuko dutela jakinarazi zuten. Ordura arte enpresako atetik aurrera euskara desagertu egiten zen: harremanetan, plangintzetan, produktuak merkaturatzeko orduan...baina sindikatuek 2002an adierazi zuten enpresek euskarari ateak irekitzeko ordua zela. Sindikatuen ustez, amildegia zegoen gizartearen hizkuntza errealitatearen eta euskarak lan munduan eta enpresetan duen presentziaren artean.

ELA eta LAB sindikatuek, eragile sozial diren neurrian, bat egin zuten euskal herritarren gehiengoak euskara sustatu eta normalizatzeko zuen nahiarekin. Hizkuntza eta lan munduaren arteko harremana indartzeko konpromisoa hartu ez ezik, enpresetan euskararen errealitatea hobetze aldera, euskararen normalizazio planak eta dinamikak bultzatuko zituztela adierazi zuten.

Ildo horri eutsiz, ELAk eta LABek lan munduan jauzi kualitatiboa eman nahi zutela adierazi zuten eta horretarako konpromiso jakin batzuk hartu zituzten. 2002an, negoziozko kolektiboan, hitzarmen sektorialetan eta enpresetako hitzarmenetan euskararen aldeko aldarrikapena egitea izan zen. Eta horretarako, lehenik eta behin, euskarari buruzko klausula berezi bat txertatu zuten.

Sindikatuek lan munduan euskararen erabilera sustatzeko lehen arrazoia hizkuntza eskubideekin lotzen zuten. Hala eta guztiz ere, hizkuntza eskubide kontua baino gehiago zela gogorarazi zuten sindikatuen ordezkariak. Beraien esanetan euskararen erabilera bermatzeak enpresaren kalitatea hobetzen du. Beraz, langile euskaldunen lan baldintzen kalitatea ere hobetzen du, eta hori bermatu nahi zuten sindikatuek. Horrez gain, enpresako zerbitzuen erabiltzaile eta produktuen erosle euskaldunei zuzenduriko kalitateaz ere hausnartu zuten sindikatuek.

Helburu horiei eutsi eta indarra emateko, enpresarien eta langileen arteko jarrera aktiboak beharrezkoak zirela aitortu zuten ere. Langileen konpromisorik gabe euskarak ez du normalizaziorik lortuko enpresetan, eta enpresarien jarrerak ere egokiak izan behar zirela gaineratu zuten.

ELA eta LABen lan ildoak 2002an:

- ❑ Euskararen erabilera indartu behar delako diskurtsoa landuko dute.
- ❑ Lege orokorrak landu eta horiek bideratzeko tresnak moldatuko dituzte.
- ❑ Maila interprofesionalari dagokionean, babes edo marko instituzionalizatu bat landuko dute.
- ❑ Normalizazio planari eusteko prest leudekeen enpresak aukeratuko dituzte.
- ❑ Enpresetan euskara sustatzeko beharra gizarteratzen lagunduko duen kanpaina burutuko dute.
- ❑ Euskararen normalizazioaren inguruko hausnarketak sakontzeko jardunaldiak antolatuko dituzte.

**2006:Euskara planei bultzada nabaria.**

❑ **Lankidetzak Akordio Markoa sindikatuekin eta enpresaburuen elkarteekin.**

Eusko Jaurlaritzak eta ELA, CCOO, LAB eta UGT sindikatuek 2006ko irailaren 21ean izenpetu zuten Lankidetzak Akordio Markoa. Akordio honek euskara lan munduan biziberritzea du helburu. Hitzarmen hau irailaren 6an Kultura Sailak eta CONFEBASK, ADEGI, CEBEK eta SEA enpresaburuen elkarteek izenpetu zuten enpresa alorrean euskararen erabilera biziberritzeko hitzarmen markoaren ildo beretik zihuan.

Hitzarmen honen sinatzaileek enpresa jardunean ere euskararen erabilera normalizatu eta areagotzeko bideak urratu behar direla ikusten dute.

Sindikatuak eta enpresaburuen elkarteak bere gizartearekin konpromiso estua dutela, eta hitzarmena sinatzerakoan ere, euskal gizarteak batera egin beharreko zeregin horretan aktiboki parte hartzea nahi zutela adierazi zuten.

Hitzarmenaren aldeak adostasuna behar dela uste dute, hizkuntzaren inguruko ohiturak eta joerak pixkanaka aldatzeko, hori delako onargarria den bide bakarra. Beharrezkoa da prozesuan parte hartu behar dutenekin lortutako akordioa oinarritzat hartzea, era honetako proiektu batek guztion adostasuna eta ahalegina nahitaezko dituelako.

Azkenik, bi aldeek lankidetzan jardun behar dela uste dute, herri-aginteak eta alor sozio-ekonomikoa elkarren osagarri izatea oinarritzko abiaburua delako.

❑ **Lan Hitz**

LanHitz, lana eta hitza, euskara eta eguneroko lana uztartu eta indartzeko Eusko Jaurlaritzak sortutako ekimena da.

Lan munduan euskararen erabilera eta presentzia suspertzeko Eusko Jaurlaritzaren Hizkuntza Politikarako Sailburuordetzak bultzatutako programa da, foru-aldundiekin eta EUDELekin elkarlanean eta Eusko Jaurlaritzako Industria eta Lan Sailekin bat eginik. Badu, bestalde, enpresari-elkarteen eta sindikatu nagusien bermea.

Azken urteotan, hiritarrek zein botere publikoek euskal gizartea gero eta elebidunagoa izateko ahaleginak egiten dihardute. Bide honetan, Eusko Jaurlaritzak lan munduan euskararen erabilera sustatzeari ekin zion 90eko hamarkadan. Orduan enpresa handiei eta aldeko baldintzak zituztenei zuzendutako programa pilotua zena, gaur gainontzeko enpresetara zabal daitekeen egitasmo finkoa da.

Eusko Jaurlaritzaren ustez, politika aktiboak eta enpresarien, langileen eta sindikatuen parte-hartzearekin, euskararen erabilera bermatuz, euskara errealitate bihurtu dezakegu lan munduan eta honekin euskal gizarte integratua eta batuagoa lortu.

Lan hitz tresnaren definizioa:

√ LanHitz, lana eta hitza, euskara eta eguneroko lana uztartu eta indartzeko Eusko Jaurlaritzak sortutako ekimena da.

√ Enpresa bakoitzaren neurriko plana: EME Erreferentzia Marko Estandarra

Asko dira enpresetan hobetu daitezkeen alderdiak. Horiek guztiak bildu, ordenatu eta errazenetik zailenerako hurrenkeran jarriak daude Erreferentzia Marko Estandarra (EME) deritzan taxonomian.

Enpresan landu nahi diren alderdiak hiru ardatz edo multzotan aurkitzen dira:

1. Enpresaren irudian eta komunikazioan: errotulazioa, harrera, publizitatea, webgunea, etab.
2. Kanpo harremanetan: bezero euskaldunekin ahozko nahiz idatzizko harremana, produktua edo zerbitzua, hornitzaile eta administrazioekiko harremana, etab.
3. Barne harremanetan: informazioa eta komunikazioa, pertsonalaren administrazioa, laneko prestakuntza, ahozko harremana, lan-agiriak, etab.

EMEn goiko adierazle horiek eta beste asko ere agertzen dira: euskal hiztunak zenbat eta non diren, baliabideak, etab.

Dena aztertuz gero, enpresarentzat egokienak begiz jo, eta bakoitzaren neurriko plana egiten hasteko moduan izango da edozein enpresa.

√ Laguntzak

Eusko Jaurlaritza, laguntzeko prest dago, bai diruz, baita bestelako gaietan ere.

√ Dirulaguntzak

Kultura Sailak dirulaguntza-deialdi bidez urteko kostuaren %70era arte finantza lezake, betiere honako gai hauei lotuta:

- Lehen euskara planaren diseinua.
- Itzulpenak.
- Aldi bereko itzulpen zerbitzua.
- Euskal hiztunen trebakuntza.
- Softwarea.
- Jarraipen, ebaluazio eta birmoldatze lana.

Eta, gainera, badira beste laguntza batzuk ere: Diagnostikoa eta zer-non landu begiz jotzeko aholkua; plana egin, kudeatu eta ebaluatzeko aplikazio informatikoak; lan-agiriak, terminologia eta fraseologia ohikoena biltzen duen banku telematikoa Software estandarra euskaraz...

## **2.2. Euskara planen beharra euskararen normalizaziorako bidean**

Egitasmo honen hasieran lan mundua euskararen normalizaziorako bidean estrategikoa dela aipatu dugu. Datozen lerroetan hori azalduko dugu.

### **2.2.1 HIZKUNTZAREN FUNTZIOAK**

Lan munduak euskararen normalizazioaren bidean duen garrantzia ulertu ahal izateko, Jose Maria Sanchez Carrion “Txepetx”-en teoriara hurbildu behar gara berriro.

Txepetxek zioenaren arabera hizkuntza batek, munduko edozein hizkuntzak, 7 funtzio ditu:



(Iturria: *Un futuro para nuestro pasado*/ José María Sanchez Carrión “Txepetx”)

Lehenengo bi funtzioak (pertsonarena eta familiarena) aurreko puntuan azaldu dugun ibilbide naturalean jasotzen diren funtzioak dira. Azkeneko biek berriz, ibilbide kulturalaren beharra dute. Hau da, hizkuntza bat nazioarteko hizkuntza izan dadin, beharrezkoa da hizkuntza hori ibilbide naturalean zehar ikasi ez duten hiztunek hizkuntza hori ikasteko beharra izatea. Gaur egun hizkuntzaren azkeneko funtzioa betetzen duten hizkuntzak oso gutxi dira, eta horrek hizkuntzen arteko oreka oztopatzen du. Izan ere, nazioarteko hizkuntzaren funtzioa betetzen duten hizkuntzek gainontzeko funtzioak ere betetzen dituzte.

Hizkuntza baten prestigioa eta estimua hizkuntza bakoitzak bere gizartean betetzen dituen funtzioen arabera da. Eta hizkuntza guztiak gatazkan daude euren artean.

Ingelesa eta frantsesa adibidez zazpigarren funtzioarengatik daude gatazkan, biek izan nahi dutelako nazioarteko hizkuntza. Adibide berdinarekin jarraituz, badirudi frantsesak galdu duela gatazka hori, gaur egun ingelesa delako nazioarteko hizkuntza. Kasu horretan frantsesak kultur hizkuntza izateko borroka egingo du.

Euskara bezalako hizkuntza minorizatuen kasuan, borroka laugarren eta bosgarren funtzioetan dago. Izan ere, hizkuntza bat desagertze prozesutik, berreskuratze prozesura pasatzeko bosgarren funtzioa bete behar du. Euskarak euskararen lurraldeko nazio hizkuntza izatea behar beharrezkoa du bizi irauteko, hizkuntzen funtzioen teoriaren arabera.

Hala ere, bosgarren funtziora heldu aurretik, hirugarren funtzioaz hitz egitea dagokigu. Izan ere, hizkuntza bat norbanakoarena eta bere familiarena izan ondoren, lana egiteko ere baliagarria izatea beharrezkoa baita hizkuntzaren berreskurapen prozesuan.

Eta euskararen kasuan, gaur egun gutxi batzuk baino ez dira lana euskaraz egiten dutenak. Zoritxarrez, gaur egun euskarak ez du lanerako funtzio hori betetzen. Beraz, euskara desagertze prozesutik berreskuratze prozesu baterantz bideratu nahi badugu lana euskalduntzea oinarritzkoa da.

Horregatik, azken urteetan, berebiziko indarra egiten ari dira hainbat sektoretik lan mundua euskalduntzeko: sindikatuetatik, euskalgintzatik, enpresaburuetatik, Eusko Jaurlaritzatik, lana euskalduntzeko lanean dauden enpresetatik...

Guztiak argi ikusi dute euskara berreskuratu nahi baldin badugu behar beharrezkoa dugula lana euskalduntzea.

## **2.2.2-GAZTERIA EUSKARAZ DATOR**

**18 urteko euskal ikasleen herenek (%35,8) D ereduan ikasi zuten 2001/2002 ikasturtean**  
2001/2002 ikasturtean, 433.485 haur eta gazte zeuden matrikulatuta euskal eskoletan, Unibertsitate aurreko ikasketak egiten. Lurralde bakoitzean dauden hizkuntza ereduak ez dira berdin-berdinak, baina xehetasunetan sartu gabe, honakoa da hizkuntza ereduaren araberrako banaketa:

- D ereduan (gai guztiak euskaraz eta gaztelania edo frantsesa ikasgai bezala): 155.117 ikasle (%35,8).
- B ereduan (ikasgaien erdiak euskaraz eta beste hainbeste erdaraz): 71.660 ikasle (%16,5).
- A ereduan (euskara ikasgai bezala, gainerako guztia erdaraz): 116.623 ikasle (%26,9).
- X edo G ereduetan (guzti-guztia erdaraz, euskararik ez): 90.085 ikasle (%20,8).

Beraz, euskal haur eta gaztetxo gehienek jasotzen dute euskarazko nolabaiteko irakaskuntza, A, B eta D ereduetan ikasten baitute ia bost ikasletatik lauk (579,2)

### **Hezkuntza ereduaren datuak ez dira berdinak herrialde guztietan**

Hizkuntza ereduaren gaian, alde nabarmenak daude herrialdeetatik herrialdera.

#### **□ Gipuzkoan**

Berriz ere, unibertsitate aurreko ikasketen inguruko datuak aztertuz, euskarak sarbide handien Gipuzkoan duela ikusten dugu. Bertan, ez dago euskarazko eskolarik jasotzen ez duen haurrik, eta gehiengo nagusi batek (560,9) D ereduan egiten ditu bere ikasketak. Kopuru hori gainera, are handiagoa da Lehen Hezkuntzan (%68,8), 12 urte bitartekoan, alegia.

#### **□ Bizkaian**

Bizkaian, ez da erdira iristen euren ikasketak D ereduan egiten dituzten haur eta gaztetxoaren kopurua (%40,0), eta bada alor txiki bat (%1,2) euskarazko inolako eskolarik hartzen ez duena. Hamabi urte arteko haur bizkaitarrak soilik hartuta, erdiek ikasten dute D ereduan (%50,6).

#### **□ Araban**

Arabian laurdenek baino gehixeagok soilik (%27,2) ikasten dute D ereduan, eta eredurik aukeratuena A eredu da: ia erdiek (%46,6) ikasten dute euskara soilik ikasgai gisa hartzen duen gaztelaniazko eredu horretan.

#### □ **Nafarroan**

Nafarroan, haur eta gaztetxoek erdiek baino dezente gehiagok (%60,7) ez dute hartzen euskarazko ikasgai bat bera ere euren eskoletan. Eta bost haur eta gaztetxoetatik bakarrak ikasten du D ereduan (%20,5), nahiz eta kopuru hori handiagoa izan 12 urte bitarteko haurrak soilik kontuan hartuta (%25,2).

#### □ **Iparraldean**

Are eskasagoa du euskarak Lapurdiko, Nafarroa Behereko eta Zuberoako eskoletan. Hiru herrialde horietako haur eta gaztetxoek hiru laurdenek baino gehiagok (%78,1) ez dute hartzen euskarazko ordu bakarra ere euren ikastetxeetan. Hogeita bost haur eta gaztetxotik bakarrak ikasten du D ereduan (%4,0). B ereduan % 9,2 eta A ereduan % 8,8.

Euskarak irakaskuntzan duen sarbidea, beraz, asko aldatzen da herrialde batetik bestera, eta arrazoi bat baino gehiago daude horretarako.

### **Ikastolen sorrera garaiak**

Ibilbide luzea egin du euskarak irakaskuntzan.

#### □ **Lehenengo ikastolak**

Lehenengo ikastolen sorrera 1910 eta 1920 inguruan kokatu ohi da. 1932-1936 bitartean, Bizkaian, Euzko Ikastola-Batza antolatu zen, baina Espainiako Gerrate Zibilak lehenengo eta Frankismo garaiko zapalkuntzak ondoren, eten egin zuten garai haietan hasitako bidea. Duela 40-45 urtetik hona, Frankismo garaian Gipuzkoan eta Bizkaian lehenengo ikastolak sortzen hasi zirenetik, gauzak asko aldatu dira euskal hezkuntzan, lehen urrats apaletatik egungo egoeraraino.

#### □ **1964-1965 ikasturtea**

1964-1965 ikasturtean, adibidez, 596 haurrek besterik ez zuten ikasi Euskal Herria osoan euskaraz. Hortik aurrera, hazkunde azkarra eta etengabea ezagutu du euskarazko irakaskuntzak.

#### □ **1971-1972 ikasturtea**

Horrela, sei ikasturte geroago, eta ikastoletako guraso zein irakasleen borondateari, sufrikarioari eta lan izugarriari esker, 1970-1971 ikasturtean, hogeitaz handiagoa izan zen kopurua: ordurako 11.885 haurrek ikasten zuten euskaraz. Gipuzkoan eta Bizkaian ez ezik, Araban, Nafarroan eta Lapurdin ere lehen ikastolak sortzen hasiak ziren.

#### □ **1975-1976 ikasturtea**

Ikastolen hazkunde azkar horrek, hurrengo urteetan ere jarraitu zuen eta 1975-1976 ikasturterako 33.851 haur zeuden ikastoletan eskolatuak. Hazkunde izugarria beraz, ikastolen lehen urte haietan euskarazko irakaskuntzak izan zuena.

Hala ere, garai hartan oraindik, euskal ikasle guztien zati oso txikiak ikasten zuen euskaraz; euskal ikasleen %90ek baino gehiagok erdara hutsean egiten zituzten beren ikasketak.

### **Azken hogeitaz ikasturteetako bilakaera**

Euskarazko irakaskuntzaren hastapen haietatik aurrera, etenik gabe jarraitu du euskarak ikastegietan sartzen.

1982-1983 ikasturtetan, ikasleen zati txiki batek besterik ez zuen ikasten D ereduan, %12,8k hain justu. Orduetik aurrera etengabea izan da eredu horren hazkundera, 2001-2002 ikasturteko %43,4ra iritsi arte. Erdara hutsezko ereduak, euskara ikasgai gisa ere hartzen ez duena, atzera joan da urtez urte. Euskarari nolabaiteko sarbidea ematen dioten A eta B ereduak aurrera egin dute Euskal Herrian azken 20 urte hauetan eta erdara hutsezko ereduari indarra kendu diote. Irakaskuntzan euskararen sarbidea, etengabea izan da azken 20 urte hauetan. Bereziki aipagarria da 90eko hamarkadaren erdialdeko ikasturteetan izandako hazkundera.

### **2.2.5-Herrialde guztietan egin du aurrera euskarak irakaskuntzan**

Euskal irakaskuntza herrialde guztietan indartu da. Eremu bakarrean ere ez du atzera egin euskarak irakaskuntzan; hala ere, herrialde guztien abiapuntua ez zen berdina.

Zehazki. 1982-1983 ikasturtean, D ereduan ikasten zuten haur gipuzkoarren %28,3k, bizkaitarren %9,2k eta nafarren %6,6k. Askoz ere ahulagoa zen D ereduak Iparraldean (%2,2) eta batez ere Araban (%1,8). Azken herrialde honetan, ikasleen %10,5 ikasgai erdiak euskaraz dituen B ereduan ari ziren, eta ikasgai gisa euskara sartzen zuten A ereduan ari ziren Arabako haur gehienak (%67,3).

Abiapuntu ezberdinaz gain, eta euskararen sarbideari begiratuta, herrialde guztietan ez da gertatu hazkunde prozesu berdina.

#### **□ Gipuzkoan**

Gipuzkoan, erdara hutsezko ereduak zein A ereduak jaisten joan dira urtez urte, eta gaur egun ia ez dago eredu horietan ikasten duen haurrik (%3,2 besterik ez).

B ereduak berriz, handituz joan da. 1982-1983 ikasturteko %13,9tik, 1995-1996ko %37,8ra pasatu zen, eta hortik aurrera indarra galtzen hasi zen D ereduaren mesedetan.

1982-1983 ikasturtean D ereduan zebiltzanak ez ziren haur gipuzkoarren herenera iristen (%28,3), baina etenik gabeko igoerari esker, dagoeneko Gipuzkoako haurren bi herenek (%68,8) ikasten dute euskalduntzea ahalbidetzen duen eredu horretan.

#### **□ Bizkaian**

Bizkaian, aztertutako epealdiaren hasieran indartu zen erdara hutsezko ereduak (%28,2), baina urtez urte gutxituz joan da, eta egun % 1,5ek besterik ez dute hautatzen.

A ereduak handituz joan zen 1985-1986 ikasturtera arte. Ikasturte horretan, A ereduan ikasi zuten haur bizkaitarren hiru laurdenek, eta hortik aurrera eredu horrek indarra galdu zuen Bizkaian, egungo %21,0ra iritsi arte. Galera hori B eta D ereduaren mesederako izan da.

Bi eredu horiek etengabe igo dira Bizkaian: B ereduak 1982-1983ko %8,2tik 2001-2002ko %27ra egin du gora. Are gehiago indartu da D ereduak: 1982-1983ko %9,2tik gaur egun %50,6ra.

#### **□ Araban**

Bizkaiko joera berdinak antzematen dira Araban. Hasieran erdara hutsezko ereduak indarra galdu zuen A ereduaren mesedetan. A ereduak 1984-1985 ikasturtean goia jo eta gero (haur arabarren %82,1ek ikasi zuten eredu horretan), jaitsiz joan da etengabe, eta egun %26,9an da.

Galera hori B eta D ereduaren mesedetan izan da.

B ereduak etengabe egin du gora: 1982-1983ko %10,5etik gaurko %40,0ra. Horixe da, gaur egun, Araban ikasle gehien duen ereduak. Proporzionalki gehien hedatu dena, hala ere, D ereduak dugu: 1982-1983 ikasturteko %1,8tik gaurko %33,1 era.



#### □ **Nafarroan**

Nafarroan ere asko handitu da D ereduaren matrikulatutako haurren kopurua: 1981-1982ko %6,6tik egungo %25,5era. Hazkunde hori etenik gabea izan da.

1991-1992 urtean G ereduaren zegoen matrikulatuta lau haur nafarretik hiru (% 76,3). Hau da, haurren %76,3k euskara ikasgai bezala ere ez zuen. 2001-2002 ikasturtean, ordea, %46,0 dira G ereduaren matrikulatutakoak.

B ereduak oso indar gutxi izan du Nafarroan, eta gorakada izan duen beste eredu A izan da, hau da, euskara ikasgai bezala duena. 1991-1992 ikasturtean %8,2 ziren A ereduaren matrikulatutakoak, 2001-2002 ikasturtean, aldiz, % 28,3.

