



**XUNTA DE GALICIA**

CONSELLERÍA DE CULTURA, EDUCACIÓN  
E ORDENACIÓN UNIVERSITARIA

SECRETARÍA XERAL DE POLÍTICA LINGÜÍSTICA

# **Lingua e Responsabilidade Social Empresarial (RSE)**

**NOVEMBRO, 2012**

# **Lingua e Responsabilidade Social Empresarial (RSE)**

**Equipo técnico**

ACR Asesores & Consultores

Luis Ángel Domínguez

Fernando Ramallo

## Índice

<b>1. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>2</b>
<b><i>1.1 Xustificación e obxectivos</i></b>	<b>2</b>
<b>2. METODOLOXÍA .....</b>	<b>4</b>
<b>3. RESULTADOS .....</b>	<b>6</b>
<b><i>3.1 Percepción da situación da RSE na empresa en Galicia</i></b>	<b>6</b>
<b><i>3.2 Lingua e RSE</i></b>	<b>14</b>
<b>4. RECOMENDACIÓNS .....</b>	<b>21</b>
<b><i>4.1 Contexto</i></b>	<b>21</b>
<b><i>4.2 Recomendacións e boas prácticas</i></b>	<b>23</b>

## **1. INTRODUCCIÓN**

A Responsabilidade Social Empresarial (RSE) cómpre entendela como un código ético voluntario que a empresa incorpora á súa dinámica emprendedora. Na práctica, supón un compromiso orientado á procura da conciliación entre o crecemento económico e a competitividade (obxectivos básicos de calquera empresa) co respecto aos dereitos humanos, laborais, culturais, medioambientais, etc. Neste contexto, as empresas que operan en Galicia poden orientar parte da súa proxección social adquirindo un compromiso ético coa lingua galega, o que sen dúbida ha contribuír á dinamización lingüística, na medida en que en moitos casos se trata de organizacións cun relevante liderado e cuxas accións adoitan ter unha notoria repercusión social. Deste xeito, reelabórase o concepto de RSE ampliando o seu eido de actuación. Con todo isto trátase de que a lingua e a cultura empresarial sexan dous valores asociados.

### ***1.1 Xustificación e obxectivos***

Desde esta perspectiva, o obxectivo principal deste informe é indagar nas posibilidades de incorporar a lingua galega á materialidade da RSE coa finalidade de achegar propostas de actuación de utilidade tanto para a Xunta de Galicia como para o conxunto do sector empresarial que opera en Galicia. Este obxectivo inicial complementábase con outros máis específicos, que, á vista dos resultados da investigación, se consideraron excesivamente ambiciosos. Estes outros obxectivos eran os seguintes:

- Establecer conxuntamente coas entidades empresarias participantes os indicadores que recollerán os elementos a avaliar e as unidades de medida. Tratábase de delimitar e xerarquizar, no contexto de desenvolvemento da actividade empresarial, os aspectos relacionados coa lingua segundo a súa repercusión na sociedade. Os indicadores obtidos permitirían, finalmente, situar ás empresas en distintos niveis de satisfacción en relación á utilización da lingua galega na súa actividade.
- Coordinar a elaboración dunha proposta de autoavaliación e compromiso voluntario en relación á lingua. Mediante un proceso no que se conta coa participación das entidades empresariais elaborárase unha ferramenta e un

procedemento que permitise ás empresas interesadas coñecer a súa situación nos niveis establecidos e as posibilidades de mellora.

- Elaborar un estándar de boas prácticas orientado a promover o galego no eido empresarial, dando conta dunha relación de orientacións e recursos que as empresas podían consultar e incorporar na súa actividade diaria independentemente do nivel de desenvolvemento da RSE en relación coa lingua.

Unha vez realizado o traballo de campo, resultou unha evidencia que, á luz do desenvolvemento xeral da RSE no mundo empresarial en Galicia e particularmente a concepción da lingua como un elemento a ter en conta respecto da RSE, os dous primeiros obxectivos eran inabarcables no momento actual sen previamente establecer estratexias de achegamento e de concienciación sobre a relevancia da lingua na RSE.

Ademais desta introdución, o informe complétase con outras tres partes. Na primeira faise unha breve presentación da metodoloxía utilizada. Na segunda móstranse os resultados da parte empírica e na última dáse conta das conclusións do informe incorporando unha proposta de autoavaliación e un repertorio de boas prácticas orientar cara á introdución da lingua na materialidade da RSE por parte das empresas que operan en Galicia.

