



[Galegoempresas](#) é unha plataforma web dos concellos de Santiago, Ames e Teo, que pretende facer máis visible a oferta en galego do sector empresarial, con tres obxectivos concretos:

- Facilitar que o público coñeza e poida acceder a esa oferta.
- Recompensar o esforzo das empresas cunha maior difusión.
- Contar con datos sobre o uso da lingua no sector.

Para incorporarse á web, as empresas deben cubrir un formulario de autodiagnose. Unha vez validados os datos, deben completar a información coa que se presentaren publicamente (logo, datos de contacto, descrición, imaxes, web, redes sociais). A partir dese momento, a súa ficha está dispoñible para o público cunha valoración da porcentaxe de uso do galego que ofrecen, desagregada por ámbitos.

As persoas usuarias poden realizar buscas por localización xeográfica e por sector, ou atopar o establecemento directamente. Cando abra a ficha pode ver, ademais do detalle sobre os seus produtos ou servizos, oa valoración resultado da diagnose sobre o uso da lingua.

A web pon á man tamén algún recursos lingüísticos en liña e un pequeno argumentario a prol do uso do galego neste ámbito.

Antecedentes normativos

A Lei 3/1983 de normalización lingüística, no seu artigo 25, indica que as corporacións locais fomentarán a normalización do uso do galego na actividade cidadá, obxectivo que sinala así mesmo a Lei 5/1997 de administración local de Galicia.

O Plan xeral de normalización da lingua galega contén como un dos seus obxectivos xerais no sector da economía e máis concretamente na área de comercio “Alentar as empresas a valorar os beneficios derivados da incorporación da lingua galega ás actividades comerciais”.

O Plan de normalización lingüística do Concello e Santiago establece, así mesmo, o obxectivo de “Potenciar o papel da Administración municipal como referente para a galeguización do sector socioeconómico”.

O Consello da Xunta aprobou un Plan de dinamización da lingua galega no tecido económico 2016-2020 que recolle as distintas medidas e accións para a implantación e consolidación do uso do idioma galego no sector económico a partir de tres obxectivos estratéxicos para o período:

- Crear conciencia de que o uso do galego pode favorecer as relacións laborais, comerciais e bancarias.

- Estender o uso da lingua galega nas relacións laborais, comerciais e empresariais.
- Fomentar nas persoas consumidoras o hábito de usaren e reclamaren a atención comercial en galego.

Este mesmo plan sinala a determinación da Xunta de Galicia de implicar na consecución dos obxectivos as demais administracións polo que, en coherencia, este é un dos sectores aos que dá prioridade na convocatoria de subvencións ás entidades locais para a promoción do uso da lingua.

Antecedentes de intervencións no sector socioeconómico

En Compostela percíbese un aumento da presenza e do uso do galego na comunicación comercial e empresarial a respecto de hai décadas e tamén se aprecia unha clara diferenza positiva se o comparamos co que se dá noutras cidades. Este contexto relativamente máis favorable ha deberse a varios factores pero, ben seguro, tamén ha estar dalgún xeito influído pola acción municipal que se vén mantendo ano a ano.

Os concellos de Santiago, Ames e Teo teñen realizado campañas e programas dirixidos a impulsar e promover o uso da lingua no sector empresarial en xeral e nomeadamente nos ámbitos do comercio e da hostalería, que responderon a diversas estratexias: apoio económico ou con recursos, formación e información; incentivación mediante premios, posta en valor dos establecementos galeguizados, difusión pública...

Premisas sobre as que se baseou o proxecto

Existe demanda para os servizos en galego.

Unha clara maioría do público está a favor de que o galego amplíe a presenza na comunicación comercial:

Moi mal	2,3%	15,3%
Mal	13%	
Indiferente	23,1%	
Ben	46,4%	61,65
Moi ben	15,2%	

É unha oportunidade achegarlle a ese público receptor a oferta existente de maneira práctica e atractiva, para facilitarlle satisfacción das súas expectativas

Existe unha oferta importante na nosa contorna

Temos moitos exemplos de establecementos comerciais ou empresas que usan o galego de maneira xeral ou parcial na súa comunicación. Moitas delas foron recoñecidas nos Premios Manuel Beiras (e agora tamén nos premios de Ames), aparecen apoiando ou interesándose por outros proxectos ou podemos fixarnos nelas cun paseo polas rúas. Cómpre poñer máis en evidencia o seu exemplo. Cómpre “premiarlas” con maior publicidade. Cómpre achegalas ao seu público potencial, especialmente ao que valora o servizo en galego.

Existe unha oportunidade para aumentar o uso da lingua

Dentro dos usos lingüísticos que se producen nunha empresa, comercio, establecemento hostaleiro etc., podemos centrarnos nas que se derivan das relacións directas cos clientes (presenciais ou telefónicas), atender a toda a documentación administrativa que moven ou pensar na publicidade. Destes tres ámbitos, podemos asegurar que en Compostela no primeiro é onde se producen máis interaccións en galego –na oralidade espontánea- e que nos outros dous, máis pensados, máis formais, máis escritos, a presenza da nosa lingua diminúe (especialmente na documentación administrativa). Simplemente con achegar a escolla lingüística que os negocios fan para a comunicación formal ou a publicidade á que practican cando tratan directamente coa súa clientela avanzaríamos moito na normalización do galego. Galegoempresas quere reforzar esa escolla.