#### □ **Iparraldean**

Lapurdin, Nafarroa Beheran eta Zuberoan ere, etenik gabea izan da D ereduaren hazkundera. Hala ere, gainontzeko herrialdeetako baino motelagoa edo ahulagoa izan da hazkunde hau. 1982-1983ko % 2,2tik gaur egungo %5,7ra.

Euskararik gabeko ereduak jaun eta jabe jarraitzen du lurralde horietan, baina urtez urte behera doaz. Horrela 1997-1998 eta 2002-2003 bitartean %73,5etik %67,6ra jaitsi dira beren ikasketak erdara hutsez egiten dituztenen ehunekoak.

### **Irakaskuntzatik lan mundura**

Irakaskuntzak berebiziko garrantzia du hizkuntzak sustatzeko orduan. Azken hamarkadetan, zehazki, irakaskuntzak euskarak izan duen sarbideari zor zaizkio herritarren euskalduntzean egindako urrats nagusiak. Euskal haur eta gazteek euskaraz jakin dezaten, funtsezkoa da ikasketak euskaraz egitea. Kezkagarria da, oraindik Lanbide Heziketan eta unibertsitatean euskarak duen toki eskasa.

Azken hamarkada luzeetan, euskara sustatzeko bidean, euskalgintzaren eta zenbait erakunde publikoren ekimena irakaskuntza arlora bideratu izan da, hasi ikastolen mugimendutik eta oro har, gaur egungo D ereduaren zein eskola nazionalaren aldeko mugimendu aberats eta askotarikoa. Egindako lan eskerga bere fruitua ematen ari da, eta egun, euskara poliki-poliki dagokion lekua ari da hartzen irakaskuntzan.

Lan handia gelditzen da hala ere, euskal haur eta gazte guztiei euren hizkuntzan bizitzeko gaitasuna bermatuko dien irakaskuntza sistema gauzatu arte.

Eta behin gaitasun hori lortuta, ikasketak bukatu eta euskal gaztea lan mundura murgiltzen denean, zer gertatzen da?

Salbuespenak salbuespen lan mundu erabat erdalduna aurkitzen du, nekez euskaldundu den gaztea.

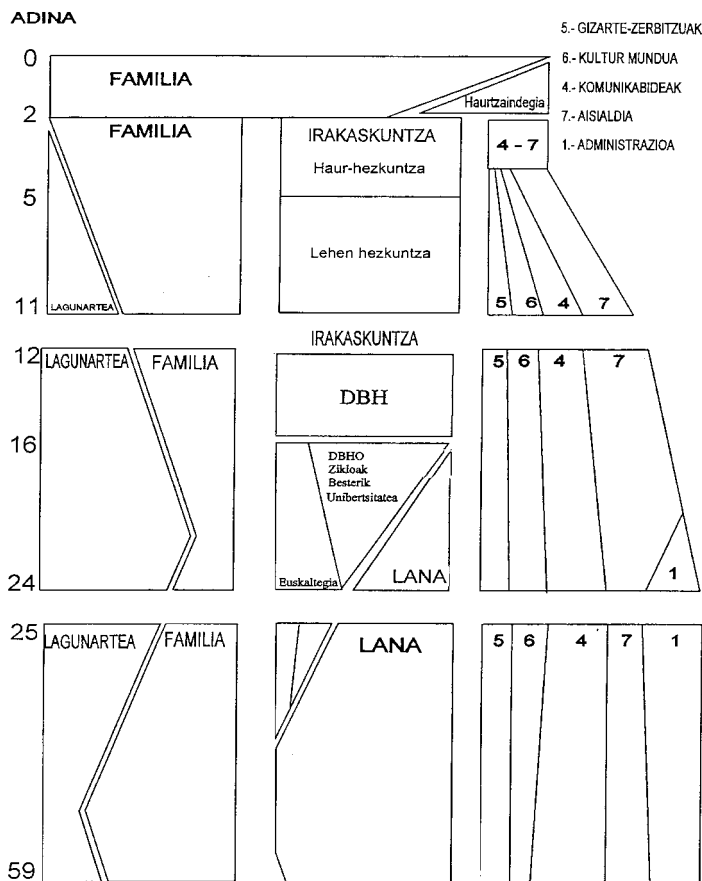
Beraz, gazte hori euskaraz hitz egiteko gaitasuna izateaz gain, euskara erabiltzea nahi baldin badugu, argi dago zein izan behar den euskararen alde lanean dauden talde guztien hurrengo erronka: lan mundua.

Gutxinaka gutxinaka, zenbait gizarte eragile horretaz jabetu eta lanean hasi dira.

Irakaskuntza datuak ikusita, eta D ereduan matrikulatutako haurren portzentajeak ikusirik, logikoa da enpresetan euskararen erabilera planak martxan jarri ziren lehenengo enpresak Gipuzkoan egotea. Eta Gipuzkoaren atzetik Bizkaia.

Araba eta Nafarroan eskasak baino eskasagoak dira euskararen erabilera planak, salbuespenak direla esan daiteke inolako zalantzarik gabe. Dena den, Araban Nafarroan baino erabilera plan gehiago dago. Baina horren arrazoia ez da irakaskuntzaren bilakaera.

### 2.2.3-JARDUERA ESPARRUEN ERAGINA ADIN TARTEEN ARABERA



(Iturria: Amonarriz, K., Arruti, I., Osa, E. (2004): *Ahozotasuna eremu ez-kurrikularrean hizkuntza proiektuaren markoan.* )

Marrazki edo grafiko honetan ongi ageri da adin tarte bakoitzean non pasatzen dugun denbora gehien.

Pertsona baten bizitzan, 16 urte bete aurretik lanak ez du inolako eraginik. 16 urtetatik aurrera hasten da lana pertsonaren jarduera esparruan agertzen, 25 urtetatik aurrera igoera nabarmena du. Urte batzuetan gainera, 35-45 urte tartetean jarduera esparru garrantzitsuenak da, eskaintzen diogun tartea kontuan hartzen badugu behintzat.

Grafiko honetan oinarrituta, adin tarte bakoitzean euskararen normalizazioa bultzatu nahi baldin badugu, jarduera esparru ezberdinetan eragin behar dugu. Horrela txikitatik

familian eragin beharra dago, gaztetan lagunartean, eta pertsona bat heldua denean lanean. Edonola ere lanean eragitea ezinbestekoa dela argi ikusten da.

## **2.3. Zerbitzu enpresen garrantzia euskararen normalizaziorako bidean**

Enpresa asko eta mota askotakoak daude gure inguruan. Egitasmo honetarako zerbitzu enpresak eta merkataritza aukeratu dira. Bi enpresa mota hauek gainera, (merkataritza saltokiei enpresa txikiren tratamendua ematen zaie lan honetan) bezeroarekin harreman zuzena dute. Eta langile euskaldunak euskaraz lana egiteko eskubidea bermatzeko urratsak emateaz gain, bezero euskaldunen hizkuntza eskubideak ere bermatzeko lana egingo da.

### **2.3.1 ZER DA ENPRESA BAT**

Enpresa, kapitala (dirua), lana eta zuzendaritza koordinatzen dituen unitate ekonomiko-soziala da. Enpresaren helburu nagusia, gizartean baliagarria izango den produkzioa egitea da.

Enpresa ekonomi jarduera planifikatua da, eta ekonomian enpresa oinarrizko unitate ekonomikoa da. Enpresaren bidez merkatuak dituen beharrak betetzen dira, horretarako giza baliabideak eta baliabide materialak erabiliz. Hau da, enpresaren ardura da produkzioaren faktoreak antolatzea, kapitala eta lana.

Enpresaren egiturari hiru motako elementuak daude: gizakiak, elementu teknikoak eta elementu materialak. Hiru elementu hauek koordinatuz, enpresak produktuak egin behar ditu, edota komunitateari zerbitzu batzuk eskaini behar dizkio. Normalean, elementu horiek koordinatzeko administratzaile bat egoten da, eta bera izaten da helburuak ongi betetzeko erabakiak hartzen dituenak.

Bizi garen gizarte kapitalista honetan, merkatu librearen deitzen dioten honetan, normalean enpresaren lehentasuna sortutako produktu edo zerbitzuen bidez irabaziak handitzea izaten da. Eta askotan, gehienetan, irabazi horiek langileen ongizatearen gaitetik egoten dira.

Hori dela eta, langileak sindikatuetan batu egiten dira.

### **2.3.2 ENPRESA MOTA EZBERDINAK**

#### **□ Ekonomia jardueraren arabera.**

√ Lehen sektoreko enpresa: naturaren baliabideekin lortutako produktuak edota zerbitzuak sortzen ditu, nekazal, abeltzain, arrantza edota mehatz enpresak.

√ Bigarren sektoreko enpresa: bere produkzio ekintza baliabide natural batzuk erabilgarri izango diren beste produktu batzuetan transformatzea da. Industrial eta eraikuntza enpresak daude talde honetan.

√ Hirugarren sektoreko enpresak, edo zerbitzu enpresak. Mota oso ezberdineko enpresak daude talde honetan: merkataritza, garraioa, turismoa, aholkularitza...

#### **□ Izaera juridikoaren arabera, hau da, enpresaren jabetza eta bere jabeen ardura legalaren arabera.**

- √ Banakako enpresak: pertsona bakar batenak dira enpresa hauek. Negozio bat egiteko modurik errazena da, eta normalean enpresa txikiak edo familiakoak izaten dira.
- √ Enpresa sozietarioak edota soziedadeak: pertsona bat baino gehiagoz osatutako enpresak dira. Enpresa gehienak horrelakoak izaten dira, eta enpresa mota ezberdinak daude honen barruak: SA (Sociedad Anónima), SL (Sociedad Limitada) edota kooperatibak, esate baterako.
- **Enpresaren dimentsioaren arabera:** ekonomilariak ez dira ados jartzen enpresa bat txikia edo handia izateko bete behar diren irizpideetan. Ez dago enpresaren tamaina neurtzeko irizpide bateraturik. Normalean erabiltzen diren adierazleak honakoak izaten dira: salmenten neurria, enpresaren kapitala, langile kopurua, irabaziak...Gehien erabiltzen dena langile kopurua izaten da, eta irizpide honen arabera honela sailkatu ditzakegu enpresak:
  - √ Mikroenpresa: 10 langile baino gutxiago baldin baditu.
  - √ Enpresa txikia: 50 langile baino gutxiago baldin baditu.
  - √ Enpresa ertaina: 50 eta 250 langile artean dituenean.
  - √ Enpresa handia: 250 langiletik gorako enpresa.
- **Enpresaren jardueraren esparruaren arabera** ere sailkatu daiteke enpresa. Kasu honetan elementu geografikoa da irizpidea:
  - √ Herrietako enpresak.
  - √ Eskualdetako enpresak.
  - √ Nazio mailako enpresak.
  - √ Multinazionalak.
- **Kapitalaren jabetzaren arabera,** berriz, horrela sailkatzen dira enpresak:
  - √ Enpresa pribatua: dirua norbanakoen esku dago.
  - √ Enpresa publikoa: dirua eta enpresaren kontrola estatuaren esku egoten da.
  - √ Enpresa mistoa: jabetza norbanakoen eta estatuaren artean banatzen bada.
  - √ Enpresa soziala: diruaren gehiengoa edo guztia langileen esku dagoenean, kooperatibak adibidez.

### 2.3.3 ERANTZUKIZUN SOZIALA: GAUR EGUNGO ENPRESEN EZAUGARRIA

Enpresak, kapitalaren jabeari irabazi ekonomikoak emateaz gain, gizarteari ere zenbait onura ekarri dizkio. Orokorrean, gizarteak behar dituen zenbait baliabide edo produktu lortu dira enpresaren jarduerari esker, eta publizitateari esker, gizartearen ongizatean eragin duten zenbait produktu ezagutu ditugu. Gainera, produktibitatea handitzeak, salneurrien jaitsiera ekarri du.

Hala ere, enpresa batek bere helburu ekonomikoei bakarrik aurre egitea ez da ongi ikusten gizartean. Jendeak, orokorrean, enpresetatik gehiago espero du. Gizartearen alor sozialean parte hartzea espero du.

Gainera, enpresak aurrera egiteko eta modu integralean garatzeko, merkatuaren ekonomia baten barruan egin behar du. Eta Wilhelm Röpke ekonomilariaren arabera, merkatu ekonomia ondo antolatutako ekonomia izan behar du. Hau da, moneta sistema osasuntsua behar da, eta kredituen politika zuhurra. Ordenu juridikoaz ere hitz egiten du ekonomilari honek eta zera dio, merkatuaren askatasunari zenbait muga jarri behar zaizkiola askatasun honen gehiegikeriak ekiditeko. Azkenik zenbait neurri sozial ere aipatzen ditu, errenten banaketa injustuari aurre egiteko eta pobreen babeserako.

Bada, istilu eta polemika iturri handia izan den beste gai sozial bat: enpresek estatuei ordaindu behar dien zergen gaia, hain zuzen ere. Zergei esker, gizarte zerbitzu publikoak, gizarte segurantzak, azpiegituren obrak eta gobernu administrazioa mantentzen dira. Baina horretaz gain, kapitalaren birbanaketarako baliabide ere badira.

Honengatik guztiarengatik, enpresa batek erabaki bat hartzen duen bakoitzean, lantegi berri bat jartzea, produktu berri bat egitea, langileak kaleratzea, bere jarduera modernizatzea..., jende askori eragiten dio. Eta jende honek merkatua baldintzatzeko mekanismoak baditu, gizarte presioa, esate baterako.

Hau guztia ikusita, argi geratzen da enpresa oinarrizko instituzioa dela gaur egungo gizartean.

Bi xede nagusi ditu enpresak, xede ekonomikoak eta xede sozialak.

Xede ekonomikoak azaltzea erraza da, enpresa horrek ahalik eta irabazi ekonomiko gehien lortzea.

Enpresen xede sozialak berriz, honakoak dira:

- ❑ **Kanpora begirakoak:** enpresak gizarte eta lurralde zehatz batean kokatuta daude. Eta gizarte horren garapen orokorrean lagundu nahi izaten dute, enpresa bakoitzaren lanean balore pertsonal eta sozialak errespetatzen eta balore horiek gizarte osoan zabaltzen.
- ❑ **Barrura begirakoak:** enpresaren barruan, enpresa barruko parte hartzaile guztien garapen orokorrean lagunduz, eta oinarrizko giza baloreak errespetatuz eta zabalduz betetzen dute enpresa barneko xede sozialekin.

Enpresa unitate ekonomiko bat izateaz gain, unitate sozial bat ere bada. Gizakiez osatua dago eta gizakientzat lana egiten dute. Gizartean txertatuta daude, eta ezin da gizarte horretatik urrun mantendu.

Enpresak asko jasotzen du gizarteaz, eta gizartea eta enpresaren artean ekidinezina den interdependentzia bat dago. Horregatik, zaila da jakitea gaur egungo enpresaren xede ekonomikoak edo xede sozialetan zein dagoen zeinen gainean. Biak loturik daude, eta biak lortu behar dira.

### **2.3.4 ZER DA ZERBITZU BAT**

Zerbitzu bat beste norbaitek egiten duen lana baino ez da. Lan hori kontsumitzaile bati, instituzio bati edota biei saltzeko izango da. Zerbitzuak existitzen dira, beraien bidez bezeroen beharrak asetzen direlako.

### **2.3.5 ZERBITZU ENPRESEN EZAUGARRIAK**

#### **□ Zer da zerbitzu enpresa bat**

Zerbitzu enpresa bat bere bezeroei instalazioak, abilitateak edo onurak hainbat modutan eskaintzen dizkien antolatutako sistema bat da. Gainontzeko enpresetan produktua da oinarritzkoa, eta zerbitzu enpresetan berriz, erabilerarako gaitasuna da oinarritzko elementua. Erabilerarako gaitasuna, bezeroen gogobetetzea da. Zerbitzu enpresa baten arrakasta, bezeroaren gogobetetzearen arabera neurtzen da.

Erabilerarako gaitasunaren oinarritzko elementuak kalitatearen ezaugarriak dira, hauek baitira zerbitzuak gaitasun hori lortzeko behar dituen ezaugarriak. Horrela banatzen dira ezaugarriak:

- √ Psikologikoak
- √ Denborazkoak
- √ Kontratuzkoak
- √ Etikoak
- √ Teknikoak

Psikologikoak, denborazkoak eta etikoak bezeroarentzako garrantzi handiko ezaugarriak dira.

Zerbitzu enpresa batean oso garrantzitsua da kalitatearen diseinu bat egitea, eta aukeratzen duten diseinuaren bidez bezeroaren beharrak asetzea. Batzuetan diseinu hau bezero askorentzat egingo da, baina beste batzuetan diseinua bezero zehatz batentzat egingo da.

#### **□ Zerbitzu enpresen ezaugarriak**

##### **√ Zer da zerbitzu enpresa bat**

Zerbitzu enpresa bat bere bezeroei instalakuntzak, abilitateak edo onurak modu ezberdinetan eskaintzen dizkien antolatutako sistema bat da. Gainontzeko enpresetan produktua da oinarritzkoa, eta zerbitzu enpresetan berriz, erabilerarako gaitasuna da oinarritzko elementua. Erabilerarako gaitasuna, bezeroen gogobetetzea da. Zerbitzu enpresa baten arrakasta, bezeroaren gogobetetzearen arabera neurtzen da.

Erabilerarako gaitasunaren oinarritzko elementuak kalitatearen ezaugarriak dira, hauek baitira zerbitzuak gaitasun hori lortzeko behar dituen ezaugarriak. Horrela banatzen dira ezaugarriak:

- Psikologikoak

- Denborazkoak
- Kontratuzkoak
- Etikoak
- Teknikoak

Psikologikoak, denborazkoak eta etikoak bezeroarentzako garrantzi handiko ezaugarriak dira.

Zerbitzu enpresa batean oso garrantzitsua da kalitatearen diseinu bat egitea, eta aukeratzen duten diseinuaren bidez bezeroaren beharrak asetzea. Batzuetan diseinu hau bezero askorentzat egina egongo da, baina beste batzuetan diseinua bezero zehatz batentzat egingo da.

√ Zerbitzu enpresen ezaugarriak: lau dira zerbitzu enpresen ezaugarri nagusiak

- Ukiezintasuna: enpresa hauetan saltzen diren zerbitzuak ezin dira ikusi, usaindu, entzun edota sentitu erosi aurretik. Bezeroak zerbitzu hauekiko zalantzak argitzeko kalitatearen seinaleak bilatzen dituzte. Kalitatearen parametroak tokia, pertsonak, salneurria, ekipoa eta komunikazioetan oinarritzen ditu bezeroak.
- Bereiztezintasuna: zerbitzuak ezin dira hornitzaileetatik bereiztu, hornitzaileak pertsonak edo makinak izan arren. Zerbitzu bat eskaintzen duen langilea, langile hori bera zerbitzuaren parte bat da.
- Aldagarritasuna: zerbitzuen kalitatea zerbitzuak ematen dituenaren arabera dira, eta zerbitzu hori noiz, non eta nola ematen denaren arabera.
- Galkortasuna: zerbitzuak ezin dira bildu aurrerago edo etorkizunean saltzeko. Eskaera iraunkorra denean, galkortasuna ez da arazo bat. Baina eskaera aldakorra denean, zerbitzu enpresek konpontzeko zailak diren arazoak izaten dituzte.

(Iturria: *Gestión de costes y mejora continua*/ Pilar Tirado-2003)

### **2.3.6 ZERBITZUEN SEKTOREA**

Zerbitzu enpresen ezaugarri teorikoak ikusi ondoren, zerbitzuen sektorea zer den ikusiko dugu. Puntu hau garrantzitsua da, izan ere euskararen normalizaziorako bidean zerbitzuen sektorea estrategikoa da.

Zerbitzuen sektorea gure gizarteko edozein pertsonak egunero egunero erabiltzen dituen zerbitzuen bilduma bat da. Horregatik da estrategikoa sektore hau. Herrien bizimoduan, garrantzi berezia du zerbitzuen sektoreak.

Euskararen erabilera planei dagokionez, bai zerbitzu enpresa handietan, bai zerbitzuen sektorean dauden enpresa txikiei zuzenduak izan daitezke. Eta argumentazioa antzekoa izango da bietan, izan ere bezeroa eta kalitatea oinarri oinarrizko elementuak dira bietan.

Zerbitzuen sektoreari ere hirugarren sektorea deitu izan zaio. Zuzenean ondasun materialak sortzen ez dituen jardueren taldeak osatzen du zerbitzuen sektorea. Herritarren beharrei erantzuteko zerbitzuak eskaintzen dituzte sektore honetako enpresak. Merkataritza, turismoa, osasuna, aisialdia, aseguru etxeak, bankuak, hezkuntza.... oso oso zabala da sektore hau.

Honelako zerbitzuak sartzen dira sektore honetan:

- ❑ Taberna-jatetxeak.
- ❑ Frankiziak.
- ❑ Aisialdi industria: musika, irratia, telebista eta zinema.
- ❑ Informatika eta teknologia.
- ❑ Osasun eta pertsonen zaintza.
- ❑ Aholkularitza juridikoa.
- ❑ Komunikabideak.

Pertsoneri zuzenean zerbitzua eskaintzen dieten zerbitzu publikoko enpresak sektore honen barruan kokatzen dira.

## **2.4. Merkataritzaren garrantzia euskararen normalizaziorako bidean**

Merkataritza da bezeroekin harreman zuzenena duen sektorea. Merkataritza gainera, herrien bizimoduan estrategikoak dira. Horregatik, zerbitzu enprekin batera merkataritzari ere kasu egingo diogu hurrengo lerroetan.

Gaur egun gainera, merkataritzaren sektorea asko aldatzen ari da, eta ohiko merkataritzarekin batera gainazal handiak eta kateak gure inguruko kaleetan agertu dira.

### **2.4.1-MERKATARITZAREN EZAUGARRIAK**

Merkataritzako establezimenduan ez dituzte betetzen goitik behera laugarren puntuan ikusitako ezaugarriak. Gogoratu, zerbitzu enpresek lau ezaugarri dituztela: ukiezintasuna, bereiztezintasuna, aldagarritasuna eta galkortasuna.

Ukiezintasunaren ezaugarria ez dute betetzen. Kasu honetan, eskaintzen direnak produktuak direlako, eta produktuak ikusi, usaindu, entzun eta sentitu egin daitezke.

Galkortasunaren ezaugarria ere ez dute betetzen.

Baina hala ere, zerbitzu enpresa txikiak direla esan genezake. Batez ere, merkataritzak betetzen duen funtzioarengatik.

Eta bereiztezintasuna eta aldagarritasun ezaugarriak betetzen ditu.