## 2. METODOLOXÍA

Na elaboración deste informe manexáronse diversas fontes de información. Por unha banda, consultáronse fontes secundarias relacionadas co ámbito empresarial, a lingua e a RSE, así coma documentación publicada polas institucións públicas. Entre elas, destacamos os seguintes documentos:

- Unión Europea (2001). *Libro Verde- Fomentar un marco europeo para a responsabilidade social das empresas*
  - ([http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/es/com/2001/com2001\\_0366es01.pdf](http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/es/com/2001/com2001_0366es01.pdf)).
- Parlamento Español (2006). *Libro Branco da RSE*.
  - ([http://www.senado.es/legis8/publicaciones/pdf/congreso/bocg/D\\_424.PDF](http://www.senado.es/legis8/publicaciones/pdf/congreso/bocg/D_424.PDF))
- Consello de Europa (2010). *Terceiro Informe sobre o cumprimento en España da Carta Europea das Linguas Rexionais e Minoritarias*.
  - [http://www.seap.minhap.gob.es/dms/es/areas/politica\\_autonomica/Oficina\\_Lenguas\\_Oficiales/Documentacion/parrafo/05/text\\_es\\_files/Tercer\\_informe.pdf](http://www.seap.minhap.gob.es/dms/es/areas/politica_autonomica/Oficina_Lenguas_Oficiales/Documentacion/parrafo/05/text_es_files/Tercer_informe.pdf)
- Xunta de Galicia. Dirección Xeral de Relacións Laborais
  - ✓ (2009). *Cadernos RSE*
  - ✓ (2012). *Plan Estratéxico Galego de Responsabilidade Social Empresarial (2012-2014)*
    - <http://rse.xunta.es>

Por outra banda, consultouse bibliografía específica sobre o obxecto de estudo, en particular Canyelles (2010a, 2010b) e Sanvicén (2009)<sup>1</sup>. Ademais tivéronse en conta propostas da certificación da lingua na empresa e na RSE, (Bikain, Mesa pola Normalización Lingüística, Xertatu), etc.

A recollida de datos levouse a cabo mediante entrevistas en profundidade con representantes do mundo empresarial e do terceiro sector: empresarios, asociacións, fundacións, ONGs. O número de axentes contactados foi de 24 mais só se puideron realizar 16 entrevistas. Na selección inicial dos entrevistados tivéronse en conta variables como sector de actividade, tamaño da empresa, localización e incorporación (ou non) da RSE. A listaxe das entrevistas recóllese na táboa 1.

<sup>1</sup> Canyelles, Josep M. (2010a). “Aproximació al respecte lingüístic des de la responsabilitat social de les empreses”. *Revista de Llengua i Dret*, núm. 54, 2010, p. 245-276

Canyelles, J.M<sup>a</sup> (2010b). *Empresa i llengua. Un enfocament de responsabilitat social empresarial per a aportar valor a tots els grups d'interès*. Generalitat de Catalunya: Departament de Treball.

Sanvicén, Paquita (2009), “Responsabilitat social de l’empresa i política lingüística. Una interessant eina de sensibilització de present i de futur”. *Llengua i Ús*, 46, 3-12.

**Táboa 1.** *Contactos establecidos e entrevistas finais realizadas*

		Contactos	Entrevistas realizadas
<b>Actividade empresarial</b>	Agroalimentario	4	2
	Distribución	2	1
	Comunicacións	1	1
	Téxtil	1	-
	Construción	1	1
	Enerxía	1	1
	Saúde	1	-
	Transporte Viaxeiros	1	1
	Finanzas	1	1
<b>Entidades e asociacións empresariais</b>	Entidades e Asociacións empresarias	8	6
<b>Terceiro Sector</b>	ONG	2	1

### 3. RESULTADOS

Nesta primeira parte do informe recollemos as percepcións, opinións e valoracións sobre os elementos fundamentais relacionados coa Responsabilidade Social Empresarial en xeral e en concreto sobre a súa relación coa lingua. A información estrutúrase en ítems seleccionados pola súa reiteración ou pola súa significatividade. Co obxectivo de trasladar fielmente as achegas dos/as entrevistados/as incorporamos ao relato intervencións literais realizadas polos informantes.<sup>2</sup>

#### *3.1 Percepción da situación da RSE na empresa en Galicia*

A incorporación da RSE en Galicia é escasa no que se refire ao número de empresas que contan cunha estratexia consciente, definida e estruturada. Estas empresas son principalmente de gran dimensión e adoitan pertencer a sectores onde os impactos da súa actividade na sociedade e no medio ambiente son máis evidentes. Dende esta perspectiva, a RSE xorde coma elemento compensatorio, cando a empresa se fai consciente dos seus impactos. Non se concibe a empresa desvinculada do seu contorno e polo tanto emerxen outros elementos, ademais dos resultados económicos, para valorar a eficacia e a eficiencia da actividade empresarial.