O proxecto de directorio de empresas: #GALEGOEMPRESAS

Con estas premisas, e tendo en conta a creación de sinerxías entre as diferentes intervencións, propúxose a creación dun directorio de empresas como ferramenta útil nunha dobre vertente:

- A planificación das accións dirixidas ao sector socioeconómico con maior eficacia e eficiencia ao contar cun coñecemento cuantitativo e cualitativo máis preciso da situación sociolingüística das empresas. Esta información pode ser aproveitada polas propias empresas para avaliar a súa adecuación lingüística ao contexto no que se desenvolven e tamén polas administracións e outras entidades sociais para deseñaren as políticas lingüísticas máis acaídas aos intereses do sector.
- A contribución ao rendemento do uso do galego por parte das empresas grazas ao servizo de información que o directorio prestaría ás persoas usuarias e potenciais clientes. Deste xeito, as empresas que inclúen o galego na súa oferta de produtos e servizos verán recompensado o esforzo cunha maior visibilidade e, para a clientela potencial será un elemento máis que facilita localizar o produto ou servizo do seu interese no contexto compostelán na lingua da súa elección.

O proceso de creación deste directorio, concibido como ferramenta dixital, incluíu unha serie de tarefas de carácter diferente:

1. Definir e ponderar os indicadores de uso lingüístico das empresas considerando todas as variantes posibles e avaliando a súa relevancia na configuración da imaxe da empresa e na relación coa cidadanía.
2. Deseñar o cuestionario e o seu protocolo de aplicación para obter os datos cos que se constrúen os indicadores.
3. Crear unha ferramenta informática que permita incluír os datos das empresas, validalos e publicalos de xeito atractivo e útil para o público.

Unha vez creada e probada a ferramenta, para desenvolver o seu potencial estanse realizando diferentes accións informativas e de difusión entre as persoas usuarias.

A empresa que desenvolveu o proxecto foi Ágora Aberta S.L

A diagnose

A autoavaliación sobre o uso da lingua na empresas realízase mediante un cuestionario con 42 preguntas, divididas en tres eixes: lingua de atención á clientela, lingua de traballo e política lingüística.

Incluimos a seguir o seu contido, coa valoración ponderada que se atribúe a cada item.

Primeiro eixe. Lingua de atención á clientela (50)

Imaxe de empresa (18)

Aquí referirémonos a aqueles aspectos relacionados coa publicidade da empresa: os rótulos na vía pública, etiquetado, material promocional, medios dixitais, logotipos, tarxetas de visita, bolsas etc.

Rótulos

1. O rótulo principal do local identifícase claramente como galego. (1)
2. Os rótulos secundarios visibles no local (información relacionado co servizo, publicidade, horarios de atención, etc.) están en galego. (3)

Publicidade

3. Os elementos relacionados coa imaxe da empresa (logotipos, tarxetas de visita, selos, encabezamentos de follas, carpetas, bolsas, etc.) están en galego. (1)
4. O material promocional (catálogos, calendarios, invitacións etc.) elabórase en galego. (2)
5. O material de maior difusión dos produtos e/ou servizos da súa empresa (información da empresa nas páxinas amarelas, Google, catálogos, trípticos informativos campañas de rebaixas/ofertas etc.) están en galego. (2)

Etiquetaxe

6. A etiquetaxe dos produtos elaborados pola propia empresa inclúe o idioma galego. (2)
7. A etiquetaxe dos produtos procedentes de provedores realízase en galego. (2)

Web e redes sociais

8. A empresa dispón de páxina web en galego con todos os contidos redactados en galego. (2)
9. A empresa dispón de páxina web en galego e, a maiores, esta é a que aparece por defecto ao público. (1)
10. A empresa utiliza o dominio .gal como forma de potenciar a imaxe social da empresa. (1)
11. O idioma utilizado por defecto nas redes sociais da empresa é galego. (2)

Relación coa clientela (32)

Este apartado avalía as competencias lingüísticas, atención ao cliente, tanto presencial como telefónica, e atención escrita tanto por correspondencia como por correo electrónico ou outros medios electrónicos de atención aos usuarios e usuarias dos bens e servizos ofertados.