Gainera, zerbitzuen sektoreaz hitz egiten denean, merkataritza ere sektorearen barruan sartzen da. Gogoratu, zerbitzuen sektorea gure gizarteko edozein pertsonak egunero egunero erabiltzen dituen zerbitzuen bilduma bat da.



Horregatik da estrategikoa sektore hau.

#### **2.4.1.1 Ohiko merkataritza**

Ohiko merkataritza gure herri edo auzoetako betiko denda edo ostatu txikiak dira.

##### **Ezaugarriak:**

- ❑ Jabeak langileak izaten dira: normalean pertsona bakarra eta hiru pertsonen artean ibiltzen dira lanean. Ostalaritzan zerbait gehiago baina bost gehienez. Establezimendu hauetako jabeak ere bertan egiten du lana.
- ❑ Autonomia: Establezimenduarekin zerikusia duten erabaki guztiak bertan hartzen dira. Establezimenduaren itxuratik hasi, eta langileen soldataraino. Autonomia osoa dute nahi dute erabakiak hartzeko.
- ❑ Hizkuntzen erabilera ere beraiek aukeratzen dute. Establezimenduko jabeak erabakitzen du establezimendu horren errotuluaren hizkuntza, jartzen dituen kartelen hizkuntza...
- ❑ Establezimendu bakarra izaten dute: badira familiako negozioak diren batzuk, eta herri handietan denda bat baino gehiago dutenak, baina normalean establezimendu bakarra gobernatzen du jabeak.
- ❑ Jabeak bertakoak izaten dira: establezimenduaren jabeak denda edo ostatua kokatua dagoen herri edo auzokoak izaten dira normalean. Gaur egungo gizartean dagoen mugikortasuna dela eta, ezaugarri hau ez da beti betetzen. Hala ere, dendariak ongi ezagutzen dituzte bere bezeroak.
- ❑ Hurbileko merkataritza: oso gertuko merkataritza da hau. Dendariak eta bezeroak elkar ezagutzen dute, eta kasu askotan ia ia egunero joan ohi gara dendari horrengana zer edo zer erostera: ogia, janaria...

#### **2.4.1.2 Merkataritza-gune handiak, kateak, denda erraldoiak...**

Merkataritza “erraldoi” hau egunetik egunero gora doan fenomeno da. Aurretik aipatu dugun bezala, gure gizartea kontsumo gizartea da. Azken urteetan aisialdia ere kontsumoari lotuta ageri zaigu. Garai batean komertzioetara zerbait behar genuenean joaten ginen, gaur egun denbora pasa joan ohi gara behin baino gehiagotan.

Hiriburu handietan, merkataritza-gune handiak aisialdi zentroak dira. Asteburuetan beteta egoten dira, arratsalde pasa bertara joan ohi dira Euskal Herriko familia asko eta asko.

Merkataritza erraldoi honetan ere, formula ezberdinak dira:

**-Merkataritza-guneak.**

**-Denda erraldoiak.**

**-Kateak.**

**-Frankiziak.**

Hala ere, ezaugarri komunak dituzte merkataritza modu berri hauek:

- ❑ Jabeak ez dira langileak izaten: soldatapeko pertsonak izaten dira saltoki hauetan lana egiten dutenak. Jabeak, gehienetan ez dira sekula dendetik pasatzen. Tokian tokiko arduradunak jartzen dira eta beraiek izaten dira bertako agintea. Frankizia eta kateen kasuetan, jabeak establezimenduan egiten du lana batzuetan.
- ❑ Autonomia eza: establezimenduarekin zerikusia duten erabaki guztiak establezimendu eta herri edo auzo horretatik kanpo hartzen dira. Establezimenduaren itxuratik hasi, eta langileen soldataraino. Inongo autonomiarik ez dute erabakiak hartzeko.
- ❑ Hizkuntzen erabilera ez dute herrian edo auzoan erabakitzen. Normalean komunikazio arduradunak egoten dira eta beraiek erabakitzen dute zein izango den hizkuntzaren erabilera. Komunikazio arduradunak ez dira herrikoak edo auzokoak izaten.
- ❑ Establezimendu asko izaten dituzte: estatu bateko, Europako edo mundu mailako establezimenduak izaten dira gehienetan.
- ❑ Jabeak ez dira bertakoak izaten: establezimenduaren jabeak denda edo ostalua kokatua dagoen herri edo auzokoak ez dira sekula izaten. Jabeek ezer gutxi dakite beraien establezimendua kokatua dagoen herria edo auzoari buruz.
- ❑ Enpresa handiak: oso enpresa handien delegazioak baino ez dira merkataritza erraldoi hauetako establezimenduak.

## **2.4.2            MERKATARITZAREN            GARRANTZIA            EUSKARAREN NORMALIZAZIORAKO BIDEAN**

Gaur egungo gizartean, merkataritza sektore estrategikoa da euskararen normalizazioari begira.

Kontsumo gizarte baten bizi gara eta lanetik ateratzerakoan edota eskolatik bueltan dendetara edota tabernetara jotzen dugu maiz. Herritarren aisialdiak kontsumoarekin zerikusia du eta hori dela eta eremu hau euskalduntzearen garrantzia handia da.

Herri bat bizirik dagoen ala ez jakiteko, herri horretan dagoen merkataritzari begiratu ohi zaio askotan. Merkataritza oso garrantzitsua delako herrietako edo auzoetako bizitza sozialean. Herritarren arteko harreman sare asko merkataritza guneetan gertatzen dira.

Euskal Herrian gainera, ostalaritzak garrantzi berezia dauka herri eta auzoen bizimoduan. Izan ere, bizilagunen arteko topalekua ostalaritzako establezimenduak izaten dira gehien gehienetan.

### **2.4.2.1 Ohiko merkataritza**

Ohiko merkataritzak bizitza ematen die gure herri eta auzoei. Horrela izanik, merkataritza horretan euskararen presentzia bermatzea behar beharrezkoa da.

Herritarren sare sozial gehienak bertan ematen dira, eta euskara ezin da sare sozial horietatik urrun egon. Beraz, ohiko merkataritza estrategikoa da.

Gainera, errazagoa da euskararen erabilera planak merkataritza modu honetan txertatzea. Errazagoa da arrazoi askorengatik, baina batez ere birengatik: batetik, jabeak bertakoak izanik, euskara zer den badakitelako, gai arrotza ez delakoa beraiantzat; eta bestetik, erabakiak hartzeko autonomia osoa dutelako. Herriko edo auzoko dendarien erabakia izango da euskararen erabilera plan bat abian jartzea ala ez.

#### **2.4.2.2 Merkataritza-gune handiak, kateak, denda erraldoiak...**

Merkataritza mota hau ere estrategikoa da, baina beste arrazoi batzuegatik:

- Aisialdiaren erreferente bihurtu direlako:  
aipatu berri dugun bezala, kontsumoa eta aisialdia loturik agertzen zaigu askotan. Gogoratu behar dugu, gaur egungo Euskal Herrian euskal hiztun gehienak eskola edo ikastoletan ikasi dutela euskara. Garrantzitsua da hizkuntza ikasgelatik kanpo atera, eta euskal hiztun horien eguneroko bizimoduan txertatzea. Aisialdiak garrantzia handia dauka horretan. Eta aisialdia kontsumoari lotuta agertzen bada, argi dago kontsumo mota hori ere euskaldundu beharra dagoela.

Horregatik, beharrezkoa da merkataritza mota honetan ere euskararen erabilera planak martxan jartzea.

- Ohiko merkataritzarekin trakzio lana egiten dutelako:  
merkataritza mota honen ondoan, ohiko merkataritza edota merkataritza txikia galtzaile atera ohi da askotan. Merkataritza gune erraldoietan egiten denaren zain egoten dira gehienetan merkataritza txikiak.

Horregatik, merkataritza erraldoian euskararen erabilera planak abian jarritz gero, edota merkataritza erraldoi honetan euskararen presentzia bermatuz gero, saltoki txikiak ere berdina egiteko pausuak emango dituzte.

### **2.4.3- MERKATARITZAN EUSKARA ERABILTZEKO PLANAK**

Merkataritzan euskararen erabilera planak bereziak dira. Orain arte ohiko merkataritzan egin ohi dira merkataritza planak. Euskararen erabilera plana duen merkataritza erraldoiko enpresaren bat edo beste badago, baina merkataritzan euskara erabiltzeko planak ohiko establezimenduei begira egin ohi dira.

Plan hauek ez dira enpresa planen modukoak izaten.

#### **2.4.3.1 Ezaugarriak**

- **Motibazioa, erabilera eta ezagutza ardatzak.**  
Plan hauen ardatzak ere, motibazioa, erabilera eta ezagutza dira. Planak hiru elementu horiek kontuan hartuta diseinatzen dira. Motibazioa, erabilera eta ezagutza helburuak finkatzen dira.

Hala ere, erabilerak garrantzi berezia hartzen du. Izan ere, irudia eta idatzizko zein ahozko erabilerak planen oinarria dira.

- **Sustatzaileak**  
Hainbat merkataritza plan daude Euskal Herrian. Ezaugarri komun bakarra dute: normalean plana ez dutela merkatariek beraiek bultzatzen. Merkatarietatik kanpoko

beste hainbat entitatek sustatu ohi dituzte: herri edo auzoetako euskara elkarteak edota Udaleko euskara zerbitzuak.

Euskara elkarteak egiten dutenean, normalean plana aurrera eramateko dirua Udalek jartzen dute.

❑ **Dendariak protagonista**

Plangintza hauetan dendarien parte hartzea ezinbestekoa da prozesuaren motor gisa jokatzeko.

Establezimendu bakoitzaren jabeak erabakitzen du euskararen erabilera plana martxan jartzea (edota merkataritza planean sartzea). Ondoren, beraien parte hartzea eta konpromisoa beharrezkoa da plana aurrera joateko.

❑ **Adostasuna**

Planak parte hartzailea izan behar du, eta plana abiarazteko beste baldintza bat dendarien adostasuna da.

Establezimendu bakoitzaren errealitatearen arabera, dendari edo ostalari bakoitzak hainbat konpromiso hartzen du, sustatzailearekin adostutako konpromisoak hain zuzen ere.

❑ **Borondatezkotasuna**

Euskalduntze planak borondatezkoak dira, ez da inor derrigortzen euskara planean parte hartzera eta dendariak nahi dutelako parte hartzen dute.

❑ **Izaera metodikoa, neurtua eta ebaluatua**

Planak helburu lorgarriak definitzea du ipar, erritmo orekatu bat izateko.

Sinesgarritasunean oinarritua izan dadin, metodo landu bat jorratu da, beti ere, fase batzuk definitu, epe batzuk ezarri eta helburu batzuk lortu eta ebaluatu ahal izateko.

### 2.4.3.2 Metodologia

Merkataritza planak martxan dituzten herri bakoitzean metodologia ezberdina erabili izan da. Hala ere, plan hauek merkatariei egiten zaizkien bisitetan oinarritzen dira beti. Hurrengo lerroetan labur labur erabat moldagarria izan daiteken metodologia azalduko dut. Oso orokorra da, eta edozein tokitan aplikatu daiteke, errealitate bakoitzari egokituta, noski.

❑ **Lehenengo bisita: Diagnostia.**

Lehenengo bisitan sustatzaileek beren burua aurkeztu eta egitasmoaren berri emateaz gain, establezimenduetan diagnostikoa egiten da (ezagutza, erabilera eta motibazioa). Diagnostikoan erabileran hiru arlo jasotzen dira: irudia, ahozko erabilera eta idatzizko erabilera. Bai kanpora, baita barrura begirako funtzionamenduan izaten dira kontuan hiru arlo horiek. Irudiaren datuak bertan ikusitakoaren arabera jasotzen dira, eta ahozko eta idatzizko erabilera merkatariek beraien aitortutakoa izaten da.

❑ **Bigarren bisita: banakako planen aurkezpena.**

Establezimendu bakoitzaren diagnosiaren arabera, bakoitzarentzako plana egiten da Bigarren bisita horretan, establezimenduarentzat egokitutako plana aurkeztu egiten zaie merkatariei.

- ❑ **Hirugarren bisita: planari atxikimendua jaso.**  
Hirugarren bisitan, establezimendu bakoitzarekin hitzarmena sinatzen da, horrela, ofizialki planari atxikimendua jasoz.
- ❑ **Laugarren bisita: eskatutakoari erantzun.**  
Laugarren bisitan, planaren inplementazioari ekinez, sinatutako planaren arabera sortutako eskariari erantzuten zaio. Bisita honetan hainbat euskarri banatzen zaizkie: ordutegiak, zabalik/itxita errotulua, merkealdietarako errotuluak...
- ❑ **Jarraipena:**  
Plan guzti honek ez du inongo eraginik jarraipena egiten ez bada. Esan dezakegu merkataritza planetan jarraipena dela garrantzitsuena. Hasierako faseko lau bisita horiek egin ondoren, urtero hiru edo lau bisita egin behar zaizkie planean dauden merkatariei.

Konpromisoak betetzen dituzten ala ez ikusi behar da. Betetzen direnean gure errekonozimendua aitortu behar diegu, eta betetzen ez direnean arrazoiak detektatu behar dira.

Zaila izaten da merkatariek hartutako konpromiso guztiak betetzea. Aurretik aipatu dugun bezala, enpresa oso txikiak direlako, eta jabeek lan karga handia izaten dutelako eurena den negozioa gobernatzen. Hizkuntzarekiko hartzen diren konpromisoak, bigarren mailan geratu ohi dira gehienetan.

Horregatik, jarraipena oso garrantzitsua da. Bigarren mailan utzi duen hori gogoratzeko balio du jarraipenak.

- ❑ **Koordinazioa.**  
Gero eta herri gehiagotan egiten dira merkataritzan euskara erabiltzeko planak. Koordinazioa behar beharrezkoa da, baina oraindik gaur egun ez dago koordinazio handirik herri horien artean.
- Batzuetan, herriak beraien artean oso hurbil daudenean, eta herriek eskualde bat osatzen dutenean plan komuna egiten dute eta koordinazioa egon badago. Iruñerria edo Urola garaiko kasuak izan daitezke horiek.

### 2.4.3.3 Hainbat adibide praktiko

- ❑ **Urola Garaia: Euskaraz? Pozik gainera!**



Horixe da Urola Garaiko merkataritza guneetan euskararen erabilera sustatzeko asmoz egin berri duten kanpainaren leloa. 2007-2008 Gestio Plana onartu dute eta, EMUN KOOP.Eren aholkularitza teknikoaren laguntzarekin, plana aurrera eramateko lehenengo ekintzak martxan daude.

Urola Garaiko merkataritza guneetan euskararen erabilera sustatzeko plana aurrera doa; diagnostikoaren emaitzen aurkezpenarekin batera 2007-2008 urterako ekintzak aurkeztu ziren 2006ko abenduan. Lehen 30 merkataria dagoeneko prest azaldu dira proposatu zaizkien ekintzekin aurrera egiteko.

2006ko maiatzean hasi ziren teknikariak lehenengo urratsak ematen. Ekintzak finkatu aurretik diagnostikoa egin zuten eta bertako datuak kontuan hartuta 2007-2008rako Gestio Plana diseinatu dute dendariekin kontrastatuz. Datuak inkesten bidez jaso zituzten eta dendariak erantzundakoaren arabera lehentasunak ezarri dituzte. Dendari guztien egoera berdina ez denez, plana egokitze asmoz, maila ezberdinetako ekintzak aurreikusi dituzte.

Diagnostikoko datuen arabera, erabilera orokorra ia %30ekoa da baina adierazleen artean alde nabarmenak daude: irudian eta barne harremanetan erabiltzen da gehien euskara (%37 eta %39) eta gutxien, zerbitzua ematerako garaian eta kanpo harremanetan (%23 eta %18).

Ekintza gehienak, beraz, lehentasuna eman nahi izan zaien lau helburu nagusi hauen harira datoz:

- √ Zerbitzua ematerakoan ahozko euskararen erabilera handitu.
- √ Irudian euskararen erabilera handitu.
- √ Motibazioa landu.
- √ Euskararen onurak gizarteratu.

Lehen ekintza bezala merkataritza taldeak sortu eta erabilera eta motibazioa landuko dituzte, besteak beste irudi eta lelo berrien zabalkundea eginez.

Hasieran, planak, merkataritzan euskara gehiago egitea bultzatzeaz gain, gaiari

[MSOFFICE1]

## □ Iruñerria: Euskara merkataritzara



Iruñerriko merkataritzan euskara erabilera planak garatzen ari dira. Atarrabia, Antsoain, Berriozar, Burlata, Oltza Zendea, Orkoien, Uharte eta Zizur Nagusiko udalak dira bultzatzaileak, eta "Euskara merkataritzara" eta "Euskara nonahi" kanpainak jarri dituzte martxan.

Kanpaina hauetan merkatariek parte hartzen dute, helburua merkataritzan euskararen erabilera bultzatzea delarik.

Aspalditik datorren ekimena da hau (Burlatan, adibidez, 1994an hasi ziren), eta 2004az geroztik EMUN kooperatibak hartu du kanpainaren ardura.

Herritarren aisialdiak, askotan, kontsumoarekin zerikusia du, eta lanetik ateratzerakoan edota eskolatik bueltan dendetara edota tabernetara jotzen dugu maiz. Hori dela eta eremu hau euskalduntzearen garrantzia handia da.

Euskalduntze plana bisiten bidez gauzatzen dute. EMUNeko euskara teknikaria dendaz denda ibili ohi da. Banan-banan egiten diren bisita horiek planaren ardatza dira, harreman zuzena beharrezkoa delako plana abian jartzeko.

Merkatarien artean dendariak, tabernariak eta jatetxeak dira batez ere bisitatzen dituztenak.

Merkatari bakoitzak bere egoerari egokitutako plana edo urratsak ditu "Euskara merkataritzara" ekimenaren baitan.

Hau guztia aipaturiko Udalen laguntzarekin ari dira egiten, hainbat zerbitzu jarri dituztelarik merkatarien eta elkarteen eskura, erabat doan: itzulpen zerbitzua, aholkularitza zerbitzua, errotulu ereduak...

Merkatarien eta elkarteen ahalegin hori garrantzitsua izaten ari da Iruñerrian euskararen erabilera handitzeko dinamikan.

## □ **Azpeitia: Euskara merkataritzara**



Euskara Patronatuak merkataritza arloko Azpeitiko 444 saltokiei zerbitzu tekniko-profesionala eskaintzen die bezeroekin dituzten harreman mota guztietan euskara eraginkortasunez eta kalitatez erabiltzeko.

2005. urtean Udal-zerbitzu hau Azpeitiko saltokien % 54ak erabili zuen.

√ Hizkuntza zerbitzuen erabilera gora

Azpeitiko Euskara Patronatuak merkatal arloari eskaintzen dizkion hizkuntza zerbitzuak gero eta gehiago erabiltzen dira: 199 izan ziren 2005ean Euskara Patronatuari zerbitzu eskariren bat egin zioten Azpeitiko saltokiak, 2004. urtean baino % 30 gehiago.

√ Zerbitzu-katalogo berria

Euskara Patronatuak Azpeitiko saltokiei eskaintzen dizkien zerbitzu-tekniko guztiak katalogo batean biltzen ditu eta urtero katalogo horren banaketa egiten du saltokiz saltoki. Aurtengo zerbitzu-katalogoari erabateko berritua eman zaio, barrutik eta kanpotik, batez ere itxura eta diseinu aldetik. Besteak beste, denda barruan eta kanpora begira, erakusleihoetan, jarri ohi diren kartel guztien diseinua erabat berritu da eta 10 diseinu berri aurkeztu dira.

√ Urte osoan

Azpeitiko Euskara Patronatuak ematen dituen zerbitzu guztiak urteko edozein egunetan eska daitezke (aurrez aurre, telefonoz edo internetez) eta ez dira ordaindu behar, doakoak dira. Zerbitzua, gainera, nahi adina aldiz eska daiteke, inongo mugarik gabe.

## □ **Beste batzuk**



Aipatutako hiru horiek, adibideak baino ez dira. Euskal Herri osoan, euskararen erabilera bultzatzeko merkataritza plan asko daude martxan.

Plan hauek ingurune soziolinguistiko ezberdinetan egiten dira, eta horregatik bakoitzak bere ezaugarri eta dinamika propioak ditu.

Aipatutako hiru horietaz gain, Sakanan, Elgoibarren, Igorren, Debagoienan, Tafallan, Getxon, Bilboko Alde Zaharrea...ari dira euskara bultzatzeko lanak egiten merkataria.

## 2.5. Kontsumitzaileen hizkuntza eskubideak

Aurretik aipatu dugun bezala, bai zerbitzu enpresak bai merkataritzak bezeroekin harreman zuzena duten enpresak dira. Horregatik, gai hau lantzerakoan ezin ditugu ahaztu bezeroen (edo kontsumitzaileen) hizkuntza eskubideak.

### 2.5.1.-KONTZEPTUEN DEFINIZIOA

#### ❑ **Babeserako subjektua: kontsumitzaileak eta erabiltzaileak**

Ekonomiaren eremuan kontsumitzaile edo erabiltzailea ekoizleak edo zerbitzu-hornitzaileak sortzen edo eskaintzen dituen produktu/zerbitzuak eskuratzen, erabiltzen edo baliatzen dituen pertsona edo erakundea da.

Hala ere, ikuspegi juridikotik, indarrean dauden legeen arabera, azken hartzaileari besterik ez zaio aitortzen kontsumitzaile izaera. Horrela, ez dira kontsumitzaile edo erabiltzailetzat hartuko produktuak, ondasunak eta zerbitzuak ekoizpen prozesu batean txertatzen dituzten pertsona fisikoak edo juridikoak, nahiz eta prozesu hori egitean zuzeneko mozkinik ez eskuratu. Gaur egun kontsumitzaile eta erabiltzailea azken hartzailea den pertsona fisiko edo juridiko bezala definitzen da. Beraz, izaera pribatuko behar batzuk asetzeko ondasun edo produktu bat eskuratzean edota zerbitzu bat kontratatzen denean, kontsumitzaile/erabiltzaile baten aurrean gaude.