“La implantación de la RS en la empresa gallega es bajísima, es muy baja. Quienes primero han entendido esta necesidad, quienes primero la han asumido han sido grandes corporaciones que sí que han visto muy claro esta necesidad, muchas veces incluso condicionadas por su propia actividad. Hemos visto que las primeras empresas probablemente que han asumido esquemas de RS han sido las empresas del sector de la energía, porque la sociedad les responsabiliza más de las consecuencias que tiene la explotación de la energía en cuanto a los efectos de la contaminación y demás, por lo tanto esas empresas sí tenían una necesidad patente de mostrar que tenían esa preocupación por la RS. En las pequeñas y medianas empresas que yo creo que son las que forman la inmensa mayoría del tejido empresarial de Galicia pues primero que es mucho menos patente la exigencia de la sociedad y por lo tanto la implantación es todavía muy bajo, yo creo que incluso más bajo que el de otras comunidades en España.” (ORE)

“[...] de alguna manera implicarnos en la sociedad en la que estamos y también devolverle a la sociedad lo que la sociedad nos da en su conjunto.” (E)

A voluntariedade e a implicación da xerencia-dirección da empresa son as dúas características máis importantes na adopción de políticas de Responsabilidade Social. A

---

<sup>2</sup> As citas textuais que se reproducen no informe aparecerán identificadas coas siglas de cada un dos tres grupos que a continuación se listan: Empresa (E), Organizacións e Redes Empresariais (ORE), Terceiro Sector (TS).



simbiose da voluntariedade e da implicación das máis altas instancias da organización chega a converter a RSE nun sinal de identidade da propia empresa.

“[...] yo creo que todo lo que hemos trabajado en RC y en acción social en esta empresa ha sido con muchísimo esfuerzo, que venimos trabajando desde hace mucho tiempo, no es algo que surja de la nada o porque esté de moda, es algo absolutamente asumido por parte de la empresa.” (E)

“La RC se sigue cuidando como un aspecto muy importante y dentro de un ámbito... en la Dirección General de Comunicación el Director General está en el Comité de Dirección, es decir, participa en el Comité de Dirección, está en el más alto nivel.” (E).

“La RS parte un poco de las necesidades o de las sugerencias o de las inquietudes pues que pueden ir teniendo los empleados, conforme existan también unos directivos que quieran escuchar también y sean digamos, receptivos a esas problemáticas y a esas necesidades, cuando esas dos cosas confluyen funciona.” (E)

“Hai que estar sempre parecendo e non só facendo.” (E)

“Nadie hace RSC más pura que la que hacemos nosotros, porque nosotros tenemos una Fundación que la familia dueña de esta empresa decidió voluntariamente y sin ningún tipo de ley o de regulación que existiese, decidió voluntariamente reinvertir en Galicia todo lo que gana. Eso es RSC al estilo anglosajón y al estilo más samaritano, si quieres.” (E)

“La única RSC es la que es voluntaria, todas las demás no son RSC pura, es que te obligan a hacerla. Tu responsabilidad social con la sociedad es verdadera cuando es libre, cuando es voluntaria, todo lo demás... cuando algo no es voluntario, no lo estás haciendo porque tú quieres y tú lo sientes de esa manera, por lo tanto no es RSC pura.” (E)

En termos xerais, a RSE non é unha adaptación á lexislación nin unha adaptación á clientela. No primeiro caso estamos falando de cumprir a lei e no segundo de estratexias empresariais de relación co cliente. A diferenza entre RSE e o cumprimento da lexislación é evidente, o cumprimento da lei é obrigatorio mentres que a RSE supera o marco das exixencias legais. En cambio na adaptación da empresa á clientela pode haber aspectos nos que a diferenza entre as políticas de mercadotecnia e a RSE non sexa tan clara. O mesmo pasa con iniciativas medioambientais, que poden formar parte da RSE e ao mesmo tempo supoñer un beneficio directo á empresa, por exemplo na redución de custes.

“La RS es siempre adelantarse a la legislación y eso se hace *motu proprio*. La RSE es voluntaria, en todos los casos, si no, no es responsabilidad social, la reacción a la ley se da por supuesta, hay que cumplirla, si no estás fuera del sistema y un poco la reacción a las exigencias del consumidor también porque si no, no vendes.” (ORE)

“Por unha parte, está a RSC que eu chamo multinacional, onde unha gran empresa intenta vender dalgunha maneira que é responsable socialmente, que nese sentido está moi ben pero que non deixa de ser unha optimización de custos encuberta” (E)

“La RS va mucho más allá, es decir, no es un problema que afecte exclusivamente a los grupos de interés, cuando se identifica la RS con los grupos de interés sí que estamos hablando de una estrategia empresarial que tiene que ver con la competitividad, pero el tema es que en el ámbito social todos somos grupos de interés, entonces la responsabilidad es con toda la sociedad.” (ORE)

### *Materialidade da RSE*

A existencia de diferentes percepcións á hora de situar o ámbito de actuación da RSE incide directamente na elección das cuestións que van formar parte da materialidade en cada organización. Neste sentido, as estratexias sitúanse entre dous extremos. Dunha banda, o representado polas empresas que sitúan o foco na elección de cuestións externas á propia actividade e que son percibidas como pouco desenvolvidas ou débiles. Estas organizacións dirixen a súa política de RSE cara á filantropía.