Capacitación

12. O persoal que ten relación coa clientela está plenamente capacitado lingüisticamente para atendelos oralmente en galego. (2)
13. O persoal que ten relación coa clientela está plenamente capacitado lingüisticamente para atendelos por escrito en galego. (2)
14. A capacidade para comunicarse con calidade en galego é un criterio a ter en conta na selección do persoal. (3)

Atención oral

15. A lingua de comunicación oral coa clientela é por defecto o galego. (3)
16. Cando a lingua da clientela é o castelán (ou outra) e non indica que se lle atenda nese idioma, a lingua de atención é o galego. (6)

17. A lingua empregada a través do teléfono é por defecto galego. Iso non implica que despois se adapte á lingua do cliente. (3)

Atención escrita

18. No caso da atención escrita personalizada (correos electrónicos, correspondencia, redes sociais etc.) a lingua de comunicación preferente é galego. (3)

19. Os formularios estándar etc. (lingua de atención non personalizada) está preferentemente en galego. (3)

20. A lingua utilizada para presentar información escrita á clientela (proxectos, notificacións, características do produto ou servizo etc.) é o galego. (3)

21. Cando a lingua de comunicación escrita da clientela non é o idioma galego e non fai explícito que desexa que se lle atenda nesta lingua, a lingua de atención é o galego. (4)

Segundo eixe. Lingua de traballo (30)

Relacións internas (10)

Os enunciados deste apartado están relacionados co idioma de traballo na empresa en diferentes contextos, así como a lingua dos documentos e da formación laboral.

Idioma de traballo

22. O idioma de traballo empregado nas entrevistas, reunións etc., é o galego. (2)

23. O idioma de traballo nas conversas telefónicas en horario laboral entre compañeiros e compañeiras é o galego. (1)

24. O idioma empregado na escrita en horario laboral entre compañeiros e compañeiras no traballo é o galego. (1)

Relacións laborais

25. Os documentos relacionados con aspectos laborais están redactados en galego (contratos, solicitude de vacacións etc.). (1)

26. As nóminas están redactadas por defecto en galego. (1)

27. A formación xestionada pola empresa impártense en galego. (2)

28. O material dos cursos de formación xestionados pola empresa ou material formativo proporcionado pola empresa están redactados en galego. (2)

Documentación e recursos (10)

Este apartado fai referencia a toda a documentación xerada pola empresa tanto oficial como non oficial, forma como informal, así como os recursos lingüísticos utilizados para poder desenvolver a actividade do negocio.

Documentación

29. A lingua utilizada pola empresa para: orzamentos, facturación e documentos semellantes; vai por defecto en galego. (1)

30. A documentación oficial da empresa (escrituras de constitución, certificados, impresos, actas etc.) está en galego. (2)

31. Os rótulos menores: arquivos, carpetas, baños etc.; están redactados en galego. (1)

32. As circulares e os escritos internos están en galego. (1)

33. Na documentación formal como informal da empresa os topónimos están en galego. (1)

34. Os escritos técnicos relacionados con proxectos, memorias, etc.; van redactados por defecto en galego. (2)

Recursos

35. A empresa ten coñecemento e utiliza os recursos lingüísticos para poder desenvolver a súa actividade en galego (correctores ortográficos, dicionarios, servizos lingüísticos de consultaría etc.). (1)

Comunicación externa (10)

Este apartado refírese á comunicación mantida pola empresa con entidades externas, centrando a nosa análise nos provedores e outras empresas colaboradoras e entidades públicas.

Provedores

38. Na comunicación escrita cos provedores utilízase como idioma preferente o galego. (2)

37. A lingua galega é un criterio para traballar con outras empresas colaboradoras (ex. Unha xestoría que proporcione a documentación en galego). (4)

36. A comunicación oral con outras empresas colaboradoras establécese preferentemente en galego. (3)

Entidades públicas galegas

39. Nas relacións coa administración galega a comunicación realízase en galego. (1)

Terceiro eixe. Política lingüística empresarial (20)

Atención aos clientes (13)

40. A empresa ten marcadas unha serie de guías de actuación en relación á atención cliente promovendo a utilización do idioma galego. (13)

Lingua de traballo (7)

41. A empresa ten marcadas unha serie de pautas en relación á lingua de traballo na empresa promovendo a utilización do idioma galego. (4)

42. A empresa incentiva ou apoia a formación en lingua galega para o persoal sen coñecementos axeitados. (3)

A plataforma

O manexo é moi intuitivo. Para as persoas que queiran localizar unha empresa permite facer buscas directas, se coñecemos o seu nome, por sectores e tamén por localización xeográfica.

Na ficha das empresas atópanse os datos de contacto (físicos e dixitais), unha descrición, imaxes e acceso á súa web ou redes sociais. Está tamén unha valoración en porcentaxe do uso da lingua, global e por tipos de comunicación.

Para as empresas, o proceso de incluírense na plataforma ten dous pasos. Primeiro deben responder as preguntas dunha autodiagnose lingüística (un cuestionario que pondera os diferentes tipos de comunicación e que é doado e rápido de responder). Unha vez que esta diagnose é validada polos servizos lingüísticos (fanse calas para comprobar que a avaliación é coherente co uso real), a empresa recibe as instrucións para completar a súa ficha con toda a información que desexe facer pública de cara á súa potencial clientela.

O proceso está explicado nun [vídeo](#), onde algunhas empresa reais resumen a súa experiencia para animaren a empregar o galego nas relacións comerciais. Con este mesmo fin, a páxina facilita algunha argumentación e algúns datos e engade acceso directo a moitos recursos dispoñibles.