Definizio horretatik, honako ondorioak atera ditzakegu kontsumitzaile edo erabiltzaile kontzeptuari dagokionez:

- ❑ Kontsumitzaile edo erabiltzailea pertsona fisikoa edo juridikoa (edozein izaeratakoa) izan daiteke.
- ❑ Ez dio axola zer nazionalitate duen, ezta bizilekua non duen ere.
- ❑ Ez dio axola zer eskuratzen, erabiltzen edo baliatzen duen: ondasun higigarria, ondasun higiezina, produktua zein zerbitzua.
- ❑ Eskuratzen, erabiltzen edo baliatzen duena azken hartzaile gisa egin behar du. Izan ere, ondasuna, produktua edo zerbitzua ekoizpen-prozesu batean txertatzen duena ez da kontsumitzaile edo erabiltzailetzat joko, nahiz eta prozesu horrengatik zuzeneko mozkinik jaso ez.
- ❑ Hornitzailea izan daiteke:

- √ Enpresa bat, jarduera eremu profesionalean dabilenean.
- √ Profesional bat, jarduera eremu profesionalean dabilenean.
- √ Administrazioa, zerbitzua eman edo produktua hornitzean zuzenbide pribatuko harreman bat gauzatzen badu.

Doktrina eta jurisprudentziak kontsumitzaile eta erabiltzaile izaera azen [MSOFFICE2]hartzailea izateak dakarrela errepikatu du behin eta berriro, alegia, ekoizpen eta merkaturatze prozesuan parte hartzerik ez duena eta ondasuna, produktua edo zerbitzua helburu ez profesionalekin eskuratu, erabili edo baliatzen duena. Azken hartzailea adierarekin honakoa esan nahi da: legearen efektuak berari aplikagarriak izateko, kontsumitzaileak merkatuan eskuratutako produktu eta zerbitzuak berak erabili edo kontsumitzeko eskuratu dituela, produktua edo zerbitzua etxeko, familiako edo arlo pertsonalean geratzen delarik, berriro ere merkatuan jartzeko, merkataritzako jarduera bat burutzeko edo etekina lortzeko asmorik gabe.

Horren guztiaren harira ñabardura bat egitea komeni da: enpresari edo profesionalarengandik ondasuna eskuratu edo zerbitzua kontratatzen duena bezain kontsumitzailea da ondasuna edo zerbitzu hori azkenean erabili edo baliatzen duena. Posible da bi subjektuak pertsona ezberdinak izatea, baina biak kontsumitzaileak izango lirateke legearen ikuspegitik: lehena zentzu juridikoan izango litzateke kontsumitzailea; bigarrena aldiz, zentzu materialean.

Laburbilduz, aztergai izango ditugun eskubideen subjektuak honakoak dira:

Kontsumitzailea: produktu bat eskuratu duen pertsona, baldin eta azken hartzailea bada.

Erabiltzailea: zerbitzuren bat erabiltzen edo baliatzen duen pertsona, baldin eta azken erabiltzailea bada.

#### □ **Babeserako objektua: oinarrizko eskubideak eta hizkuntza eskubideak**

Oinarrizko eskubideen eremuan, oro har hauek dira kontsumitzaileei zein erabiltzaileei aitortu, eta ondorioz, bermatu beharreko eskubideak:

- √ Osasuna eta segurtasuna babesteko eskubidea.  
Merkatuan jarritako produktuek eta zerbitzuek ez dute inolako arriskurik izan behar kontsumitzaile edo erabiltzaileen osasun eta segurtasun fisikorako baldintza normal edo aurreikusi daitezkeen baldintzetan erabiltzen badira.
- √ Ekonomia eta gizarte interesak babesteko eskubidea.  
Gure ekonomia eta gizarte interesak babestu beharrak, produktuak edo zerbitzuak erostean bidezko baldintzetan egiteko eskatzen du.  
Horretarako, honako hau zehazten da, beste alderdi batzuen artean:
  - Produktu eta zerbitzuen eskaintza, sustapena eta publizitatea ezin da faltsua edo engainutsua izan.
  - Kontratuen klausulak argiak izango dira eta oreka justua zehaztuko dute aldean artean, neurritz kanpoko klausulak debekatuta baitaude.
  - Iraupen luzeko izaera duten ondasunek idatziz izan behar dute bermea.
- √ Produktu edo zerbitzuei buruz informazio zuzena eta kontsumoaren alorrean heziketa eta prestakuntza izateko eskubidea.

Kontsumitzaileen eskura jarritako produktu eta zerbitzuek beren funtsezko ezaugarriei dagokienean egiazko informazioa eraman behar dute, informazio eraginkorra, benetakoa eta objektiboa.

Era berean, Kontsumitzaileak Informatzeko Bulegoak abiarazi behar dira, bai publikoak (KIUBak) bai pribatuak (Kontsumitzaileen Elkarteak). Komunikabide sozialek ere espazio batzuk erabili behar dituzte kontsumo gaietarako.

Kontsumitzailearen heziketa eta prestakuntza arian-arian integratuko da hezkuntza sistemaren maila desberdinetan.

√ Ordezkaritza, kontsulta eta parte hartzeko eskubidea.

Kontsumitzaileek eta erabiltzaileek, beren elkarteen bidez, dituzten legeko interesak elkarrekin defendatzeko eskubidea dute.

Kontsumitzaile eta erabiltzaileen elkarteek kontsumitzaileei informazioa eman ahal izango diete eta izaera orokorreko xedapenak (legeak eta araudiak) prestatzeko prozeduran parte hartu ahal izango dute kontsumitzaile eta erabiltzaileengan eragina duten alorretan.

√ Babestuak izateko eskubidea gutxiagotasun, mendekotasun edo babesik ez dagoen egoeretan eta sortutako kalte-galerengatik kalte-ordaina jasotzeko eskubidea.

Kontsumitzaileek eta erabiltzaileek ondasunen kontsumoak edo zerbitzuak erabiltzeak sortutako kalte-galerengatik kalte-ordaina jasotzeko eskubidea dute, kalte edo galera horiek beren erruz edo beren ardurapean dauden pertsonen erruz gertatu direnean izan ezik.

√ Abenduaren 22ko Kontsumitzaileen eta Erabiltzaileen Estatutuaren 6/2003 Legeak Euskadiko kontsumitzaileei direlako hizkuntza eskubideak aitortzen dizkie; hain zuzen ere:

- Ondasunei eta zerbitzuei buruzko informazioa euskaraz nahiz gaztelaniaz jasotzeko eskubidea.
- Autonomia Erkidegoaren lurralde-eremuan kokatzen diren enprekin edo establezimenduekin izaten diren harremanetan, bai euskara bai gaztelania erabiltzeko eskubidea.

#### □ **Hizkuntza eskubideak**

Aurretik zerrendatutako oinarritzko eskubideen ikuspegi linguistikoa edota hizkuntzaren zehar-lerrotasuna kontuan harturik, kontsumitzaile eta erabiltzaileen hizkuntza-eskubideak zein diren defini dezakegu:

√ Osasun eta segurtasun babeserako eskubidea:

Produktu eta zerbitzuek eragin ditzaketan arriskuen zein ondorioen, eta horiek saihesteko moduen berri berezko hizkuntzan jasotzeko eskubidea.

√ Interes ekonomiko eta sozialen babeserako eskubidea:

Faktura, aurrekontu, berme-agiria, jarraibideen eskuliburua, erreklamazioa orriak, tarifak etab berezko hizkuntzan jasotzeko eskubidea.

√ Informaziorako eskubidea:

Informazioa egiazkoa, osoa, objektiboa eta ulergarria jasotzeko eskubidea aitorturik, hori guztia berezko hizkuntzan jasotzekoa ondorioztatu beharko genuke.

√ Kontsumo gaietako hezkuntza eta prestakuntza:

Kontsumitzaileen eskubideak berezko hizkuntzan ezagutaraztea; ondasunak eta zerbitzuak erabiltzeak eta kontsumitzaileak dakartzan arriskuen berri berezko hizkuntzan izatea.

√ Ordezkaritzarako, kontsultarako eta parte hartzeko eskubidea:

Kontsumitzaile eta erabiltzaileei ordezkaritzarako, kontsultarako eta parte hartzeko eskubidea bermatuko zaie, baldin eta berezko hizkuntzan jarduteko aukera badute.

√ Kalte edo galeren ordaina edo egiazko konponketa:

Kontsumitzaile eta erabiltzaileen hizkuntza eskubideak bermatzeko babes juridiko eraginkorra ezinbestekoa da. Biziki erreparatu behar zaie hizkuntza-bereizkeriak eragindakoei.

√ Babeserako eskubidea indefentsio, mendekotasun edo gutxiagotasun egoeratan:

Kontuan izan behar dugu herritarrak indefentsio, mendekotasun edo gutxiagotasun egoeratan aurki daitezkeela hizkuntza-bereizkeriangatik. Hartara, eskubide horri ere hizkuntza-irizpidea ezarri beharko litzaioke.

## **2.5.2-EUSKAL HERRIKO ORDENAMENDU JURIDIKOAREN AZTERKETA**

### **□ Europako Batasunak:**

Oztopoak besterik ez dizkie jartzen gure hizkuntza bezalakoei, eta horien normalizaziorako galga da. Zenbait arauk hori baieztatzen dute, hala nola, 2000/13 CE Artzearaua, honetan hizkuntza ofizialen erabilera besterik ezin derrigor daitekeela ezartzen da, eta euskara Europan ez da hizkuntza ofiziala. Zuzenbide komunitarioa gero eta garrantzi handiagoa hartzen ari den honetan ezinbestekoa da gure hizkuntzak besteen estatus bera izatea.

### **□ Frantziako Estatuak:**

Legezko hizkuntza bakarraren derrigortasuna besterik ez du ezartzen. Horrela, *Code de la consommation* delakoak kontsumitzaileen eta erabiltzaileen eskubideak arautzen ditu, eta frantsesa ez beste hizkuntzaren erabilerarik ez da jasotzen.

### **□ Espainiako Estatuak**

1984an onartu zuen Kontsumitzaileen eta Erabiltzaileen Babeserako Lege Orokorra, eta hizkuntza-eskubideak ez zituen jaso ere egin. Ondoren, zenbait dekretu argitaratu ditu gaztelaniaren erabilera derrigortzeko, hain zuzen ere, etiketen inguruan.

### **□ Nafarroan**

2006ko uztailean onartutako kontsumitzaileen eta erabiltzaileen lege berriak, 7/2006 Legeak, ikusezin bihurtu zituen nafar euskaldunak eta jaso ere ez zituen egin eskubideok. Are gehiago, legearen beraren zabalpenerako liburuxkak gaztelania hutsean argitaratu zituen, Erregio edo Gutxiengoen Hizkuntzen Europako Itunaren 13.2.a artikularen kontra egin arren.

### **□ EAEn**

2003an onartu zen egun indarrean dagoen Kontsumitzaileen eta Erabiltzaileen Estatutua. Hizkuntza-eskubideei dagokienez, 6/2003 Legeak berrikuntza garrantzitsu eta oinarritzkoa ekarri zuen, lehen aldiz, aitortu zitzaizkigulako hizkuntza-eskubideak. Halere, badira legearen galagarritasuna baldintzatzen duten bi elementu. Batetik, progresibotasuna, hau da, legean une oro agertzen da arian-arian bermatzeko bitartekoak jarriko direla eta Legeak ez du eperik finkatzen progresibotasun-tempusaren gainean. Bestetik, aitortutako eskubideen balizko eraginkortasuna, hots, legean edukiak garatzea aurreikusten da, baina oraindik ez da hori gertatu, jakinarazi dute.

### 2.5.3 KONTSUMITZAILEEN LEGEA EAEn

Abenduaren 22ko 6/2003 Legea, Kontsumitzaileen eta Erabiltzaileen Estatutuaren Legea da.

Abenduaren 22ko 6/2003 Legeak, Kontsumitzaileen eta Erabiltzaileen Estatutuarenak kontsumitzaileen eta erabiltzaileen oinarritzko eskubideak zerrendatzen ditu 4. artikuluan. Horien artean, f) idatz-zatian eskubide hau jasotzen da:

*Bi hizkuntza ofizialak erabiltzea lege honek eta ordenamendu juridikoaren gainerako legeek ezartzen dutenari jarraiki.*

II. Tituluko VII. Kapituluak *Kontsumitzaileen eta erabiltzaileen hizkuntza-eskubideak* du izenburu, 37tik 42rako artikulua hartzen dituela.

- **37. artikuluan** kontsumitzaileen eta erabiltzaileen hizkuntza-eskubideak aitortzen dira, beti ere progresibotasun baldintzekin bat etorritz:

Ondasun eta zerbitzuei buruzko informazioa euskaraz nahiz gaztelaniaz jasotzeko eskubidea, legearen 14. artikuluan ezarritakoaren arabera.

Autonomia Erkidegoaren lurralde-eremuan kokatzen diren enpresa edo establezimenduekin dituzten harremanetan, euskara nahiz gaztelania erabiltzeko eskubidea; enpresa edo establezimendu hauek, bi hizkuntza ofizialetako edozein erabiltzen dutela ere, zerbitzu egokia eman beharko diete herritarrei.

Hurrengo artikuluetan zehazten dira eskubide horiek arlo ezberdinetan aplikatzeko.

- **38. artikuluan** erakunde publikoak arautzen dira. Zehazten dira legeak eragindako erakunde publikoak, kontsumitzaile eta erabiltzaileekiko harremanetan bi hizkuntza ofizialak agertzen direla bermatu beharra ezartzen zaie, baita nola bermatu ere.
- **39. artikuluan** diruz lagundutako erakundeak eta interes orokorreko sektoreak definitzen dira, eta euren hizkuntz betebeharrak zehazten dira.
- **40. artikuluan**, jendeari produktuak saldu eta zerbitzuak egiteaz arduratzen diren establezimenduen hizkuntz betebeharrak zehazten dira.
- **41. artikuluan** ondasun eta zerbitzuei buruzko informazioa emateko hizkuntza arautzen da, etiketak, ontzi eta jarraibide-inprimaketak barne. Orokorrean euskara zein gaztelania erabil daitekeen arren, Euskal Autonomia Erkidegoaren eremuan araututako jatorri-deitura edo kalitate-deitura duten euskal ondasunek eta artisau-produktuek dituzten etiketetan euskara erabiliko da gutxienez.
- **42. artikuluan** arabera, Jaurlearitzak euskararen erabilera sustatuko du kontsumitzaile eta erabiltzaileei ondasun eta zerbitzuak eskaintzen dizkieten erakundeen jarduketan eremuan.

#### 2.5.4 KONTSUMITZAILEEN LEGEAREN APLIKAZIOA EAEn

Euskal Autonomi Elkarteko erabiltzaileen eta kontsumitzaileen estatutua arautzen duen 6/2003 Legearen azalpenak, honakoa dio: “Legeak (...) hizkuntza-eskubideak aintzat hartzen ditu, eta, horrenbestez, Euskararen Erabilpena Arautzen duen azaroaren 24ko 10/1982 Oinarrizko Legeari jarraiki, Autonomia Erkidegoan dauden bi hizkuntza ofizialetako bata zein bestea erabiltzeko eskubidea aitortzeaz gainera, dagokigun arloan euskara —berariaz progresibotasun-printzipioari jarraituz— sustatzeko asmoa ere agertzen du”.

Honela, Legearen 37. eta 42. artikuluetan zehar, aipatu eskubideak garatzen dira, “progresibotasun” printzipioarekin bat. Izan ere, printzipio honek lurraldeari dagokion errealitate soziolinguistikoa aintzat hartzea derrigortzen du. Hala ere, ondoko eskubide orokorra aitortzen da: “Autonomia Erkidegoaren lurralde-eremuan kokatzen diren enpresa edo establezimenduekin dituzten harremanetan, ofizialak diren bi hizkuntzetako edozein erabiltzekoa”. Horrela, enpresa eta establezimendu horiek, bi hizkuntza ofizialetako edozein erabiltzen dutela ere, zerbitzu egokia eman beharko diete.

Halaber, zentzu guztiarekin, Legeak ondokoak bereizten ditu: “erakunde publikoak” (jendeari irekitako bere establezimendu oro barne hartzen dituela), “diruz lagundutako erakundeak eta interes orokorra daukaten sektoreak”, “merkataritzako establezimendu handiak”, eta azkenik baita inplizituki ere, gainerako zerbitzuak, komertzioak, sozietateak edo erakunde pribatuak.

Lege honetatik aipatu beharreko zenbait puntu:

Lehenik eta behin 6/2003 Legeko 40.1 artikulua zera xedatzen du printzipio orokor bezala: “Jendeari produktuak saldu eta zerbitzuak egiteaz arduratzen diren establezimenduek (...) kontsumitzaile eta erabiltzaileei arreta emateko gertu egon behar dute, horien hizkuntza ofiziala edozein dela ere”(gaztelaniazko bertsioan argiago:“estar en disposición de atender a las personas consumidoras y usuarias cualquiera que se sea la lengua oficial en que se expresen”.) Gerora, artikulua bereko bosgarren letror aldeak honakoa dio: “Jaurlaritzak erregelamendu bidez finkatuko du artikulua honetako betebeharrak arian-arian nola bete”. Ondorioz, legegileak onartutako sistema honetan, paradoxikoki, inolaz ere derrigorrezkoak ez diren betebeharrak ezartzen dira; edo behintzat, eraginkortasunez derrigortu ezin diren betebeharrak batzuk, erregelamendu bitartez, dagokion garapena burutzen ez den bitartean.

Bigarrenez, Autonomia Erkidegoaren lurralde-esparruan kokatuta egonik, produktuak saltzen eta zerbitzuak ematen dituzten erakunde pribatuetan (dagokion garapena burutu ostean, arian-arian betebeharrak betetzeko galdapenari men eginez), zera egingo da:

- Errotuluak, oharrak eta, oro har, jendeari zuzendutako jakinarazpenak euskaraz eta gaztelaniaz emango dira.
- Kontsumitzaile eta erabiltzaileek betetzeko egiten diren inprimaki edo eredu ofizialak bi hizkuntzatan emango dira.
- Kontsumitzaileak edo erabiltzaileak berak hizkuntza ofizialetako bakarra erabiltzea nahi duela adierazi ezean, bi hizkuntzatan idatziko dira atxikipen-kontratuak, klausula-ereduak dituzten kontratuak, araupeko kontratuak, baldintza orokorrak eta kontratu horiei buruzko edo horiek egitearen ondoriozko agiriak.

Hirugarrenez, diruz lagundutako erakundeek, merkataritzako establezimendu handiek eta interes orokorra daukaten sektoreek (garraio, telekomunikabide eta energia zerbitzuek bezala), erakunde pribatuei ezarritako betebeharrak betetzeaz gain, kontsumitzaileekin eta erabiltzaileekin dituzten harremanetan bi hizkuntza ofizialak erabili beharko dituzte. Honela, “(...) kontsumitzaileei zuzendutako jakinarazpenak bi hizkuntzatan eman beharko dira, eta baita fakturak, aurrekontuak eta antzeko agiriak ere, kontsumitzaile eta erabiltzaileak berak bi hizkuntza ofizialetako bat bakarrik erabiltzea aukeratu ezean”. Eta hori guztia, erregelamenduz garatzeari utzi gabe, aipatu betebeharra arian-arian betetzeko derrigorpena.

Laugarrenez, erakunde publikoek, zerbitzu publikoak ematen dituztenek, eta nagusiki parte hartze publikoa daukaten sozietateek, arestian aipatu hizkuntza-betebehar guztiak eraginkortasunez betetzeaz gain, 2005eko urtarrilaren 1etik aurrera, kontsumitzaileei eta erabiltzaileei eman beharko dizkiete bi hizkuntzatan idatzirik: “produktu eta zerbitzuak erabili eta mantentzeko jarraibideen liburuxkak, berme-agiriak eta etiketetan eta ontzietan adierazi beharrekoak”; baita “kontsumitzaile eta erabiltzaileei zuzendutako produktu, ondasun eta zerbitzuen eskaintza, sustapena eta publizitatea” ere, erabilitako euskarria edozein izanik.

Bosgarrenez eta azkenik, Eusko Jaurlaritzak “kontsumitzaile eta erabiltzaileei ondasun eta zerbitzuak eskaintzen dizkieten erakundeen jarduketan eremuan euskara erabil dadin sustatzeko egoki ikusten dituen neurriak sustatu eta beharrezko bitartekoak jarriko ditu eskura” (42.1 art.). Orobat, “Euskal Autonomia Erkidegoaren lurralde-eremuan ondasun eta zerbitzuen inguruan kontsumitzaile eta erabiltzaileei banatzen zaien informazioa, etiketa, ontzi eta jarraibide-inprimaketakoa barne, euskaraz nahiz gaztelaniaz eman ahal izango da, betiere osasuna eta segurtasuna babesteko asmoz aplikatzen den legeriak ezar dezakeenari kalterik egin gabe” (41.1 art.). Eta honenbestez, “Euskal Autonomia Erkidegoaren eremuan araututako jatorri-deitura edo kalitate-deitura duten euskal ondasunek eta artisau-produktuek dituzten etiketetan jartzen diren nahitaezko datuak eta borondatezko informazio gehigarriak euskaraz agertuko dira, gutxienez”. Betebehar hau arian-arian nola ezarri, erregelamendu bidez finkatuko da (41.3 art.).

Laburbilduz, begi bistakoa da, Euskal Herriko kontsumitzaileen eta erabiltzaileen hizkuntza-eskubideei dagokienez, gaur egun indarrean dagoen araudiak hizkuntzaren gaiari heltzen diola. Izan ere, aurreko araudiak, ez zion gai honi ia aipamenik egiten.

Baina, legea osotasunean aplikatzen da? Edo posible da aplikatzea?

Honetara, Legearen IV. Atalburua aztertzen badugu — zehatzeko ahalmena arautzen duena, alegia—, honakoaz ohar gaitezke: ez dagoela aurreikuspen espliziturik, kontsumitzaileek eta erabiltzaileek hizkuntza eskubideak betetzen ez dituzten kasuetarako. Alabaina, ahalegin handirik egin behar izan gabe, aipatu lege-hausteak barnera litezke 50.3.a)

artikuluak aurreikusten dituen urratzeen artean, edo 50.6 artikulua orokorrean aurreikusten dituenetan, beti ere, dagokion erregelamenduzko garapenak hala ezarriz gero.

Oraingoz, agerikoa da, Legeak ezartzen duena ez betetzeak — eta beti ere, betebeharrak ezartzen dituen erregelamenduzko garapenik ez dagoen bitartean— ez dakarzkia ondorio juridikorik, arau-hausteak egiten dituztenei.

Euskalgintzako eragileak orokorrean, Kontseilua horien artean, oso kritikoak izan dira EAEko Kontsumitzaile eta erabiltzaileen lege honekin. Legea egin, baina legea betetzen ez duenarentzat inolako zigorrik aurreikusten ez baldin bada, aurretik legea beteko ez dela argi dago. Edo beste modu batean esanda, kontsumitzaile eta erabiltzaile euskaldunen eskubideen betetzea ez da bermatzen.