“La RSC tiene que dedicarse a temas desfavorecidos, desatendidos y que en el fondo, en mi opinión, la RSC se dedica a aquellos aspectos de la sociedad que no tienen un impacto económico directo y que no te dan beneficio monetario pero que tú consideras, porque tienes una responsabilidad, que es necesario o que tienes que hacerlo porque hay que dedicar parte de la suerte económica que has tenido en ayudar a los demás. Por eso nosotros a través de la Fundación dedicamos dinero a potenciar la cultura en Galicia, a potenciar o ayudar al Padre Rubinos a que pueda dar de comer a los pobres de Galicia, que hay muchos desgraciadamente, lo dedicamos a temas de investigación porque creemos que hay que ayudar a temas de investigación porque en el largo plazo y en el medio plazo va a hacer más competitiva a Galicia, pero en este momento no tiene un impacto directo en ninguna cuenta de resultados. [...] La RSC es un tema personal y de valores”. (E).

Doutra banda, atópanse as empresas que conciben a RSE ligada á súa propia actividade e ao seu funcionamento interno, percibindo a RSE coma un elemento que reforza a súa competitividade, a súa solidez e a súa capacidade de adaptación aos cambios socioeconómicos futuros.

“A propia filosofía do proxecto empresarial xa é axudar a un colectivo desfavorecido, a un colectivo débil, a parte de colaborar con outros colectivos débiles e a parte optimización aquí na fábrica para ter un menor impacto no medio ambiente, serían as tres partes.” (E)

A RSE en cada empresa depende, polo tanto, dunha estratexia que focaliza as accións en determinadas áreas. As políticas de RSE coinciden nas grandes áreas: social, cultural, medio ambiental, etc. Pero o desenvolvemento interno é moi diferente. Así, por exemplo, no ámbito social cabe dende a colaboración con entidades dedicadas á atención de persoas desfavorecidas ou en perigo de exclusión como a accións dedicadas a formación ou ao desenvolvemento do contorno onde está situada a empresa.

“[...] voluntariamente han querido reinvertir sus beneficios en Galicia y para el beneficio de Galicia para los pilares estratégicos que tiene la Fundación: Cultura, Sociedad, temas sociales, ayudas a los más necesitados, Investigación y Patrimonio.” (E)

“Tenemos tres áreas, una dirigida a la promoción del empleo y al autoempleo, otra dirigida a las áreas sociales y otra encaminada a la formación continua.” (E)

“[...] para min a RS está principalmente na relación cos traballadores, aí é onde está a clave da RS da empresa, porque RS é eso, eso é social, non só coidar o que temos ao redor, claro que si, tamén, pero primeiro están as persoas e para as persoas facerlle fácil a vida e que teñan eso verde aí fóra e que non haxa vertidos porque iso ten como consecuencia o resto, naturalmente. [...] Entón aí é onde ten que buscar a RS a empresa, facer o máis fácil posible a vida dos demais. Para min esa é a primeira das cousas. Despois, colaborar coa sociedade” (E)

### *Inclusión da RSE na estrutura da empresa*

No xeito de abordar a organización da RSE por parte da empresa tamén se atopan diferenzas. Na actualidade, coexisten empresas que incorporan a RSE nas súas estruturas internas en departamentos específicos ou compartidos e empresas que optan por unha abordaxe externa, preferiblemente a través de Fundacións.

“Hai un departamento de calidade i ese departamento de calidade ten ese engadido tamén.” (E)

“Nuestra estructura como Dirección General de Comunicación y Gabinete de Presidencia que es como se llama la unidad a la que yo pertenezco, somos aproximadamente ochenta personas. Está dividida, tiene varias ramificaciones, una es la Subdirección General de Relaciones Informativas, después está una Dirección de Relaciones Externas y de Responsabilidad Corporativa, ahí está englobada toda la RC, hay una persona dedicada full time a RC” (E)

“O sea, tú porque tú quieres, porque tú sientes esa responsabilidad coges y todos los años el dinero que gana el Banco Pastor se reinvierte todo en Galicia y sólo en Galicia a través de la Fundación Barrié, eso es RSC 100%.” (E)

“Toda la parte social la llevamos desde la Fundación (...). Todo lo que estamos haciendo desde la Fundación no es que antes no se hiciera, se hacía en menor medida porque no había un equipo viviéndolo, pensándolo y dedicándose intensamente a eso en concreto.” (E)

### *Modelos de seguimento e divulgación da RSE*

As empresas tenden a simplificar os seus modelos de RS; por este motivo, utilizan criterios e procedementos propios para medir e divulgar a súa política de RS. Utilízanse plans estratéxicos deseñados *ad hoc*, indicadores propios ou simplemente recóllense as accións desenvolvidas nunha memoria anual. Non se percibe a utilización dos marcos e guías estandarizadas máis reputados para a información e a rendición de contas, tales coma os seguintes:

- ✓ Global Reporting Initiative (GRI)
  - <https://www.globalreporting.org/languages/spanish/Pages/default.aspx>,
- ✓ AccountAbility
  - (<http://www.accountability.org/>)
- ✓ ISO26000
  - (<http://www.iso.org/iso/home/standards/iso26000.htm>)
- ✓ Norma SGE 21 (Forética)
  - <http://www.foretica.org/conocimiento-rse/estandares/sge-21?lang=es>)

[...] tenemos un plan estratégico a tres años y de cada una de las líneas tiene sus objetivos perfectamente medibles, cuantificables y cada programa tiene que cumplir sus objetivos y tienen que ser objetivos que sean medibles en áreas tan difíciles de medir como puedan ser estas. Tenemos implantada la ISO, eso nos ayuda un poco a ser más ordenados. En cada actividad realizamos encuestas de satisfacción, de todas, tanto telefónicas como por escrito y cada año prácticamente, hubo algún año que no, pero cada año hacemos una detección de necesidades, mediante encuestas, mediante llamadas telefónicas hacemos una batería de preguntas para que la gente nos reenfoque y ver si vamos por el camino correcto. [...] Editamos una revista que sale dos veces al año y aparte tenemos una web [...] Lo que intentamos es que por todos los medios la información llegue. Tenemos una memoria anual también, sí. Recogemos todo lo que se ha hecho, el número de beneficiados que ha habido, el número de programas diseñados y el número de programas ejecutados, los indicativos de cumplimiento, etc. (E)

Existe tamén, nunha parte do empresariado, unha actitude tendente a non divulgar as políticas desenvolvidas no contorno da RS. Esta “ocultación” é consecuencia da percepción da RS que sinalamos anteriormente. Algúns informantes visibilizan o temor a que se vinculen as accións de RS cos resultados económicos da empresa e poidan ser vistas coma unha “mercantilización” da RS.

“Non facemos análise posterior porque en realidade sería unha análise máis obxectiva de cifras,[...] non nós interesa tampouco utilizar os datos máis que para nós mesmos na percepción que temos, non para contar que facemos isto ou o outro, a xente sabe o que facemos e non precisamos vender as nosas boas accións.”(E)

### *Retornos da RSE*

A RSE non ten coma obxectivo un retorno económico directo, pero as empresas que desenvolven políticas de RS perciben beneficios derivados desa implantación.

“Cuando estamos trabajando en la RSC no pensamos en el rendimiento económico. Tienes que responder a un informe de buen gobierno” (E)

“En el momento en que es voluntario y lo haces porque tú quieres y tú libremente decides hacerlo, tú en ese momento no estás buscando unos beneficios económicos.” (E)

Percíbese un **beneficio interno en relación ao persoal da empresa**, que se pode traducir na captación e mantemento de talento que enriquece o cadro de persoal.

“Se nós temos unha oficina cómoda, onde temos o campo aí ao lado, onde veñen as cigüeñas ata aí, onde a xente está traballando cómoda, onde buscas que haxa unha relación que se non pode ser cordial que polo menos sexa boa, entre a xente, se consegues engadidos que poidan facilitar a súa vida, se colaboras con eles en cousas extraempresariais, se colaboras co exterior i tal... todo iso produce unha calidade de vida [...], porque a cuestión non é só que vaías sacar máis cartos ao final do ano, que ao mellor con todo iso tamén estás procurándoos, eu o entendo así.” (E)

[...] que tamén é un elemento que lles serve para obter unha certa rendibilidade e o que fan de cara á sociedade é captar o persoal digamos de maior cualificación que busca tamén que a empresa a súa vez poida incorporar determinados elementos que eles cren que son importantes.” (ORE)

A incorporación de políticas de RS vese tamén como unha **vantaxe competitiva**, que afecta positivamente á imaxe da empresa na sociedade e polo tanto serve como **elemento diferenciador da competencia**.