## **2.5.5. ZERBITZU ENPRESEN ESKUBIDEEN URRAKETAK 2006AN**

### **□ Behatokia**

Hizkuntza Eskubideen Behatokia Euskararen Gizarte Erakundearen Kontseiluak sustatu eta bideratzen duen fundazioa da. 2001ean sortu zen Behatokia. Euskararen lurralde batzuetan hizkuntza-eskubideen bermean atzera-pausoak ematen zirela eta beste batzuetan behar bezalako aurrera-pausoak ematen ez zirela ohartu zen eta, beraz, egoeraren diagnosi objektiboa egingo zuen erakunde independente baten beharra zegoela ikusi zuen. Horrela, 2001eko ekainaren 26an aurkeztu zen jendaurrean Iruñean.

Behatokia Euskal Herriko herritarren hizkuntza-eskubideez arduratzen da eta eskubide horiek Euskal Herri osoan, arlo publikoan zein pribatuan, babestera zuzentzen du bere jardueran.

Behatokiak, horren aurrean, euskal hiztunen hizkuntza-eskubideak babestu eta defendatu ez ezik, urratzen direnean salatu ere egiten ditu.

Behatokiaren helburua, Euskal Herrian euskaraz mintzatzeko, administrazioari zuzendu eta administratibotik zerbitzuak hartzeko (osasuna, hezkuntza, justizia, informazioa zein beste edozein zerbitzu), bai eta orokorrean gizarteak eskaintzen dituen aukerez euskaraz baliatzeko euskal hiztunek dituzten aukerak bermatzea da.

Behatokiak honako lanak egiten ditu:

- Herritarren kexak hartzen ditu Euskal Herrian euskara erabiltzeko eskubidea ez bazaie errespetatu, ukatu bazaie edo euskaraz egiteagatik kaltetuak izan badira.
- Kexak bideratzen ditu erakunde publiko zein pribatuen aurrean eta, beharrezkoa denean, bide judizialera ere jotzen du.
- Hizkuntza-eskubideen betetze egoeraren azterketak eta txostenak egiten ditu eta horiek euskal gizarteari, Euskal Herriko administrazio erakundeei bai eta nazioartekoei ere



aurkezten dizkie, euskal hiztunen hizkuntza-bazterkeriaren berri eman eta erabiltzen diren oinarritzko eskubideak errespetarazteko.

- Hizkuntza-eskubideen edukiak zabaltzen ditu eta bertako hizkuntza erabili eta gizarte arlo guztietan garatzeko Euskal Herriko gizarteak duen eskubide gisa defendatzen ditu.
- Hizkuntza-eskubideekiko kontzientziatzea eta sentiberatzea lantzen ditu. Euskararen presentzia soziala eskakizun eta premia izan dadila nahi du, eta herritar erdaldunak sentiberatu nahi ditu hizkuntza-eskubideen oinarritzko izaeran.
- Aldez aurreko lana egiten du eragin handiko tokietan euskararen presentzia soziala bermatzeko.

#### ❑ **2006an zerbitzu enpresetan gertatutako eskubideen urraketa**

Zerbitzu enpresak horrela banatuko ditugu, hainbat urraketa ikusi ahal izateko: interes orokorreko zerbitzuak; aisialdia; finantzak eta aseguru etxeak; merkataritza-gune erraldoiak; elikadurak eta ostalaritza; eta profesionalak eta zerbitzuak.

##### √ Interes orokorreko zerbitzuak

124 espediente jaso ziren. Jaso ziren kexa guztiek hizkuntza-eskubide urraketaren izaera zuten. Araba, Bizkaia eta Gipuzkoatik helarazitako kexa anitzek lege urraketaren izaera zuten ere, 6/2003 Legeak, Kontsumitzaileen eta Erabiltzaileen Estatutuarenak, interes orokorreko zerbitzuak eskaintzen dituzten entitateei zenbait betebeharrak ezartzen baitizkie.

Eremu honetan diharduten entitateek interes orokorreko zerbitzuak eskaintzen dituzte, eta ondorioz, ezinbestekoa da horrelako zerbitzuak jasotzeko eskubidea bermatzea.

Herritarrek helarazitako kexek, ordea, errealitatea guztiz bestelakoa dela erakusten digute. Bestalde, esan behar dugu eremu pribatuaren artean hori izan dela, alde handiz gainera, eskubide-urraketa gehien jaso zituen esparrua.

##### √ Aisialdia

75 salaketa jaso ziren. Bideratutako espediente guztien eskubide-urraketaren izaera dute. Arabako, Gipuzkoako eta Bizkaiko kasuren batean lege-urraketa ere izan da.

Larritasun berezikoak lirarteke euskara baztertzen dute gaztelania/frantsesa eta gaztelania/ingeleza elebitasunaren ereduak, euskaraz solas egiteagatik langileengandik erantzun edo tratu zakarra jaso izana eta doan banatzen diren ehunka egunkaritan euskararen presentziarik eza.

##### √ Finantzak eta aseguruak

55 salaketa jaso ziren. Jasotako espediente guztiek eskubide urraketaren izaera dute. Araba, Bizkaia eta Gipuzkoatik helarazitako zenbait kexek lege urraketaren izaera ere badute.

Zenbait banketxek, EAEko administrazioek ematen zituzten diru-laguntzen onuradun izanik, 6/2003 Kontsumitzaile eta Erabiltzaileen Estatutuaren Legeak ezarritakoaren arabera betebeharrak zituzten arren, jasotako kexek erakusten zutenez, oraindik ez zuten legeak ezarritakoa betetzen eta ondorioz, ez zituzten herritarren hizkuntza-eskubideak bermatzen.

Larritasunari dagokionez, hizkuntzagatiko bereizkeria jasan zuten zenbait herritarrek, zerbitzua euskaraz nahi bazuten ere, beste hizkuntza batean jaso behar izan zutelako edo gutunak eta gainerako jakinarazpenak euskaraz bederen jaso nahi dituela espresuki adierazi arren, jaramonik egin ez ziotelako. Antzeko kasua da herritarrak erakundearen erantzungailuan mezua euskaraz utzi eta erakundeak erantzun-gutuna gaztelania hutsean igorri izana . Puntu honetan nabarmentzekoak dira ere, herritarrak euskaraz mintzatu eta erantzun zakarra edo tente samarra jaso dutenen egoera.

√ Merkataritza-gune handiak, kateak, denda erraldoiak...

74 espediente bideratu ziren Behatokian merkataritza-gune erraldoiekin zerikusia izan zutenak. Herritarrek helarazi zituzten kexa guztiek eskubide-urraketaren izaera dute. Araba, Bizkaia eta Gipuzkoako zenbait kexetan lege-urraqueta izan da ere.

Kexen izaera aztertutakoan, kontsumitzaile euskaldunek kasu batzuetan baino ez dituztela hizkuntza-eskubideak aitortuak ikusi zen. Hala ere, askotan, hizkuntza-eskubideak aitortuak izan arren, ez zaizkie bermatzen.

Horien adibide ditugu Euskal Autonomia Erkidegoko saltokietan errotuluak gaztelania hutsean egotea, herritarrek arreta euskaraz jaso ezin izatea, ordainagiriak gaztelania hutsean jasotzea...

√ Elikadura eta ostalaritza

20 salaketa jarri ziren arlo honetan. Kexa guztiek eskubide-urraketaren izaera izan zuten. Araba, Bizkaia eta Gipuzkoako kexa batzuk, lege-urraketaren izaera dute, bai eta Nafarroako batek ere. Ostalaritzan esku orriak eta jatetxeetako kartak gaztelania hutsean egotea kexen arrazoa izan da behin baino gehiagotan.

√ Profesionalak eta zerbitzuak

57 salaketa jaso ziren kasu honetan. Kexa guztiek eskubide-urraketaren izaera izan zuten eta Araba, Bizkaia eta Gipuzkoan lege-urraketaren izaera.

Zenbait inbiliariek esku orriak gaztelaniaz bakarrik banatu ohi dituzte, ikastaroen berri gaztelania hutsez...

Puntu honetan bi espediente nabarmenduko ditugu: jakinarazpenak euskaraz jaso nahi dituela behin baino gehiagotan eskatu arren, jaramonik egin ez zioten herritarraren kasua eta herritarraren eta segurtasun enpresako langilearen artean izandako gertaeran herritarrak langilearengandik entzun behar izan dituenak.

## 2.6. Kataluniako kasua

Katalunia eredu bezala erabili ohi dugu sarritan normalizazio linguistikorako gaietan. Zerbitzu enpresen eta bezeroaren arteko hizkuntza harremanen gaia oso landuta dago bertan. Merkataritza eta kontsumitzaileen arteko harreman linguistikoa ere bai. Hori dela eta, Katalunian lantzen ari garen gai honen nondik norakoak ezagutzea interesgarria da.

Beti ere, tokian tokiko ezaugarriak kontuan hartu behar baldin badira ere, eredugarria da Katalunian gai honen inguruan landutakoa.

## 2.6.1- SUSTAPENERAKO NEURRIAK

- **Kanpainak**

Hizkuntza minorizatu bat berreskuratzeko Gobernuak edota Administrazioek eman behar dituzten urratsen artean, sustapenerako neurriak daude. Gaur egun pertsona guztiek onartzen dute Gobernu eta Administrazio ezberdinen lana dela hizkuntza minorizatuak berreskuratzea sustapen lana eginez.

Estatu espainiarrean, Kataluniako Gobernuak, eta hizkuntza minorizatu bat duen edozein Gobernuak horrelako kanpainak egin izan dituzten noiz edo noiz. Benetako normalizazio linguistikoaren aldeko lana egiteagatik ezagunak ez diren Gobernuak ere, horrelako kanpainak egin dituzte, Nafarroako Gobernuak adibidez. Eta gainera, sustapen kanpaina horiek oso gutxitan izan dute inolako oposiziorik.

Katalunian ere kanpainak erabili izan dituzte. Hasierako etapan, biztanleriak hizkuntzarekiko sentsibilizazioa har zezan edota zenbait sektore ekonomikok hizkuntzarekiko sentsibilizazioa har zezan kanpaina bat baino gehiago egin zen. Pasa den mendeko 80. hamarkadan, diktadura ondorengo lehenengo Kataluniako Gobernuak katalanaren aldeko sentsibilizazio kanpainak eta katalanaren erabilera areagotzeko kanpainak egin zituen. Leloak, besteak beste, honakoak izan ziren: “*El català, és cosa de tots*” (katalana guztion gauza da), “*Que aquí es parli català, depèn de vostè*” (hemen katalana hitz egitea zure esku dago).

Sektore zehatzagoetara zuzendutako kanpainak ere egin ziren, batez ere Normalizaziorako Lege Linguistikoa zabaldu nahian.

Normalizaziorako Lege Linguistikoa (LNL 1983. urtean onartu zen apirilaren 18an). Auto eskoletan katalana erabiltzeko, “*Catalán sobre ruedas*” edota lan mundua euskalduntzeko “*El català, eina de feina*” (katalana, lana egiteko tresna).

Ordenagailuetako programetan, errotulazioan, komertzioan, ostalaritzan, supermerkatuetan, kirolean, hiztegiatan...katalana sustatzeko kanpaina asko egon dira.

Bartzelonak joko olinpikoekin batera, kirola eta katalana lotuz kanpaina erraldoia burutu zuen Kataluniako Gobernuak.

Gaur egun, horrelako kanpainak herrialde katalanetara oporretan joaten diren turistek zuzenduak daude, katalanari buruzko oinarritzko informazioarekin; edota Kataluniara heltzen diren etorkinei zuzendutakoak dira.

- **Kanpainen ezaugarriak**

Kanpaina gehienek eskema berdina jarraitzen zuten, eta gaur egun ere antzeko eskemarekin jarraitzen dute: komunikabide guztietan iragarkiak atera ondoren, kaleetan kartelak jartzen dira, esku-orriak eta eranskinak banatzen dira eta honekin batera gaiaren inguruko informazioa zabaltzen da konferentzia edo hitzaldien bidez.

Kanpainaren helburuarekin bat egiten duten gizarteko sektoreen inplikazioa ere bilatzen da horrelako kanpainak egiterakoan.

Gaur egun, gero eta kanpaina orokor gutxiago egiten da, eta kanpaina zehatzak egiteko joera nagusitu da.

- **Neurriak: Legeak-2004ko azaroaren 30eko araua**

Katalanaren erabilera sustatzeko kanpainak egiteaz gain, Kataluniako Gobernuak zenbait arau ere egin izan ditu diktadura ondoren. Lehenago aipatu dugun Normalizazio Linguistikorako Legea 1983an onartua, eta Politika Linguistikarako Legea (LPL) 1998. urtean onartua, eta gaur egun indarrean dagoena.

Lege nagusi horietaz gain, 2004ko azaroaren 30ean Kataluniako Gobernuak, zerbitzu enpresa eta merkataritzarekin zerikusia duen Gobernu akordioa adostu zuen..

Publikoari begira establezimenduak dituzten enpresei, dirulaguntzak ematen zaizkio, baina diru laguntza hori jasotzeko honako baldintzak bete behar dituzte:

- √ Kataluniako lurraldean produktuak saldu edota zerbitzuak ematen dituzten enpresek, kontsumitzaileek aukeratutako edozein hizkuntza ofizialetan (gaztelania edo katalana) atenditzeko gaitasuna eduki behar dute.
- √ Seinalizazioa, finko dauden informazio orokorreko kartelak eta erabiltzaileek irakurtzeko eskaintzaren inguruko dokumentua guztiak, gutxienez katalanez idatziak egon behar dira. Arau hau ez da aplikatzen, marka, izen komertzial edota industria propietateak babesten dituen errotuluen kasuetan.
- √ Langileei zuzenduta, lan zentroen barruan dauden errotulu edota finkoak diren informazioak gutxienez katalanez egon behar dira.

## **2.6.2- BETEBEHAR LINGUISTIKOAK**

Katalunian, katalana eta gaztelera hizkuntza ofizialak izateak, hainbat ondorio ditu orokorrean eta zehazki enpresetan.

### **Ulertua izateko eskubidea.**

Hizkuntza bat ofiziala den momentuan, kontsumitzaile eta erabiltzaileentzat positiboak diren ondorioak ekartzen ditu. Hizkuntza bat ofiziala izendatzearen ondorioz, edozein erabiltzaile edota kontsumitzailek nahi duen hizkuntza erabiltzeko eskubidea dauka. Eta horrela izanik, erabiltzaile eta kontsumitzaile horiek hizkuntza hori ofiziala den edozein enpresetan ahoz edota idatziz katalana erabiltzeko eskubidea aldarrikatzea daukate.

Hau da, hizkuntza bat ofiziala izateak beti eragin positiboak izan behar ditu erabiltzaile eta kontsumitzaileentzat, izan ere beraiek nahi duten hizkuntza erabiltzeko aukera ematen die.

### **Enpresek Ofiziala den gutxiengoaren hizkuntza alor guztietan erabiltzeko aukera eta zenbait kasutan betebeharra; eta erabiltzaileak gutxiengoaren hizkuntza hori alor guztietan erabiltzeko eskubidea (ofizialtasuna ezin da banatu).**

Gutxiengoaren Hizkuntza ofiziala den momentuan, ezinezkoa da ofiziala izendatu den hizkuntza hori kasu guztietan erabiltzeko aukera ematen duen zerbitzu enpresarik egotea. Hau da, enpresak hornitzaileekin edota administrazioarekin eta bezeroak edozein motatako enpresekin gutxiengoaren hizkuntza hori erabiltzeko aukera eta eskubidea dute.

**Hizkuntza eskubideak herritarrenak, kontsumitzaileenak eta erabiltzaileenak dira. Instituzioetako langileak, funtzionarioak edota enpresetako langileenak ez.**

Katalunian, funtzionarioek legez beti katalana erabili behar dute, eta gaztelania erabiltzeko betebeharra dute herritar batek eskatzen baldin badie. Publikoari begira lana egiten duten establezimendu pribatuen kasuetan, langileek enpresariak agintzen dien moduan erabiliko ditu hizkuntzak, modu baztertzailan ez baldin bada. Publikoari begira lana egiten duten langileak bi hizkuntzak ezagutu behar ditu, baina ez dago derrigortuta bata edo bestea erabiltzera.

**Ofiziala izendatu den gutxiengoaren hizkuntza, gehiengoaren hizkuntzaz lagunduta joatearen beharra ez izatea (ofizialtasunaren autonomia).**

Ofizialtasunari muzin egitea da gutxiengoaren hizkuntza erabiltzen denean, beti gehiengoaren hizkuntzako itzulpen bat eraman behar izatea derrigortzen denean. Itzulpenaren beharra beti Kataluniako hizkuntzalarien ustez, gutxiengoaren hizkuntzak kontuan hartu gabe eta gutxiengoaren hizkuntza hauen ofizialtasuna kontutan hartu gabe egiten dira herrialde horietatik kanpo:

- Espainiar estatuko zenbait arauen arabera, gaztelania erabili behar da Espainiako edozein lurraldetan etiketatzen diren edozein produktu. Modu horretan, Kataluniak katalanez soilik etiketatzeko eskubidearekin topo egiten du arau honek.

- Zenbait enpresak, telefonoen zentralak Estatuko hiriburuan dituztela argudiatzen dute telefono bidezko harreran gutxiengoaren hizkuntza ez erabiltzeko. Gutxiengoaren hizkuntzako hiztunak harrerako telefonoetan beraien lurraldeko edozein hizkuntza ofizial erabiltzeko eskubidearen kontra doaz.

**2.6.3- POLITIKA LINGUISTIKAKO LEGEAREN (LPL) BOSGARREN KAPITULUA ETA KONTSUMITZAILEAREN ESTATUTUA**

1998. urteko Politika Linguistikako Legearen berritasuna, aurretik indarrean zegoen 1983. urteko Normalizazio Linguistikorako Legearekin alderatuta, ekonomiarena lorrean katalanaren erabilera arautzea izan zen. Horrela, lan mundua eta enpresa katalanaren berreskurapen prozesuaren protagonista bihurtzen dira, gaur egungo gizartean betetzen duten funtzio nagusiarekin bat etorritz.

Alor sozioekonomikoan katalanaren erabilera arautzen duten neurriak Lege honen 15. artikuluan eta Legearen bosgarren kapituluan jasotzen dira (30 eta 36 arteko artikulua). 1993. urteko Kontsumitzailearen estatutuaren 3/1993 legean ere ageri dira arau horiek.

Arauk Katalunian lanean ari diren enpresa guztientzat betebeharrak positibo batzuk ezartzen ditu.

Honakoak dira:

**Kontratuak eta zerbitzuen eskaintzarako dokumentuak**

Bezeroen eskura egon behar diren zerbitzu kontratu guztiak katalanez eta gaztelaraz egon behar dira, bakoitza bere aldetik. Horrela interesa duen edozeinek aipatutako dokumentazioa nahi duen hizkuntzan jasotzea bermatzen da. Ordainagiriak edota kontratuetatik sortzen diren dokumentu guztietarako balio du arau honek.

Zerbitzuen eskaintza adierazten duten dokumentu guztiak gutxienez katalanez egon beharko dira.

Gainera, finantza erakundeek eta aseguru etxeek katalana erabili beharko dute dokumentu guztietan, baita orain arte aipatu ez ditugun dokumentuetan ere.

### **Zerbitzu hizkuntza**

Kataluniako lurraldean zerbitzuak ematen dituzten enpresak, kontsumitzaileekin herrialde honetako edozein hizkuntza ofizialean hitz egiteko gaitasuna izan behar dute, eta seinalizazioa eta finkoak diren informaziorako kartelak gutxienez katalanez egongo dira.

### **Barne errotulazioa**

Lan zentroen barne errotulazioa gutxienez katalanez idatzia egon behar da.

### **Etiketak**

2003ko otsailaren ondoren, Jatorrizko Izendapena duten Kataluniako produktuetan, derrigorrezkoak diren datuak eta bakoitzak sartu nahi dituen informazio osagarrien etiketak gutxienez katalanez egon behar dira. Katalunian banatzen diren artisauen produktuetan ere etiketak gutxienez katalanez izango dira.

Hemen sartzen dira, kontsumo handiko zenbait produktu, ardoa, kaba edota olioak adibidez.

### **Generalitateko eta herri entitateetako Enpresa publikoak**

Administrazio hauetako enpresek edota administrazio horietako enpresa kontzesionarioek katalana erabili behar dute beraien ekintza guztietan, barne dokumentazioetan, errotulazioan, baita komunikazio eta jakinarazpenetan ere, fakturak barne.

Multzo honetan sartzen dira, Transportes de Barcelona bezalako enpresa publikoak edota autopisten kontzesioak, segurtasun enpresak...

Enpresa kontzesionarioen kasuan hau guztia betetzeko beharra dute, administrazioarekin hitzartuta duten zerbitzua ematerakoan.

### **Zerbitzu publikoko enpresak: garraio, hornidura edota komunikazio enpresak**

Aurretik aipatutako guztiaz gain, era honetako enpresek katalana erabiliko dute gutxienez errotulazioan eta megafonian, baita ere komunikazio eta idatzizko jakinarazpenetan, fakturak barne. Katalana erabiliko dute kontsumitzailea Kataluniako lurraldean bizi denean. Hala ere, norbaitek hau guztia gazteleraz eskatuko balu, eman egingo zaio. Enpresa hauek, estatu mailakoak izanik, aurreikusi egin behar dute betebeharrak hau bete ahal izateko beharrezkoak dituzten baliabideak.

RENFE edo CORREOS multzo honetan sartzen dira.

### **Diruz lagundutako enpresak edota enpresa kontzertatuak**

Aurretik aipatutako betebeharrak guztietaz gain, enpresa hauek katalana erabiliko dute gutxienez, errotulazioan, oharretan eta publikoari zuzendutako dokumentazioan. Gutxienez diru laguntza edota hitzarmenera lotuta dauden bitartean.

## **Publizitatea**

Legeak ez die enpresei publizitatea katalanez egitera behartzen. Baina publizitatea zerbitzuen eskaintza baldin bada, katalanez izan beharko da. Generalitateko, herri entitateetako edota enpresa publikoetako publizitatea ere normalean katalanez izaten da.