“[...] a empresa aporta un valor á sociedade, na medida en que ese valor seña aceptado, máis o cambio de imaxe da empresa e a súa aceptación pola sociedade no seu conxunto será mellor. Entón, o poñer en valor o que a empresa fai ben é necesario. Porque moitas veces o único que se pon en valor é o que a empresas pode facer peor ou que ten un impacto negativo. Nós pensamos que hai que equilibrar e a RS é unha forma de poñer en valor tamén o que as empresas poden facer con carácter positivo.” (ORE)

“[...] otra cosa es que la sociedad asocie que la Fundación y la familia dueña de la empresa voluntariamente han querido reinvertir sus beneficios en Galicia y para el beneficio de Galicia [...]. Bueno, pues obviamente los gallegos lo ven como que esa empresa pues está haciendo algo por el bien y por el futuro de Galicia, por lo tanto hombre, desde el punto de vista de imagen pues claro que revierte en la mejora de la imagen, económica no.” (E)

“[...] qué ventajas puede tener la RS también desde el punto de vista competitivo? y ahí podríamos hablar mucho, porque son muchas, pero fundamentalmente tienen que ver con adaptarse, con ser el primero a este tipo de estrategias y eso es lo que nos puede proporcionar una imagen frente a nuestros competidores.” (ORE)

“Adelantarte es una de las razones que más convencen al empresario para adoptar esquemas de RSE, porque tarde o temprano lo vas a tener que hacer, la tendencia es esta, la ley dentro de poco te va a obligar, pon ya ecoetiqueta, adáptate ya a lo que va a venir, sé el primero en hacerlo y por lo tanto estarás mucho mejor posicionado si lo haces Por lo tanto adelantarse es una de las ventajas.” (ORE)

Nas iniciativas inscritas na RS tendentes ao **desenvolvemento do contorno socioeconómico onde se localiza a empresa**, os retornos son claramente percibidos. Neste caso, esta percepción está máis relacionada con empresas que se dedican a actividades vinculadas co ámbito rural.

“Hay uno que no es medible que es la satisfacción interior de estar contribuyendo a esa mejora social. [...] yo creo que la propia imagen de empresa se fortalece [...] es más visible esa intención

que se tiene. Hay otra parte importante, también, nosotros trabajamos con colectivos desfavorecidos pero con el tiempo pueden ser personas favorecidas por así decirlo, a través de los planes de formación que tenemos desarrollamos programas formativos bastante prácticos y lo que estamos haciendo es ayudar a que la empresa tenga una fuente de reclutamiento. Es decir, a la empresa no le importa de donde venga esa persona, cual ha sido su pasado, nosotros le presentamos un público con una seguridad, de forma que si tienen algunos malos hábitos por ejemplo derivados de un paro de larga duración o de determinados problemas que hayan tenido en su vida, lo que intentamos es que esa persona se convierta en alguien que con garantías pueda trabajar. Jóvenes que estaban sin trabajo a raíz de esos programas de asesoramiento a emprendedores pues algunos grupos de ellos han hecho pequeñas cooperativas o están en ello. Entonces también es una forma de ayudarles a que encuentren una vía de trabajo ¿no? Desde eso a lo mejor otros jóvenes que a lo mejor no habían pensado en continuar con el negocio familiar y que bueno, ahora lo ven de otra manera. Intentamos desde la Fundación darle valor, porque lo tiene, realmente lo tiene, a trabajar en el rural.” (E)

“[...] nós nos diferenciamos nas dúas primeiras, na parte do compromiso co gandeiro [...] queremos fixar aquí poboación no rural” (E)

En menor medida, percíbese a incorporación da RS como unha **necesidade para a propia subsistencia da empresa**. Aínda que minoritaria, esta percepción é o maior aval de cara á incorporación de políticas de responsabilidade no mundo empresarial. A empresa, como integrante da sociedade, ten que ser necesariamente consciente dos seus impactos como primeiro paso para contribuír activamente na mellora da construción do benestar persoal e do benestar social.

“Ya no es una cuestión de competir, es una cuestión de existir. No es necesario ser responsable para competir en un mercado con otras empresas similares o que se dedican a lo mismo que nosotros sino que la responsabilidad es algo que se nos va a exigir para ser, para existir. Digamos que la empresa no siempre ha estado acostumbrada a su papel como parte de la sociedad. De la misma manera que a las personas se nos exige responsabilidad en la convivencia y la responsabilidad pues tiene muchas veces que ver con nuestro propio prestigio personal, nuestra propia reputación, si nosotros buscamos una amistad, buscamos un socio, buscamos un cliente, buscamos un proveedor, pues probablemente el hecho de que sea responsable, va a condicionar mucho el hecho de que lo elijamos, pues eso mismo es lo que va a suceder en la empresa.” (ORE)

#### *Freos á introdución da RSE (estruturada e definida) na empresa.*

As empresas están a seguir estratexias de desenvolvemento e a incorporar boas prácticas que poderían vehicular través da RS pero existen unha serie de factores que actúan como freos á unha incorporación consciente, estruturada e definida de RS.