### **2.6.4- ONDORIOAK**

- Katalanaren kasuan, hizkuntza hau gutxika joan da txertatzen alor guztietan, baita alor sozioekonomikoan ere. Horregatik, erabiltzaile eta kontsumitzaileek, baita enpresa munduko arduradunek ere sinpatiaz ikusten dute katalanaren erabilera.
- Azken urteotako arazo linguistikoetaz gain (immigrazioa, urruneko zerbitzuen zentralizazioa, enpresen fusioak, teknologia berriak...) alor sozioekonomikoan ez da katalanaren erabileraren jaitsierarik nabaritzen.
- Sektore honetan ematen diren aurrerapausoak oso motelak dira, eta babeserako neurriak beti izango dira beharrezkoak.
- Behar beharrezkoa eta legitimoa da Administrazioek erabiltzaile eta kontsumitzaileen hizkuntza eskubideak babesteko neurriak hartzea. Neurri horiekin batera, alor sozioekonomikoan katalanaren presentzia bermatuko duten neurriak ere hartu behar dira.
- Kataluniako biztanleriak ez du modu militantean katalanaren erabilera eskatzen. Baina, enpresak katalana erabiltzen dutenean, bezeroen gogobetetze inkestak katalan hiztun diren bezero hauek satisfazioa erakusten dute.
- Katalanaren presentzia produktuetan bezeroen gogobetetzea handitzen du eta ez du enpresentzat gastu adierazgarria suposatzen.

## **3. ARGUMENTAZIOAREN BEHARRA EUSKARA PLANAK MARTXAN JARTZEKO**

Aurreko puntuan gaian kokatzen saiatu gara, argudioekin hasi aurretik, erabilera planak sustatu, bultzatu eta egiteko arrazoi ugari ikusi ditugu. Horietan guztietan, eta enpresen merkatuen legeetan oinarrituta, argudioetara pasako gara oraingoan.

Argumentazioa garrantzitsua den arren, argudioen erabilera ere garrantzitsua da. Erabilera planak eta euskararen beharra saltzen ikasi behar dugu. Enpresetako buruek euskararen erabilera plana beharrezkotzat jo behar dute.

### **3.1 Argumentazioa zertarako**

Euskararen erabilera plan bat abian jarri behar denean, edota dagoeneko plana martxan dagoenean argumentazioa beharrezko tresna bihurtzen da.

Planaren hasieran, argumentazioa erabili behar da, plana abian jartzeko. Argumentazioa batzuetan zuzendaritzarekin erabili behar izango dugu fase honetan, enpresa baten euskara plan bat abian jar dezan. Beste batzuetan, berriz, langileen ordezkariekin edota langileekin erabili behar izango dugu. Izan ere, langileak dira euskara planen protagonistak eta beraien inplikazioa ezinbestekoa da plana abian jartzeko.

Plana abian denean, inplementazio garaian, argumentazioak ere garrantzia du. Zuzendaritzako kide eta langile guztiek ongi dakite zergatik beharrezkoa den segurtasun plan bat izatea, inork ez du zalantzan jartzen segurtasun plana beharrezkoa denik.

Baina zoritxarrez, ez da gauza bera gertatzen euskararen erabilera planekin. Etengabean, euskara planaren beharra argumentatu beharrean aurkitzen dira bai euskara batzordekideak baita euskara teknikariak ere. Horregatik, garrantzitsua da argumentazio ongi landuta izatea.

Aurrerago aipatuko ditugun argumentuekin ekintza ezberdinak egin daitezke planean: formazio saioak euskara batzordekideentzat, eztabaida taldeak erdaldunekin, zuzendaritza batzordekideekin solasaldia... modu ezberdinetan erabil daitezke argumentuak. Beti ere, oinarri sendoak dituen argumentazio taula bat behar dugu izan. Gure lanerako oso lagungarria da argumentazioa ongi erabiltzea.

Argumentu asko aurki ditzakegu enpresa batean euskararen erabilera plan bat abian jartzeko. Euskara teknikariak edota euskara planetan inplikaturik dauden eragileek argumentu horietako bakoitza noiz, norekin eta nola erabili jakin beharko dute.

## **3.2 Orain arte erabilitako argumentazioa**

Euskararen erabilera planak bultzatzeko asmoz diskurtso euskaltzalea erabili izan dugu gehienetan. Argumentu gehienak euskaldunen izaera eta sentsibilitateari lotutako argumentuak izan dira.

Euskara planen bilakaera historiakoari errepaso egin diogu lehenengo puntuan. Arrasate inguruko kooperatibetan hasi ziren euskara planak, Euskal Herria osoan euskararen aldeko herri mugimendu indartsua abian zenean, hain zuzen ere.

Euskararen erabilera plan horiek bultzatu zituzten pertsonak euskaltzale eta abertzaleak ziren, eta ikuspuntu horretatik bultzatu nahi zuten euskara lan munduan.

Beraien ideologia eta herri identitateari lotutako diskurtsoa eraiki zuten. Garai horietan diskurtso hori oso baliagarria izan zen. Eta horrela erakusten dute ikastolen mugimendua bezalako herri ekimen sendoak.

Garai horietako zenbait argumentu, gaur egun oraindik erabiltzen jarraitzen ditugu. Honako hauek dira:

- Euskal Herria euskaldun baten alde.
- Euskara salbatu behar dugulako.
- Euskal Herrian euskaraz hitz egin behar delako.



-Euskara euskaldunon hizkuntza delako.

-Gure arbasoen ohiturak eta kultura ezin ditugulako galdu.

-Euskara gure nortasunaren parte garrantzitsua delako.

-finean, Euskal Herrian euskaraz hitz egitea nahi badugu, lan mundua ere euskaldundu behar delako.

Argumentu horiek guztiak diskurtso euskaltzaleari lotutakoak dira. Eta argumentu hauek sentimendu euskaltzalea duten pertsonekin baliagarria da. Izaera euskaltzalea duen pertsona batentzat argumentu hauek behar beharrezkoak izango dira euskararen alde lanean jartzeko. Baina erabilera plan bat abian jarri behar duen enpresa ez dute euskaltzaleek bakarrik osatzen. Sarritan euskararekiko inongo jarrera afektiborik ez duten langileekin egiten dugu topo, euskaldunak (euskaradunak) izan ala ez.

Beraz, argumentu hauek gaur egun ez dute balio, edo hobe esanda enpresa osoarekin erabiltzeko ez dira baliagarriak.

Euskara ezingo dute euskaltzaleek bakarrik salbatu. Argi dago euskaltzaleak izango direla euskararen aldeko eragilerik sutsuenak, eta euskararen erabilera plan batean ziurrenik euskaltzaleak izango dira inplikazio maila altuena hartuko dutenak.

Baina beraiekin ez da nahikoa. Euskarak gizarte osoa behar du bizirauteko. Eta gizartearen osotasun horretan pertsona (edo langile) mota guztiak bizi dira: euskaltzaleak, euskararen aurkakoak, euskararen erabilgarritasuna zalantzan jartzen dutenak, euskara jakin arren gazteleraz hitz egiten erosoago sentitzen direnak...

Horregatik, argumentu ezberdinak erabiltzen hasi behar gara. Eta argumentuak osatzen ditugunean, argumentu horiek norekin, noiz eta nola erabiliko ditugun oso ongi pentsatuko dugu.

Ezin izango gara berdina mintzatu ingurune erdalduna duen enpresa bateko zuzendari erdaldunarekin; edota 5 urtez euskara planean lanean dabilen enpresa euskaldun bateko euskara planeko langile eragile batekin.

### **3.3 Hemendik aurrera erabili beharrekoa**

Enpresa batera lana egitera joaten da jendea. Bertara ez doa hizkuntza bat salbatzera.

Horregatik euskararen erabilera plan batek beraien eguneroko lanean onurak ekarriko dizkiela erakutsi beharko diegu bai zuzendaritzako partaideei, baita langileei ere.

Hurrengo hiru puntuak (3.3.1, 3.3.2 eta 3.3.3) nahiko antzekoak dira. Lehenengoan argudioak orokorrean aipatzen ditugu, eta hurrengo bietan zerbitzu enpresetan eta merkataritzan (hurrenez hurren) erabili beharrekoak, bakoitzaren kasuan zenbait ñabardura sartuz.

Lan munduko erabilera planetan aholkulari eta dinamizatzaille lana egin behar dutenek, argi daukate euskararen erabilera planek onurak ekartzen dizkietela enpresei. Enpresa batek erabilera plana inplementatzeko erabili ditzakeen argumentuak hauek izan beharko lirateke:

### 3.3.1 ARGUDIO OROKORRAK

Hurrengo hiru puntuak (3.3.1, 3.3.2 eta 3.3.3) nahiko antzekoak dira. Lehenengoan argudioak orokorrean aipatzen ditugu, eta hurrengo bietan zerbitzu enpresetan eta merkataritzan (hurrenez hurren) erabili beharrekoak, bakoitzaren kasuan zenbait ñabardura sartuz.

- **Enpresa kanporako onurak**

- **Irudia**

Gizarte hobe baten alde dagoen enpresaren irudia: azken urteotan enpresen kontzeptua aldatu egin da, eta gaur egun enpresek ez dute ikusten euren burua gizartean dauden ente isolatu gisa, gizartean eragin handia duten eragile edo agenteak dira enpresak; edo horrela agertu nahi dira gizartearen aurrean; era berean, noski, gizarteak ere enpresengan eragiten du.

Gizartean eragiteko ahalmena baldin badute, erantzukizuna ere badute. Euskal Herrian kokatutako enpresen kasuan, gizartearekiko konpromisoa izatea euskararekiko konpromisoa izatea esan nahi du.

Erantzukizun soziala bere gain hartzen duen enpresa batek bere irudia hobetu egiten du: irabaziez gain, beste kezka batzuk ere badituela adierazten du, gizarte hobe baten alde dagoela.

Etorkizunari begirako enpresa: erabilera planak ez ditu epe motzerako onurak izaten, onurak epe ertain eta luzera begirakoak dira. Gero eta euskal hiztun gehiago dago Euskal Herrian, eta era honetako gai bat kontuan hartzeak, enpresa horrek belaualdi berriengan konfiantza duela esan nahi du. Eta honekin batera, etorkizuna aurreikusteko ahalmena ere baduela erakusten du.

- **Balio erantsia eta lehiakortasuna.**

- √ Balio erantsia: gero eta kontsumitzaile gehiagok balio erantsi modura bizi du produktuak bere hizkuntzan erosi ahal izatea eta hornitzaileak eskaintza hori egitea: Euskadiko Kutxa, Eroski, Microsoft eta beste asko euren produktuak euskaraz eskaintzen hasi dira, bezero euskaldunen aurrean ezaugarri bereizleak eta bezeroen nahietara egokituagoak eskaintzeko asmoz.

- √ Erosketa etikoa: gaur egun merkatuaren eskaintza handiagoa eta anitzagoa da, eta zenbait produktu eta zerbitzuren hornitzaileak aukeratzeko askatasuna ere handitu egin da. Gaur egungo erosleek, kalitate-prezioa erlazioaz gain, erosketa horrek gure ingurumenean eta gizartean duen eragina ere kontuan hartzen du. Euskaraz eskainitako produktu edo zerbitzu bat oso modu positiboan baloratzen du gizartearen gehiengoak, erosketa horren bidez bertako kultura zaintzen eta bultzatzen delako.

- √ Lehiakortasuna: aurreko puntu baten aipatu dugun bezala, gero eta enpresa gehiago ari dira euskara planak abian jartzen. 2005. urtearen bukaeran 120 enpresa ari ziren euskara planak aurrera eramaten, 42.000 langile. 1000 enpresa baino gehiagok, gainera, euskaraz zerbitzua emateko edota lan egiteko konpromisoa hartu dute, horien artean erakundeek, merkatarikari eta profesionalak. Beraz, euskara plana duten

enpresekiko lehiakorra izan nahi duen enpresa batek, euskara ere kontuan hartu beharko du.

#### □ **Aldaketetara egokitzeko gaitasuna, gestio berritzailea**

Euskararen gaur egungo egoera ez da bat-batean gertatu den zerbait, esperientzia eta urte luzeren ondorioa da. Gaur egun euskararen alde lanean jarraitu dezakegu, lan munduan espazioak irabaztea da euskarak orain duen erronka nagusia.

Gizarteak dinamikoak dira, eta aldaketak eragiten ditugu. Enpresek aldatzeko ahalmen handia dute; eta erantzukizun handia ere.

Enpresen garapenerako oso garrantzitsua da estrategia berriak bilatzea. Etengabean aritzen dira horretan enpresaburuak. Produzitzeko kultura berri bat inplementatu behar du enpresak, euskara, ingurumena eta gai sozialak gestio ereduan integratzeko. Kultura berri bat inplementatzen duten enpresak eta gestio berritzaileago bat egiten duenak aldaketetara egokitzeko gaitasuna duela eta gestio ona egiten duela frogatzen du.

#### □ **Globalizazioa**

√ Munduko kultura aberastea: hizkuntzaren ikuspegia zabala da gizartean, gero eta hizkuntza gehiagorekin harremanetan gaude. Euskara ere munduko aberastasun kulturalaren parte da, eta euskararen aldeko neurriak hartzea, munduko aberastasunaren aldeko neurriak hartzea da. Euskara planari esker, hainbat hizkuntza erabiliko dira enpresan, eta horrek hizkuntza hauek elkar elikatzea ekarriko du. Euskara enpresaren esparru gehiagotan erabiltzeak ez dakar galerarik beste hizkuntzentzat, eta euskal hitzunik ez direnentzat. Eta euskal hitzunik ez direnentzat berriz, onura galanta da. Faktoreen batura dakar euskara planak, ez faktoreen kenketa.

√ Sustraitzea: gure inguruko enpresa asko eta asko nazioartean ibiltzen dira negozioa egiten. Kanpora joan behar izate hori, eta nazioarteko izaera izan behar izate hori inguruarekin deserrotzea ekar lezake. Horren ondoan, bizi garen lurreko kultura eta hizkuntza zaindu behar da. Horrela “multinazional” itxura kentzen dio enpresari eta dirua ez diren beste kezkek ere badituela erakusten du.

√ Lehiakortasuna: 2005. urtearen bukaeran 120 enpresa baino gehiago ari ziren euskara planak egiten. Gaur egun 180 inguru dira plan horietan buru belarri ari direnak. 47.000 langile inguru ari dira lanean euskara plana duten enpresetan; eta 1000 enpresa baino gehiagok euskaraz zerbitzua eman edota lan egiten dute. Argi dago euskara plana duten enpresekiko lehiakorra izan nahi duten enpresek, euskara ere kontuan hartu beharko dutela.

#### □ **Identifikazioa**

√ Identifikazioa: gizarteak euskararen aldeko jarrera azaldu du behin baino gehiagotan, eta enpresarentzat garrantzitsua da zein den gizartearen interesa. Euskara planaren bidez, enpresa gizarte horrekin identifikatuko da eta horrek lehiakorra egingo du enpresa.

√ Langileen motibazioa handitzea: euskara plana langilea enpresara erakartzeko ere balio du. Enpresa horrek gizartearekiko eta euskararekiko erakusten duen konpromisoak langileak motibatzeke balio du.

- **Enpresa barrurako onurak**

- **Koherentzia etikoa**

- √ Langileen lanarekiko: lan munduan euskararenganako konpromiso ibilbide bat badago. Gizon eta emakume askok egin dute euskararen aldeko lana, eta horrekiko zordun gara gaur egungo langileak.
  - √ Hezkuntzarekiko eta belaunaldi berriekiko: hezkuntzan egindako lanari esker, euskara ikasi nahi izan duten ikasle askok ikasketak euskaraz egiteko aukera izan dute. Euskararen corpusa ere izugarri landu da. Berez, euskarak gaur egun duen erronka garrantzitsuena lan munduan espazioak irabaztea da. Hori lortzen ez bada, hezkuntzan egin den lan guztia bertan behera gelditzeko arriskua dago.

- **Identifikazioa**

- √ Langileen asebetetzea: euskara planak abian dituzten enpresetan inkestak egin dira. Inkesta horien arabera, langile gehienek euskaraz lan egiteko gogoia dute. Gainera, modu sistematikoan euskara planak martxan jarri aurretik, zenbait enpresetan lehen pausuak emanak zituzten. Horrek enpresa horietako langileen motibazioa oso altua dela erakusten du, eta aurretik antolakuntza eta koordinaziorik gabe egindako lana azalarazteko ere balio du planak. Enpresan plana abian jartzen denean, euskara elementu berri bat da enpresako barne dinamikan, eta lana gogo gehiagoz egiten laguntzen du.
  - √ Hezkuntza euskalduntzearen fruituak jasotzea: aurretik aipatu dugun bezala, hezkuntzan lan handia egin da. Lan horri esker, langile gazte asko euskaraz alfabetatuta daude, eta bere hizkuntzan lan egiteko prestatuta eta motibatuta daude enpresara heltzen direnean. Euskal hiztunen kopuruak ere gora egin du.
  - √ Identifikazioa: enpresak euskara bere gestioaren barruan integratzen baldin badu, langile eta gazteak identifikatuago sentituko dira enpresarekin. Langile bakoitzaren interesak eta motibazio pertsonalak eta enpresaren interes eta motibazioak bat egiten dutenean identifikazioa handitu egiten da, eta langileak bere lana gizartearen eta bakoitzaren onerako ere badela konturatuko dira.
- **Barne kohesioa:** merkatu globalizatuan oso garrantzitsua da enpresako barne kohesioa. Izan ere, enpresa bat nazioarte mailan lanean hasten denean deserrotzea dakar, bere ingurunearekiko deserrotzea. Eta orduan, sustraitzea eta barne kohesioa lantzea behar beharrezkoa da. Euskal Herrian globalizazioari aurre egiteko modu eraginkorra izan daiteke euskararen aldeko politikak ezartzea. Langileak gainera, enpresarena den euskararen erabilera plan batean lanean ari badira, talde lanean ari dira eta horrek barne kohesioa eta lan giroa hobetzen du.
- **Giza baliabideen gestio hobea:** barne kohesio on batek eta enpresa-langile artko identifikazioak giza baliabideen gestioa errazten du. Euskal hiztun diren lankideekin hobeto komunikatzeko aukera dago, izan ere euskal hiztun bati euskaraz egiten baldin badiogu, mezua emateaz gain, errespetua eta gertutasuna irabazten baitugu. Oro har enpresako komunikazioa hobetu egingo da, eta horrek denbora aurreztu eta komunikazioaren kalitateak hobera egingo du.

#### □ **Onura ekonomikoa**

- √ Bezeroak irabaztea: aurretik aipatu ditugun faktore guztiek, eragina dute enpresaren irabazietan epe ertain eta luzean. Oso zaila da euskara plan batek zenbateko irabaziak ekartzen dizkion enpresa bati zehaztea, kuantifikatzeko zaila da. Baina argi dago bezeroak irabazten direla. Izan ere bezeroei galdetzen zaienean, hornitzaile bati erosi edo ez aukeratzeko garaian produktua edo zerbitzua euskaraz eskaintzea baloratzen dutela diote.
- √ Erabilera plana ez ezartzearen arriskuak ekiditzea: hau ere kuantifikatzeko zaila da, baina euskara ez erabiltzeagatik zenbat bezero galtzen ditugun zenbatzea ongi egongo litzateke.
- √ Kontratazio hobea: euskara lanpostuen ezaugarrietan sartzeko komeni da. Horrela egiten ez badugu, gerora langilea trebatu edo euskaldundu egin beharko da, eta horrek diru kostu handia dakar.
- √ Diru-laguntzak: euskararen erabilera planak inplementatzen direnean diru-laguntzak jasotzen dira, eta horrek euskara planaren finantzaketan asko laguntzen du.

### **3.3.2 ARGUMENTAZIOA ZERBITZU ENPRESETAN**

#### **3.3.2.1- Argumentuak**

##### ▪ **Bezeroekiko begirunea**

###### □ **Euskara planak inplementatzen direnean bezeroak irabazten dira.**

Aurreko puntu batean ikusi dugun bezala euskal hiztunen kopurua gora doa Euskal Herrian. D ereduaren etengabeko gorakadak horrela dela erakusten digu.

Euskal hiztunak gainontzeko hiztun guztiak bezala, eguneroko bizitzan zerbitzu enpresak erabiltzen ditu. Euskal hiztunak, normalean, beraien hizkuntzaren egoeraz jabetzen dira, badakite beraien hizkuntza, hizkuntza gutxitua dela. Horregatik, zerbitzu enpresa batean euskararen erabilera plana egiten ari direla jakitean, zerbitzu enpresa horretara joango da. Euskal hiztunen kopurua altua da, eta euskal hiztun guztiak bezero izan daitezke.

###### □ **Bezeroak gusturago izateko aukera ematen du.**

Euskal hiztunak beraien eguneroko hizkuntza erabiltzen baldin badute zerbitzu bat jasotzera joaten direnean gusturago sentituko dira. Bakoitzaren hizkuntzan atenditua izatea asko baloratzen da. Euskaraz atenditzeko gaitasuna ez izan arren, egunen batean hori lortzeko urratsak ematen ari direla jakitean ere gusturago jasoko du zerbitzua.

###### □ **Bezero euskaldunekiko hurbiltasuna.**

Egunero erabiltzen den hizkuntzan zerbitzua jasotzen garrantzitsua da, hurbiltasuna transmititzen zaiolako bezeroari. Hizkuntza gutxitu baten partaide den edozeinek badaki zer nolako hurbiltasun sentazioa sentitzen den bakoitzaren hizkuntza entzutean. Bezeroa eta enpresaren artean harreman estuago bat sortzen da harremana euskaraz egiten denean.

❑ **Erabateko Kalitatearekin edo Bikaintasunaren kudeaketaren estrategiarekin lotuta dago, bezeroak hobeto zerbitzatzeko aukera ematen duelako.**

Bikaintasuna eta erabateko kalitatea modan daude gaur egungo enpresaren munduan. Bikaintasunaren ikurren bat ez duen enpresa batek ez du prestigiorik gure inguruan.

Eta bikaintasuna zer den laburbildu nahi baldin badugu, bezeroa hobeto zerbitzatzea baino ez da. Argi dago, euskal hiztuna den bezero bati askoz ere hobeto zerbitzatzeko zaiola bere hizkuntzan, aurretik aipatu ditugun arrazoiengatik: bezeroa gusturago sentituko delako eta enpresarekiko hurbiltasuna sentituko duelako.

Aukera paregabea ematen digu Bikaintasuna eta Kalitatearen gai honek euskararen gaia bertan txertatzeko.

▪ **Argumentazio ekonomikoa**

❑ **Elebitasunak bezero berriak erakartzen ditu.**

Aurretik ikusi dugun bezala, euskara erabiltzen hasteak edota euskararen erabilera plan bat egiteak bezeroak erakartzen ditu. Bezeroak erakartzean, diru sarrerak handiagoak izango dira.

Oraindik gure inguruko zenbait zerbitzu enpresa ez dira honetaz jabetu. Baina multinazionalak berriz aspaldi konturatu dira honekin: Telepizza kateak, esaterako, elebitan egiten ditu bere pizzen katalogoak.

❑ **Kalitatea eta balio erantsia: bere zerbitzu eta produktuek balio erantsia dute eta horrek, lehiakideen aurrean abantailan jartzen du enpresa.**

Enpresa asko dago Euskal Herrian, eta horien artean zerbitzu enpresak ere ugartuz doaz gure artean.

Zerbitzu enpresen artean lehiakortasuna handia izaten da, enpresa mota guztietan bezala. Aurretik aipatu dugun bezala, zerbitzu enpresetan ematen diren zerbitzuak ez dira beti begi-bistan ikusten. Horregatik, zerbitzu enpresa bat aukeratzerakoan, enpresa horren erreferentziak bilatzen dira.

Zerbitzua hizkuntza bakar batean ematea edota zerbitzua hizkuntza batean baino gehiagotan ematea badu gaur egungo gizartean balio erantsia. Eta enpresa horren kalitatearen adierazgarria izango da. Horregatik euskara plan bat martxan edukitzeak lehiakideen aurrean abantailan jartzen du enpresa.

❑ **Barruko merkatuan bezeroei eusteko.**

Euskal Herria merkatu txikia da makroenpresentzat, baina gizarte aurreratu eta kontsumista bat den neurrian, makroenpresak ere gurera hurbiltzen dira negozio egitera.

Makroenpresa edo multinazionalak euskararen garrantziaz ohartzen ari dira gutxinaka gutxinaka, eta erabiltzen hasi dira. Hasieran publizitate orrietan batez ere hasi dira euskara erabiltzen. Modu horretan, bertako bezeroak irabazi nahi dituzte. Aurretik aipatutako Telepizza enpresa horren adibidea da.

Euskal Herriko enpresa gehienak txikiak edo ertainak dira. Eta gero eta gehiago munduan zehar zabaltzen ari baldin badira ere, oraindik ere bertako edo Euskal Herri barruko merkatua da beraien merkatua. Euskal herritarrek dira beraien bezero nagusiak. Euskara erabiliz, edota euskararen erabilera planak martxan jarriz, barruko merkatuari eusteko saiakera egiten dute. Bertakoengandik hurbil sentituz, merkatu horri eutsi egingo diete. Zenbait kasutan, multinazionalengandik bereizteko balio dezake euskararen erabilera

planak. Fagorrek bere etxetresnen erabilera arauetan euskara erabiltzen du, baina Boschek ez (adibidez).

□ **Belaunaldi berrietan euskaldunen ehunekoa handitzeak euskararen eskaera handituko du.**

Aurreko puntu batean ikusi dugun bezala D eredia goraka doa etengabe. Hori dela eta belaunaldi berrietan gero eta euskaldun gehiago dago. Euskaldunen portzentajea gero eta altuagoa da urtetik urtera. Eta euskaldun horiek bezeroak izango dira etorkizunean. Eta bezero euskaldunak diren heinean, euskararen eskera handitu egingo da. Beraz, etorkizunerako erronka izan daiteke euskara erabiltzea enpresa askorentzat.

□ **Euskara Plana inplementatzeagatik dirulaguntzak jasotzen dira, eta horrek asko laguntzen du planen finantzaketan.**

Lehenengo puntuan azaldu dugun bezala, azken urteetan Eusko Jaurlaritzak lan mundua euskalduntzeko ahalegin berezia egin du. Euskararen erabilera planak sustatzeko modurik eraginkorrena (nahiz eta bakarra ez izan) enpresak diruz laguntzea da. Eta horretan dabil. Diru laguntza horiei esker, euskararen erabilera plana finantzatzen laguntza jasotzen dute enpresek.

▪ **Lurraldean txertatutako enpresa**

□ **Gaur egun, etekin ekonomikoaz gain, erakundeek gizartean duten eragina gero eta gehiago hartzen dute kontuan.**

Enpresak gizartean txertatuko erakundeak dira. Beraien helburu nagusia diru etekinak lortzea izan arren, gero eta gehiago zaintzen dute bakoitzaren gizartearekiko duten erantzukizuna. Erantzukizun hori modu askotakoa izan daiteke. Eta hizkuntza minorizatu bat duen gizarte batean txertatutako enpresa izanik, hizkuntza minorizatu horren normalizaziorako bidean urratsak ematea erantzukizun oso baliagarria izan daiteke. Baliagarria, enpresa bertako gizartearentzat garrantzitsuak diren gaietaz kezkatzen dela erakusteko.

□ **Gizarte elebidunari zerbitzu elebiduna eskaini behar diote enpresek.**

Duela urte batzuk, enpresa batean hizkuntzen kudeaketaz hitz egitea ez ohikoa zen. Gaur egun, aldiz, gero eta enpresa gehiagok kudeatzen dituzte erabili behar diren hizkuntzak. Txinarekin harremanak dituzten enpresak, adibidez, hizkuntza kontuan hartzen dute bertan negozioa egiteko.

Euskararekin gauza bera. Euskal Herria gizarte elebiduna da, eta gizarte elebidunari zerbitzu elebiduna eskaintzen dioten enpresak, gizartearengandik eta bezeroengandik hurbilago daude.

Horregatik, garrantzitsua da euskararen erabilera plana izatea.

□ **Enpresaren kanpora begirako irudia hobetuko da: gizarte hobe baten aldeko enpresaren irudia, etorkizunari begirako irudia...**

Hizkuntza minorizatuena alde lana egitea, gizarte hobe baten alde borrokatzea den heinean, enpresak herrian duen irudia hobetu egingo du. Euskararen erabilera plana martxan jartzean, enpresa horren helburu bakarra dirua egitea ez dela ikusiko da. Gainera, belaunaldi berriak euskaraz hitz egiten etorriko direnez, etorkizunari aurre egiten dion itxura izango du enpresa horrek.

- **Zerbitzu elebiduna eskaintzea herritarren hizkuntza aukeraketa bermatzeko modu bakarra da.**

Euskal Herria bezalako gizarte elebidunetan herritarrak nahi dugun hizkuntza aukeratzeko eskubidea dugu. Eskubide hori, hala ere, ez da beti bermatzen. Eta bermatzeko bide bakarra zerbitzu elebiduna eskaintzea da. Euskararen erabilera plana izanez gero, bezeroen hizkuntza aukeraketa bermatzen ari da enpresa.

- **Euskara erabiltzean enpresak bere inguruan bizi den euskara balioesten du.**

Euskara bezalako hizkuntza minorizatuentzat berebiziko oinarria da, bizitzako eremu guztietan erabili daitekeela erakustea. Enpresa batean euskara erabiltzean, euskara balioesten da. Euskara lanerako ere baliagarria dela erakusten da.

- **Globalizazioa**

- **Euskara munduko aberastasun kulturalaren parte da, eta euskararen aldeko neurriak hartzen baditugu, munduko aberastasunaren aldeko neurriak hartzen ari gara.**

Azken urteetan hizkuntza minorizatuaren alde lanean ari den teknikari eta linguisten artean hizkuntzen ekologiaren gaia asko erabiltzen da. Hizkuntzen ekologiaren funtsa honakoa da: munduko hizkuntza guztiek munduko aberastasuna erakusten dute. Hiltzen den hizkuntza bakoitza aberastasun horri balioa kentzen dio. Horregatik, munduko hizkuntza guztiak babestu behar dira. Babesa behar duten hizkuntzak, hizkuntza minorizatuak dira. Eta horregatik, munduko edozein hizkuntza minorizatuaren alde lana egitean, munduko hizkuntza minorizatu guztien alde eta munduko aberastasunaren alde lana egiten da. Beraz, enpresa batean euskararen erabilera plana martxan jartzean, munduko aberastasunaren aldeko neurriak hartzen ari gara.

- **Eleaniztasunak gero eta indar handiagoa du (euskara, gaztelania, frantsesa, ingelesa...) eta horretara moldatu behar dugu.**

Aurretik aipatu dugun bezala, gero eta enpresa gehiagok egiten dute hizkuntzen kudeaketa bat enpresaren funtzionamenduari begira.

Enpresen merkaturia asko zabaldu da, eta Euskal Herritik kanpora asko saltzen dute bertako enpresek. Hori dela eta, zerbitzu eta produktu eleanitzak egitera behartuta daude.

Eleaniztasun eta hizkuntzen kudeaketa horren barruan, euskararen erabilera ere arautu eta kudeatu daiteke. Aukera paregabea da.

- **Merkatu globalean bereizketa-faktorea behar da. Etiketa hori euskara izango da.**

Euskal Herriko enpresak hemendik kanpo ateratzen direnean lehiakide askorekin egiten dute topo. Lehiakortasun horretan, bereizketa-faktoreak behar dituzte. Beraien lehiakideetatik bereizteko markak behar dituzte. Kanpoko merkatu horretan (eta baita barruko merkatuan ere) euskara izan daiteke marka hori.

- **Kanpoko merkatuetan kalitatearen adierazgarri izan daiteke, globalizazio garai hauetan enpresek nortasun adierazgarriak behar dituztelako.**

Gero eta enpresa gehiago dago, bai gure artean, baita hemendik kanpo ere. Hori dela eta, enpresek nortasun ikurrak edo adierazgarriak behar dituzte. Are gehiago, kanpoko merkatuetan.

Euskarak nortasun hori emateko gaitasuna du.



- ❑ **Europak bere ezaugarri aberatsenetako bati, mosaikozko izaerari, eutsiko badio, euskaldunak behar gaitu.**

Europaren ezaugarri bat mosaiko izaera da. Europa zaharrear, herri, kultura, hizkuntza eta ohitura asko eta askok elkarrekin bizi iraun dute mendeetan zehar. Mosaikozko izaera horri eustea erronka garrantzitsua da gaur egun. Nork ez du entzun Herrien Europaz hitz egiten?

Eta mosaiko horretan, beste hizkuntza askorekin batera euskara ere badago. Beraz, mosaiko hori hiltzea nahi ez badugu, behar beharrezkoa da euskara bizirik mantentzea.

- **Enpresaren barne kohesioa**

- ❑ **Langileak enpresarena den erabilera plan batean lanean ari badira, talde lanean ari dira eta horrek lan giroa hobetuko du.**

Euskararen erabilera planaren ezaugarriak aipatu ditugunean, plan hauek borondatezkoak eta parte hartzaileak direla azpimarratu dugu.

Langileak planaren protagonistak direla ere azpimarratu dugu.

Beraz, langileek (beraiek nahi dutelako) talde lanean euskararen erabilera plan batean parte hartzen dute. Eta talde lan horren bidez, bere lankideak hobeto ezagutzeko eta harremanak gehiago sakontzeko aukera zabaltzen zaizkie langileei. Horrek, noski, lan giroa hobetu egiten du.

Euskararen erabilera plan batean sartu diren enpresa gehienetan lan giroa hobetu egin da. Langileak enpresaren parte eta protagonista sentitzen dira eta horrek asko laguntzen duelako eguneroko jardunean.

- ❑ **Elementu berri bat sartzen da langileen jardunean eta horrek lana gusturago egiten laguntzen du, barne komunikazioa hobetuz.**

Euskararen erabilera plan batean sartu diren enpresa gehienetan lan giroa hobetu egin da. Langileak enpresaren parte eta protagonista sentitzen dira eta horrek asko laguntzen du eguneroko jardunean.

Gainera euskararen erabilera plan batean ekintza asko egiten dira, eta euskara planean dabilzan langileak ekintza horiek gainontzeko lankideei komunikatu behar izaten dizkiote. Konturatu gabe, gehienetan, komunikazio plan txikiak egiten dituzte eta horrek enpresaren barne komunikazioan eragina du. Barne komunikazioa hobetu egiten da euskararen erabilera plan bati esker.

- ❑ **Enpresarekiko langilearen erantzukizuna/motibazioa errotzen du.**

Gaur egun oso modan daude enpresarekiko motibazioa sustatzen duten marketing enpresa amerikarrak. Enpresa horiek, marketing ekintza ikusgarriak prestatzen dituzte langileen enpresarekiko motibazioa errotzeko. Mundu mailan ezaguna den maratoni batera enpresaren kamiseta ikusgarriekin enpresa bateko langile mordoska bat joatea adibidez. Zenbait enpresetan talde dinamika oso bereziak egiten dituzte beraien lankideekin, asteburu pasa joan eta bertan dinamizazio joko eta ekintzak egiten dituzte.

Honen guztiaren helburua, langileek enpresarekiko duten erantzukizuna eta motibazioa handitzea da.

Horrelako enpresa bat kontratatzea dirutza bat kostatzen zaio enpresari, noski.

Euskararen erabilera plan bat martxan jartzea, langileak enpresarekiko duten erantzukizun eta motibazioa ere areagotu egiten du. Eta motibazio horri esker, enpresaren izen ona ere zabaldu egiten da.

Euskararen erabilera duen enpresa bateko langileek Korrikaren kilometro bat erosten baldin badute, adibidez, kilometro horretan korrika egiterakoan, beraien enpresaz harro daude. Eta enpresaren izena zabaldu egiten da.

Aurretik esan dugun bezala, euskararen erabilera planetan ekintza asko egiten dira, eta ekintza guztien bidez motibazioa handitu egiten da.

- **Langile euskaldunari bere hizkuntzan lana egiteko aukera bermatzen zaio, eta erdaldunari berriz euskal gizartean txertatzeko eskubide eta aukera eskaintzen zaio.**

Enpresa baten euskararen erabilera plan bat martxan jartzen denean, bertako euskal hiztunei bere hizkuntzan lana egiteko aukera ematen zaio. Ondoren, langile horrek erabakiko du euskara erabili ala ez, baina enpresak aukera ematen dio.

Euskara ez dakiten langileei, berriz, euskara ikasteko aukera ematen dio, eta euskara ikasiz euskal gizartean txertatzeko aukera eskaintzen dio. Langile horiek ere, ondoren, erabakiko dute enpresak emandako erraztasunei esker, euskara ikasiko duten ala ez.

### **3.3.2.2-Argumentuen erabilera**

Aurretik aipatu dugun bezala, argumentuak berri behar ditugu. Orain arte erabili izan ditugunak ez dira nahikoak.

Aurreko lerrotan aipatutako argumentuak gaur egungo gizarteari egokituta daude. Eta gizarteari egokituta egoteaz gain, gaur egungo gizartean hain garrantzitsuak diren enpresetako eragileei zuzenduta daude: bai langileei, bai enpresetako jabeei, bai sindikatuei...

Esan beharrik ez dago, orain arte erabili ditugun argudioak ere erabili ditzakegula. Momentu bakoitzean, eta pertsona bakoitzarekin zein argumentu erabili jakin behar dugu beti.

### **Noiz erabili behar dira argumentuak**

- **Diseinuan**

- ✓ Euskararen erabilera plan bat martxan jartzearen beharra zuzendaritzari aurkezteko. Enpresa batek euskararen erabilera plan bat abian jartzeko modu ezberdinak daude. Batzuetan zuzendaritzak edo zuzendaritzaren parte batek euskararekiko sensibilizazioa du eta beraiek erabakitzen dute horrelako plan bat abian jartzea.

Besteetan, euskararekin konpromisoa duten langile talde batek enpresari eskatzen dio euskararen erabilera plan bat abian jartzeko.

Enpresak, instituzioentzat lana egiten duen kasuetan, egoerak berak eskatzen dio euskararen erabilera plana.

Sindikatuak ere eskatu ohi dituzte euskararen erabilera planak martxan jartzea.

Euskararen erabilera plan bat abian jartzeko modua bat ala bestea izan, normalean zuzendaritzak hartzen du azkeneko erabakia.

Horrelako plan bat abian jartzeak kostu ekonomiko bat dauka. Eta horrelako gauzak zuzendaritzan erabakitzen dira.

Aurretik esan dugun bezala, Zuzendaritzari horrelako zerbait eskatzen diotenak langileak, sindikatuak zuzendaritzako kideren bat, edota euskara planak egiten dituzten enpresen komertzialak izaten dira. Berdin da, nork egiten duen eskaera, baina eskatzen duena ongi prestatua joan beharko da. Euskararen erabilera plan bat abian jartzen animatu behar du Zuzendaritza, eta hori ez da lan erraza.

Argumentuak erabili beharko dira lortzeko.

Horrelako eskaera bat egiteko, komenigarria da aurretik Zuzendaritzaren inguruko perfila zein den jakitea. Euskaltzalez osatutako Zuzendaritza baten aurrean baldin bagaude, edota euskararekin sekula harremanik izan ez duten pertsonekin bagaude modu ezberdinean erabiliko ditugu argumentuak.

Normalean, Zuzendaritza batzordetan ez da perfil finkorik egoten. Zuzendaritza batzordetan denetarik egoten da, euskararekiko oso sentsibilitate ezberdinez osaturiko Zuzendaritzak aurkitzea da ohikoena. Beraz argumentu guztiak erabili behar dira. Normalean zuzendaritzarekin ekonomiarekin harremana duten argudioak erabili beharko ditugu.

Enpresaren izaera ere garrantzitsua da. Eta egitasmo honetan aztertzen ari garen moduan, enpresa zerbitzu enpresa bat baldin bada, aurreko puntuan azaldutako argumentuak erabili daitezke.

Zerbitzu enpresetan, Zuzendaritzarekin biltzerakoan, ekonomiarekin zerikusia duten argudioekin batera, hizkuntza eskubideen gaia ere atera daiteke.

- ✓ Lan taldeetan langileen inplikazioa lortzeko. Zuzendaritzaren oniritzia izan ondoren, diagnostia egiten da. Enpresa horren diagnostia. Diagnostia kontuan hartuz, diseinua egiten da. Enpresa bakoitzak bere diseinu propioa dauka.

Hala ere, badira komunak diren zenbait ezaugarri. Horietako bat langileen inplikazioa da. Langileak planean inplikatu eta lan taldeetan lanean jartzea nahi badugu, langile horiekin ere argumentazio lan bat egin behar da. Egun batetik bestera, bere ohiko postutik atera eta euskararen alde lanean jartzeko, arrazoiak jakin beharko ditu langileak.

Batzuetan, ez dugu lan handirik behar izango. Zenbait langilek berezko motibazioa dutelako horrelako plan batean parte hartzeko.

Baina beste batzuetan, aldiz, behar beharrezkoa izango da argumentazio lana egitea langileekin.

Langileekin biltzerakoan, barne kohesioaren gaia atera daiteke. Langileentzat garrantzitsua da gustura lana egitea, eta argumentu horri eman beharko diogu garrantzia.

## □ **Inplementazioan**

### ✓ Euskara planeko eragileen formazioan

Plana martxan dagoenean, langile talde bat izango dugu euskararen erabilera planaren inguruan lanean. Pertsona horiek dira planaren motorrak. Euskara planeko eragileak dira langile horiek, batez ere euskara koordinatzailea.

Gainera, enpresako beste langileen aurrean erreferente bihurtzen dira, euskara planaren erreferente.

Horregatik, guztiarengatik, behar beharrezkoa da eragile horiek ongi formatuta izatea. Noizbehinka, formazio saioen bat edo beste egitea komenigarria da eragile talde honekin. Eta formazio saio horietako batean edo batzuetan argumentazioaren gaia landu egin behar da.

Euskara planaren erreferente izanik, planaren inguruko zalantzak sortzerakoan, gainontzeko langileak beraiengana hurbilduko dira. Beraz, argumentuak ongi ezagutu eta defendatzeko prestatu behar ditugu.

### ✓ Gatazkei aurre egiteko

Zoritxarrez horrelako erabilera planak martxan jartzerakoan gatazkak sortzen dira. Gure inguruan, euskara eraso bat bezala sentitzen dute batzuek.

Eta, noski, gatazkak euskararen erabilera planari kalte egiten dio.

Horregatik, planaren alde daudenak, argumentu hauek azaldu behar dituzte gatazkak sortu aurretik. Argumentu hauek enpresa osoan sozializatzen badira, gatazkak ekidingo dira.

### ✓ Gatazkak sortzen direnean

Hala ere, batzuetan, gatazkak sortzen dira. Eta gatazka horietatik ongi ateratzen ikasi behar dugu. Euskararen erabilera planari ahalik eta kalte gutxien egitea lortu behar dugu, eta langileen arteko harremani ere ahalik eta kalte gutxien egitea lortu behar dugu.

Horrelako kasuetarako ongi dago argumentazioa erabiltzea.

Lasai-lasai, euskararen erabilera plan bat martxan jartzeak enpresari ekarriko dizkion onurak kontatu behar dira gatazka sortuz gero.

### ✓ Komunikazio planean

Euskararen erabilera plan batean berebiziko garrantzia dauka komunikazioak. Hurrengo puntuan gehiago zehazten den arren, egiten diren lanak ongi komunikatzen ikasi behar dugu. Eta komunikatzen dugun gauzen artean ere, argumentuak egon daitezke.

### ✓ Zuzendaritzaren inplikazioa lortzeko. Euskara plan bati baietza esan ondoren, behin baino gehiagotan Zuzendaritzarengana jo behar izaten da. Plana ongi joaten denean,

eta eragileak motibatuta eta lanean ditugunean, gero eta helburu altuagoak jarri ohi dira, eta horrelakoetan Zuzendaritzarekin topo egin dezakegu.

✓

Horrelakoetarako ere, argumentazioa eskura izan behar dugu. Erabilera plana martxan jartzeko erabilitako argumentuak eta kemena planean aurrerapausoak emateko garaian ere erabili behar dira.

#### □ **Ebaluazioan**

Plan bat urtero ebaluatu behar da. Urte hasieran markatu ditugun helburuak bete diren ala ez jakin behar dugu, baita aurreikusi ditugun ekintzak egin diren ala ez.

Batzuetan, ongi ateratzen dira gauzak. Gutxinaka baina helburuak betetzen doaz, eta ekintzak egiten dira.

Baina beste batzuetan, berriz, ez da horrela gertatzen. Helburua bete ez denean, edota ekintzak egin ez direnean onartzen jakin behar dugu. Zuzentzeko neurriak jarri behar dira horrelakoetan.

Horrelakoak gertatzen direnean, euskara planeko eragileak eta zuzendaritzak zalantzan jarri ohi du euskararen erabilera plana.

Kasu horietan ere argumentazioa erabiliko dugu.

#### **Nola erabili behar dira argumentuak :euskara planen komunikazioa eta marketinga.**

Irudia eta komunikazioaren gizaratean bizi gara. Hala ere, oraindik gure artean, marketing hitzak kutsu ezkorra du. Marketinga gezurrarekin eta liluratzen duten gezurrezko produktuekin lotzen dugu askotan.

Baina marketinga tresna bat da. Oso tresna boteretsua gainera. Eta guri dagokigun lanetan marketinga euskara eta euskara planak “saltzeko” erabili dezakegu. Hau da, marketinga ez da beti ezkorra, gauza onetarako ere erabili daitekeen tresna erabilgarria da.