“Yo creo que la RS siempre se ha hecho, otra cosa es que se haya llamado así, la mayoría de las empresas intentan generar políticas hacia sus trabajadores para que estén contentos, lo han intentado hacer siempre. El que tiene un poquito más de potencia o de tal es el que patrocina las fiestas locales y lo ha hecho siempre, o le pone la etiquetilla al equipo de su hijo. Son empresas muy cercanas y muy pegadas a la sociedad. Sociedad que después no le va a comprar su producto [...] Todas han tenido una política activa de responsabilidad con los proveedores, la

mayoría contratan con empresas del entorno o cercanas, con prácticas respetuosas [...] se está contratando gente fuera y se le paga lo mismo, de hecho la manera de trabajar es con equipos mixtos y no por una cuestión de paga sino por trabajar 24 horas.” (ORE)

Os **temores relacionados co custe o o feito de ter que dedicar recursos persoais especificamente dedicados** á incorporación e seguimento da RSE están a supoñer un atranco importante de cara a unha incorporación visible das estratexias e as prácticas que a empresa pode estar desenvolvendo na actualidade.

“Dende logo se esta empresa fose un pouco maior e tal, o faría pero para nós, coa nosa dimensión e coa situación económica non podemos extralimitarnos, ao final isto tería que facelo eu e non teño xa máis tempo para facer máis cousas. Se tes cen persoas, o un por cento, que é unha persoa a podes dedicar a iso, se tes dez, unha persoas é o dez por cento e o dez por cento arruína os teus resultados.” (E)

A **inexistencia de “escaparates” que favorezan a visualización das prácticas** e que permitan diferenciar positivamente ás empresas que desenvolven iniciativas que inscritas no ámbito da RS.

“[...] posiblemente haxa moitas empresas que fan RS e que ao mellor non son tan visibles. Entón nós apostamos porque tamén se de certa visibilidade tendo en conta ese carácter voluntario e que podamos facer as empresas tamén pequenas porque parece que esto é cousa ao mellor de empresas medianas, grandes.” (ORE)

Por último, percíbense temores relacionados coa **burocratización da empresa e a perda de naturalidade** no momento no que as estratexias e as prácticas pasan a formar parte dunha política estruturada e visible baixo a etiqueta de Responsabilidade Social Empresarial. Nestes casos vincúlase a adopción estruturada e visible da RS cunha degradación do compromiso da empresa coa sociedade, precisamente cando o que supón a estruturación e a visibilidade é todo o contrario.

“Iso xa como proxecto concibiuse coma unha RSC, cunha finalidade empresarial loxicamente para poder sobrevivir, para poder crear emprego e para facer país. Nunca nos gustou considerar a RSC, que por outra banda, pode que estea un pouco de moda agora, como un departamento estanco, de repente un día dices “Ah, vou facer RSC”, pois non, iso forma parte do seu propio xeito de ser dende que se pon en marcha.” (E)

“Eu penso que a maioría das empresas que están dentro dese orde de facer a RS, incluso co de calidade, terminan en ter uns contenedores diferenciados para o que tiran e pouco máis” (E)

### 3.2 Lingua e RSE

As cuestións lingüísticas non se están considerando entre os elementos que están a constituír a materialidade da Responsabilidade Social Empresarial. Esta eiva é especialmente importante no ámbito das consultoras e empresas especializadas en RS xa que estas exercen moitas veces coma axentes dinamizadores e facilitadores para a incorporación da RS no resto de empresas.

“Yo creo que no es un tema que esté preocupando demasiado en el ámbito de la RS, no veo que exista esa preocupación, ni entre los profesionales ni entre las empresas. En los foros a los que he asistido, en los que he participado, en la documentación que consulto no está, la verdad, el aspecto relacionado con la lengua.” (ORE)

Tendo en conta esta realidade cómpre, como primeiro paso, promover a reflexión sobre a posibilidade de que a lingua forme parte da materialidade da RSE e para facelo de xeito efectivo hai que ter en conta as opinións do ámbito empresarial que xorden ante a formulación desta posibilidade.

*Argumentos a favor da introdución da lingua na materialidade da RSE.*

Existen posturas favorables á incorporación da lingua coma un elemento singular da materialidade da RSE apoiados nos seguintes argumentos:

A concepción da RS no seu sentido máis amplo implica **a aceptación das realidades sociolingüísticas e da súa diversidade coma un dos aspectos fundamentais da configuración social**. Unha empresa socialmente responsable en Galicia non pode obviar a importancia da lingua nas relacións que establece na súa vida interna, cos provedores, coa clientela e coa sociedade en xeral.