Euskarak, eta honekin batera euskara planak ez ditu presio egiteko argumentuak behar. Jendea erakartzeko bideak eta argumentuak behar ditu. Argumentu erakargarriak, diskurtso erakargarriak eta eraginkorrak behar ditu euskararen erabilera plan batek. Eta horretarako komunikazioa ezinbesteko lanabesa da.

#### □ **Komunikazioa, oinarritzko lanabesa.**

Bizi garen garai hauetan, komunikazioa ezinbesteko tresna bihurtu da. Enpresek, produktuek, erakundeek, gizarte eragileek, mezuek eta euskara planek ere dute zer komunikatu. Zer egin eta zer irabazi handia daukate euskara planek komunikazioan.

#### □ **Komunikazioa, emaitzak lortzeko estrategia.**

Euskara planetan, gehienetan konturatu gabe eta ongi egin gabe komunikazioa erabili izan dugu orain arte. Arazoa da, inertziaz eta gaian gehiegi sakondu gabe erabili izan dugula komunikatzeko beharra.

Eta argumentuak bezain erabilgarriak eta garrantzitsuak da argumentu horiek behar bezala komunikatzea. Enpresak behar dituen argumenturik eraginkorrenak baldin baditugu ere, argumentu horiek inork ez baditu ezagutzen ez dute bere funtzioa betetzen.

Ongi komunikatzeko estrategia bat behar dugu. Euskara planaren fase edota ekintza bakoitzak bere estrategia behar du.

- √ Lehenik eta behin komunikazio helburua zein den jakin behar dugu. Ongi zehaztu behar dugu hau, komunikazio helburu bakoitzak bere estrategia izango dut eta. Eta helburu bakoitzerako argudio ezberdinak erabiliko ditugu.
- √ Ondoren xede-taldea zehaztu behar dugu. Aurretik markatutako helburua norekin daukagun jakin behar dugu. Ahalik eta hoberen zehaztu behar dugu xede-taldea, ahalik eta gehien itxi behar dugu talde hori. Xede-taldea gero eta zehatzagoa izan, are eta errazago behar bezala komunikatzea. Duela gutxi hauteskunde kanpaina izan da gure herrietan. Alderdi politiko bakoitzaren eslogana hartu eta irudiak ikusi gabe, eslogana zein talderena den jakitea zaila da. Esloganak gizarte osoarentzako eginak daude, eta horregatik oso orokorrak dira. Zailak dira bata bestetik bereizten. Eta hori ez da ongi komunikatzea. Guk ez dugu horrelakorik behar euskara planetan. Gure kasuan argi izan behar dugu zein den xede taldea, xede talde horrentzat mezu egokia bilatzeko. Xede talde horren informazio lortu behar dugu, gero eta informazio gehiago izan, gehiago zehaztuko dugu komunikatu nahi duguna. Oso ongi pentsatu behar dugu hau guztia.
- √ Mezu nagusia: aurreko biak zehaztu ondoren, mezu nagusia zein den erabaki behar dugu. Mezu bat baino gehiago pentsatu beharko dugu, eta gero egokiena aukeratu.
- √ Etekina: mezu nagusia aukeratuta dagoenean, hartzailleak zer irabazten duen pentsatu behar dugu. Hartzailleak etekin bat izan behar du komunikazioa ongi jasotzeko.
- √ Sinesgarritasun euskarriak: sinesgarritasun euskarriak dira etekina sendo egiten dutenak. Argumentu sinesgarriak erabili behar ditugu, argudioak, datuak...
- √ Posizionamendua: esaldia. Saldu nahi dugun argumentuaz gelditzen den esaldia da posizionamendua.
- √ Tonua eta estiloa: gaur egun irudiaren gizartean bizi gara. Argumentuak azaltzerakoan erabiltzen dugun tonua oso garrantzitsua da. Ezin gara erasokorrak izan, baina aldi berean ziurtasuna transmititu behar dugu. Euskara plana ez diogu inori inposatzen, baina euskara plana enpresa batean beharrezkoa da aipatu ditugun argumentu guztiengatik. Estiloa ere zaindu egin behar da. Ez da berdina argumentuak tailerrean lanean dauden langileei azaltzea edota enpresako zuzendaritza batzordeari azaltzea. Bi kasuetan hartzailleak gertu sentitu behar du argumentuak azaltzen ari den teknikaria, baina kasu bakoitzean estilo ezberdina erabili beharko dugu.

- √ **Komunikazio ekintzak eta komunikazio euskarriak:** hemen sormena da garrantzitsua. Aurreko guztia kontuan hartu ondoren, eta ongi zehaztu ondoren komunikazio ekintzak eta euskarriak ezin dira betikoak izan. Sormena behar dugu, burua eragin modu erakargarriak argumentuak zabaltzeko. Sormenarekin batera ingenioa behar dugu. Gure komunikazio ekintzak irribarre bat sorrarazten baldin badio hartzaileari, sinpatikoa iruditzen bazaio komunikazio ekintza horrek arrakasta lortuko du. Eta guk hasieran markatu dugun helburu nagusia bete egingo da.

Ezin dugu ahaztu errutina dela komunikazioaren etsairik amorratuena.

### **3.3.3 ARGUMENTAZIOA MERKATARITZAN**

#### **3.3.3.1 Merkataritzan erabili beharreko argudioak**

- **Bezeroekiko begirunea**

Egunero erabiltzen den hizkuntzan zerbitzua jasotzen garrantzitsua da, hurbiltasuna transmititzen zaiolako bezeroari. Hizkuntza gutxitu baten partaide den edozeinek badaki zer nolako hurbiltasun sentazioa sentitzen den bakoitzaren hizkuntza entzutean. Bezeroa eta enpresaren artean harreman estuagoa sortzen da harremana euskaraz egiten denean.

- **Euskara planak inplementatzen direnean bezeroak irabazten dira.**

Edozein hiztun establezimendu batera erosketak egitera hurbiltzen denean, kontuan hartzen du establezimendu horrek bere hizkuntza erabiltzen duen ala ez. Erabiltzen ez duenean, baina erabiltzeko esfortzu bat egiten duenean ere, kontuan hartzen du. Eta are gehiago hizkuntza minorizatu bat hitz egiten duten hiztunek.

Euskara plana martxan duen okindegia, edota euskal hiztunak kontuan hartzen ez dituen okindegien artean euskal hiztunak euskara plana martxan duena aukeratuko du.

- **Bezeroak gusturago izateko aukera ematen du.**

Bezeroak, erosleak kasu honetan, askoz ere gusturago sentitzen dira bakoitzaren hizkuntzarekiko errespetua adierazten duen establezimendu batean.

- **Bezero euskaldunekiko hurbiltasuna.**

Egunero erabiltzen den hizkuntzan erosketak egitea garrantzitsua da, hurbiltasuna transmititzen zaiolako erosleari. Hizkuntza gutxitu baten partaide den edozeinek badaki zer nolako hurbiltasun sentazioa sentitzen den bakoitzaren hizkuntza entzutean. Bezeroa eta establezimenduaren artean harreman estuago bat sortzen da harremana euskaraz egiten denean.

Euskaraz atenditu ezin bada ere, euskararekiko jarrera baikorra erakustek hurbiltasuna adierazten dio euskal hiztunari.

- **Argumentazio ekonomikoa**

- **Elebitasunak bezero berriak erakartzen ditu.**

Aurretik ikusi dugun bezala, euskara erabiltzen hasteak edota euskararen erabilera plan bat egiteak bezeroak erakartzen ditu. Bezeroak erakartzean, diru sarrerak handiagoak izango dira.

Gero eta gehiago dira kanpoko errotulazioan euskara erabiltzen duten dendek. Euskararen erabileraren bidez bezero berriak erakarri daitezkeelako.

□ **Kalitatea eta balio erantsia: bere zerbitzu eta produktuek balio erantsia dute eta horrek, lehiakideen aurrean abantailan jartzen du establezimendua.**

Gero eta denda edo establezimendu gehiago dago gure inguruan. Establezimenduen arteko lehiakortasuna ere goraka doa. Konpetentziak produktuak, errotulazioak edo atentzio elebakarra eskaintzen duen bitartean, bakoitzaren establezimenduak produktuak, errotulazio edota zerbitzua elebitan eskaintzea balio erantsia ematen dio establezimenduari. Eta hori, establezimendu horren kalitatearen ezaugarri izango da.

□ **Herrietako edo auzoetako merkatuetan bezeroei eusteko.**

Gero eta merkataritza gune gehiago jartzen ari dira guren inguruan. Gehiago izateaz gain, gero eta handiagoak dira.

Horrelako merkataritzaren aurrean, merkatarari txikiak galtzaile ateratzen dira gehienetan. Horien aurrean euskara erabiltzea edota euskararen erabilera plan batean sartuta egotea herrietako edo auzoetako merkaturak bezeroak eusteko elementua da.

Nahiz eta merkataritza gune handietan gero eta gehiago ikusten ditugun errotuluak, kartelak etab euskaraz, oraindik orain merkataritza gune handietan euskara ikustea ohiko merkataritzan ikustea baino zailagoa da.

Eta euskara eguneroko merkataritza bizitzan erabiltzeko aukera emateak, herrietako edo auzoetako bezeroak bereganatzeko balio du.

□ **Belaunaldi berrietan euskaldunen ehunekoa handitzeak euskararen eskaera handituko du.**

Aurreko puntu batean ikusi dugun bezala D eredia goraka doa etengabe. Hori dela eta belaunaldi berrietan gero eta euskaldun gehiago dago. Euskaldunen portzentajea gero eta altuagoa da urtetik urtera. Eta euskaldun horiek bezeroak edo erosleak izango dira etorkizunean. Eta erosleak euskaldunak diren heinean, euskararen eskera handitu egingo da. Beraz, etorkizunerako erronka izan daiteke euskara erabiltzea enpresa askorentzat.

□ **Merkataritzen euskararen erabilera bultzatzeko planak Udalek ordaintzen dituzte, eta doakoak izaten dira merkatarientzat.**

Enpresek euskara erabilera planak martxan jartzen dituztenean, enpresa bakoitzak bere plana ordaindu behar du. Merkataritzaren kasuan ez da horrela gertatzen. Aurretik aipatu dugun bezala, euskara elkarteek edota Udaletako euskara zerbitzuek bultzatu ohi dituzten euskara planak merkataritzan. Hau da, elkarte edo Udal horiek hartzen dute bere gain planaren gastua.

Euskara teknikariak establezimenduz establezimendu ibiltzen dira, bakoitzarentzat mikroplanak eginez, baina teknikari horri merkatariek ez dio ezer ordaintzen. Doako plana izaten dituzten merkatariek.



- **Lurraldean txertatutako enpresa**

- **Gizarte elebidunari zerbitzu eta produktu elebiduna eskaini behar dizkiote saltokiek.**

Euskal Herria gizarte elebiduna da, eta gizarte elebidunari zerbitzu elebiduna eskaintzen dioten establezimenduak gizartearengandik eta bezeroengandik hurbilago daude.

Horregatik, garrantzitsua da euskararen erabilera plana izatea.

- **Enpresaren kanpora begirako irudia hobetuko da: gizarte hobe baten aldeko enpresaren irudia...**

Hizkuntza minorizatuene alde lana egitea, gizarte hobe baten alde borrokatzea den heinean, enpresak herrian duen irudia hobetu egingo du. Gainera, belaunaldi berriak euskaraz hitz egiten etorriko direnez, etorkizunari aurre egiten dion itxura izango du enpresa horrek.

- **Zerbitzu elebiduna eskaintzea herritarren hizkuntza aukeraketa bermatzeko modu bakarra da.**

Euskal Herria bezalako gizarte elebidunetan herritarrak nahi dugun hizkuntza aukeratzeko eskubidea dugu. Eskubide hori, hala ere, ez da beti bermatzen. Eta bermatzeko bide bakarra zerbitzu elebiduna eskaintzea da. Euskararen erabilera plana izanez gero, bezeroen hizkuntza aukeraketa bermatzen ari da establezimendua.

EAEn kasuan gainera, kontsumitzaileen legea indarrean dago, eta lege horretan herritarren hizkuntza eskubideak jasotzen dira. Beraz, herritarren hizkuntza aukeraketa bermatuz, legea betetzen ari da establezimendua.

- **Euskara erabiltzean enpresak bere inguruan bizi den euskara balioesten du.**

Euskara bezalako hizkuntza minorizatuentzat berebiziko oinarria da, bizitzako eremu guztietan erabili daitekeela erakustea. Establezimendu batean euskara erabiltzean, euskara balioesten da. Euskara lanerako eta eguneroko bizimodurako ere baliagarria dela erakusten da.

- **Globalizazioa**

- **Euskara munduko aberastasun kulturalaren parte da, eta euskararen aldeko neurriak hartzen baditugu, munduko aberastasunaren aldeko neurriak hartzen ari gara.**

Munduko hizkuntza guztiek munduko aberastasuna erakusten dute. Hiltzen den hizkuntza bakoitza aberastasun horri balioa kentzen dio. Horregatik, munduko hizkuntza guztiak babestu behar dira. Babesa behar duten hizkuntzak, hizkuntza minorizatuak dira. Eta horregatik, munduko edozein hizkuntza minorizatuaren alde lana egitean, munduko hizkuntza minorizatu guztien alde eta munduko aberastasunaren alde lana egiten da.

Beraz, establezimendu batean euskararen erabilera plana martxan jartzean, munduko aberastasunaren aldeko neurriak hartzen ari gara.

- **Merkatu globalean bereizketa-faktorea behar da. Etiketa hori euskara izango da.**

Euskal Herriko establezimenduak, kanpoko jabetza duten establezimenduekin daude lehiakortasunean. Lehiakide horien aurrea, bereizketa faktorea behar dute merkatariek. Euskara izan daiteke bereizketa faktore hori.

### **3.3.3.1 Marketinga: irudiaren garrantzia merkataritzan**

Aurretik ere aipatu dugun bezala, irudia eta komunikazioaren gizartean bizi gara. Hala ere, oraindik gure artean, marketing hitzak kutsu ezkorra du. Marketinga gezurrarekin eta liluratzen duten gezurrezko produktuekin lotzen dugu askotan.

Baina marketinga tresna bat da. Oso tresna boteretsua gainera.

Merkataritzak, eta berarekin batera euskarak, jendea erakartzeko bideak behar ditu. Argumentu erakargarriak behar ditu, baina merkataritzaren kasuan, argumentuak baino gehiago irudi erakargarria behar du izan.

Merkataritzaren helburu nagusia saltzea da. Establezimenduetan egiten dena saltzea da, berdina da zapatak saltzea, ardoa saltzea edota laranjak saltzea. Baina merkatarik guztiak saltzeak ematen dien onuretatik bizi dira. Gero eta gehiago saldu, orduan eta onura gehiago.

## **Irudia**

Herri edo auzoetako merkataritza modernizatzen ari da azken urteetan. Gero eta garrantzi gehiago ematen zaio irudiari. Bezeroek edo erosleek ere askotan begiekin erosten dute. Hau da, establezimendu gero eta politagoa, modernoagoa eta erakargarriagoa izan, orduan eta erosle-gai gehiago sartuko dira bertan.

Azaldu dugun bezala, ohiko merkataritzako establezimenduak negozio txikiak izaten dira, eta modernizatzeko aukera gutxiago dituzte. Modernizatzeko horrek suposatzen duen gastuarengatik batez ere.

Baina, gure herri edo auzoetatik buelta bat eman, eta gutxika eta poliki establezimenduek irudi hobetua dutela ikusiko dugu. Janari denda gehienak ez dira garai bateko janari dendak. Kristalera handi eta koloretsuak izaten dituzte, eta janariak nola ordenatu ere kontuan hartzen dute. Kolore erakargarrienak dituzten frutak aurrean, kolore apalagoa dutenak atzerago...

Irudiaren munduan bizi gara, eta irudiaren garrantzia ere auzo eta herrietara heldu da.

Gainera, aurretik ere aipatu dugun bezala, kateek edo merkataritza erraldoietako dendek trakzio lana egiten dute. Eta establezimendu horiek denak oso ondo zaindua dute estetika.

## **Irudia eta euskara plana**

Merkataritza planen metodologia aipatu dugunean, euskarriak aipatu ditugu. Edozein establezimenduko jabeak euskararen erabilera plana sinatzen duenean, hainbat euskarri jasotzen ditu: zabalik/itxita eranskina, ordutegi, merkealdietan eskaparatean jartzeko kartela...

Aurreko puntuan aipatu duguna kontuan hartuz, euskarri hauek ezin dira edozein modura egin. Gaur egungo merkatarik irudiari garrantzia ematen baldin

badiote, euskarriei ere garrantzi berezia emango diotela argi dago. Izan ere euskarri horiek, beraien nortasuna eta irudiaren isla izango dira.

Hori dela eta, auzo edo herrietan euskararen erabilera planak merkataritzan martxan jartzerakoan, euskarriak kontu handiz diseinatuko ditugu.

Euskarriek honako ezaugarriak izango dituzte:

- Argiak
- Zehatzak
- Erakargarriak
- Modernoak

Euskara planak, dendariak eskatzen duten modernitate itxura emango dute. Horrela establezimenduko jabeek beraien irudia hobetzen lagunduko diegu, eta euskarari sarbide ezin hobea emango diegu merkataritzan, edota milaka eta milaka pertsonen eguneroko bizimoduan.

### **3.3.4 ARGUMENTAZIOA KATALUNIAN**

Lan honetan behin baino gehiagotan aipatu izan den bezala, Katalunia eredu bezala hartzen da maiz Euskal Herriko euskalgintzan. Horregatik, bidezkoa da Katalunian erabiltzen den argumentazioa erabiltzea.

Ikusi dugun bezala, Kataluniako Gobernuak katalanaren erabilerarako neurriak hartzeko unean, katalan hiztunen hizkuntza eskubideei ematen die garrantzi gehien. Beraz, neurri horiek guztiak aurrera eramateko garaian hizkuntza eskubideen argudioa erabili dute batez ere.

Hala ere, orain arteko legeen aplikazioaren ondorioak ateratzerakoan bezeroen gogobetetzea aipatzen du, lan honetan zehar aipatu den argumentu garrantzitsu batekin bat etorritik.

Kasu honetan ere, argi ageri da, gero eta garrantzitsuagoa dela argumentazio ekonomikoa eta bezeroa gustura gelditzeko argumentazioa.

Katalunian ere, hizkuntza eskubideekin batera horrelako argudioak erabiltzen hasteko garaia heldu da.

## **4. ONDORIO OROKORRAK**

- Gutxiengoaren hizkuntza guztiek behar dituzte sustapenerako eta erabilerarako neurriak. Euskararen erabilera planak zerbitzu enpresetan eta merkataritzan hizkuntza horren erabilera bultzatzeko ekimenak dira. Eta neurri zein ekimen horiek beti behar izango dute aurrera eramateko argumentazioa.

- Orain arte, euskal nortasunaren sentsibilizazioarekin lotutako argumentazioa izan da nagusi. Gaur egun argumentazio horrekin ez da nahikoa. Gaur egungo gizarteari eta gaur egungo herritarrei egokitutako argumentazioa behar da.
- Euskararen alde lanean dagoen edonor (euskara teknikaria, enpresetako euskara planeko eragilea, euskara plana duen enpresako enpresa burua....) egiten ari den lan horren aldeko argumentazioa behar du.
- Argumentu asko eta ezberdinak eduki behar ditugu. Eta erabiltzerakoan kontuan hartu behar ditugu honakoak:
  - Norekin erabiliko ditugun
  - Noiz erabiliko ditugun
  - Nola erabiliko ditugun
- Gure argumentuak jasotzen dituen pertsona ez da beti berdina izango. Euskararekiko edota euskararen erabilera planarekiko duen pertzepzioa ere ez da beti berdina izango. Pertsona horren izaera, euskararekiko jarrera, eta enpresa edota dendan duen kargua kontuan hartuko dugu argumentu bat ala bestea erabiltzeko orduan. Beti ere, argumentu eraginkorrena zein den asmatu beharko dugu.
- Argumentuak euskararen erabilera planaren fase guztietan beharrezkoak dira: bai diseinuan, baita inplementazioan ere. Orain arte diseinu fasean erabili izan ditugu, enpresa buruak edota establezimenduetako jabeak euskara planetara hurbildu nahian. Baina, argumentuak inplementazioan ere landu behar dira.
- Argumentuak erabiltzeko modua gero eta garrantzitsuagoa da: irudia eta marketingaren gizaratean bizi gara. Argumentuak erabiltzerakoan marketinga erabili dezakegu, eta modu horretan gure argumentuak erakargarri bihurtuko ditugu.
- Marketingaren zentzu negatiboaz ahaztu behar gara, eta euskararen erabilera planaren alde erabili behar ditugu marketingaren alde positibo guztiak.
- Argumentu ezberdinak eta onak behin eta berriro azaltzen baldin baditugu, gatazka egoerak ekidingo ditugu; edota gatazka egoeretatik “ongi” aterako gara.
- Gatazka egoerak kudeatzeko ezinbestekoa da argumentazioa ongi ezagutzea.

## 5. BIBLIOGRAFIA

- Etxegoien, J.C. “Xamar”, (2001): Orekan: Herri eta Hizkuntzen ekologiaz,
- Sánchez Carrión, J.M. “Txepetx”, (1987): Un futuro para nuestro pasado,
- Lariz, A. , (2005): Euskararen erabilera enpresetan-Erabilera planen aldeko argudioak: Erabilera plana abian jartzea estrategikoa da enpresarentzat, Bat Soziolingusitika aldizkaria 57. zenbakia.
- Unanue, A. Intxausti, N. (2002) : Kooperatibak eta euskara: Historia eta aro berri baten oinarriak, Arrasate.
- Udalbiltza, (2002): Euskal Herria datuen talaiatik, Andoain.
- Kontseilua, (2006): Kontsumitzaileen eta erabiltzaileen hizkuntza-eskubideak Euskal Herrian, Hizkuntza Eskubideen Behatokia, Iruña.
- Solé i Durany J.R., (2005) :La intervención lingüística de la Administración en el ámbito socioeconómico, Merkataritza eta euskara jardunaldiak, Oñati.
- Agirreazkuenaga, I., (2005): Euskararen ofizialtasuna: EAEko kontsumitzaile eta erabiltzaileen estatutuaren aplikazio juridikoa, Merkataritza eta euskara jardunaldietan, Oñati.
- Amonarriz, K., Arruti, I., Osa E., (2004): Ahozkotasuna eremu ez-kurrikularrean hizkuntz proiektuaren markoan, BAT soziolingusitika aldizkaria 51. zenbakia.
- Tirado, P. (2003): Gestión de costes y mejora continua, Bilbo.