“[...] Estamos a falar dun ámbito que cubre esa relación. Estamos falando de incorporar criterios que son sociais, son sociolingüísticos en definitiva, con respecto a axentes cos que se relaciona a empresa, no seu interior, os seus traballadores, no seu exterior, cos seus consumidores e clientes en definitiva. Entra plenamente no que podería ser a idea de RS.” (ORE)

“[...] a RS obriga entre comiñas ás empresas a aceptar a realidade cultural e lingüística na que están asentadas e a cultura e a lingua dos consumidores aos que se dirixen. Moi xenericamente fala deso. I ese é o camiño para que houbera empresas que se convencesen de que unha maior implicación no tecido social xa sexa nos traballadores ou consumidores ao redor do que os une, potenciaría en activos, incluso, en dividendos.” (ORE)



A toma de conciencia desta realidade sustenta o argumento das empresas que ven a incorporación da lingua á materialidade da RS como parte da súa **responsabilidade na imaxe que transmite a empresa**.

“[...] y forma parte del corazón de la RS y de la identidad institucional o corporativa que es la comunicación, la comunicación que es la que hace que nos relacionemos con los grupos de interés y que esos grupos de interés, en el caso de Galicia, ya sean profesionales o ya sea la administración, existe esa necesidad, hay una parte que es necesario, para dirigirte a la administración, para poder optar a concursos... tienes que hacerlos en gallego, pero también en otros aspectos más voluntarios que tienen que ver con la relación laboral, con el respeto al trabajador, o el respeto al profesional con el que te relacionas, al proveedor o al cliente.” (ORE)

“Non como un medio para conseguir un fin senón tamén como un fin en si mesmo como parte da nosa personalidade, é dicir, como un trazo máis desas imaxe que queremos dar i que é auténtica” (E)

Nas empresas que valoran a relación co seu cadro de persoal **a atención da realidade lingüística dos seus traballadores** é un argumento substancial de cara á incorporación lingua como parte da materialidade da RSE.

“[...] una empresa que se instala en Galicia donde hay unas características específicas idiomáticas debe adaptarse a estas características específicas idiomáticas si quiere ser responsable y es de respeto a sus propios trabajadores porque a lo mejor los trabajadores sí se expresan en gallego. (...) Yo creo que sin ninguna duda forma parte de las relaciones laborales por ejemplo” (ORE)

“Eu son partidaria de introducila nese ámbito porque produce un beneficio emocional ás persoas traballadoras, se as persoas traballadoras están mellor emocionalmente tamén producen máis, hai menos absentismo, etc. Sería un factor máis, non por empregar a lingua galega os traballadores que teñen absentismo van deixar de telo pero xunto cos demais, coa conciliación familiar, coa optimización de recursos” (ORE)

“Hai empresas moi moi importantes que non teñen clientela dentro de Galicia que empregan a lingua galega nos seus soportes corporativos e algunha empresa que se ben non o ten nos seus soportes corporativos si o emprega para os seus traballadores, toda a documentación que xera para os seus traballadores, falo de empresas de máis de 250 traballadores, empresas moi grandes. [...] entón fan un estudo de cal é a lingua maioritaria e escollen esa lingua e normalmente é a lingua galega.” (ORE)

A lingua coma elemento localizado na cerna cultural de Galicia sustenta posicións favorables á incorporación da lingua coma **parte da responsabilidade da empresa coa cultura galega**.

“[...] yo creo que también debes ofrecer una imagen y una serie de valores ¿no? estamos en Galicia y hombre, es nuestra cultura, es nuestra lengua ¿no? forma parte del respeto a nuestra cultura.” (E)

“Loxicamente é un exercicio de coherencia, se é unha empresa galega, de gandeiros galegos, que utiliza o galego na súa vida e que queremos levar Galicia por diante, pois temos que facer este exercicio ¿non? Rendible ou non eu creo que vai dentro do paquete.” (E)

“Eu vexo a lingua como algo cultural non o vexo como negocio, nin como impedimento nin como beneficio” (E)

“Nosotros tenemos un sentimiento de responsabilidad hacia el gallego porque es nuestro idioma y son las raíces y creo que dentro de los valores que tenemos igual que tienes el valor de ayudar a tus padres cuando son mayores o a tus hijos cuando son pequeños pues también tienes que... y los valores o se tienen o no se tienen.” (E)

### *Argumentos en contra da introdución da lingua na RSE.*

Xunto aos argumentos favorables coexisten percepcións que dificultan a introdución da lingua como parte da materialidade da RS. Algúns deles coinciden cos sinalados anteriormente como freos á incorporación estruturada e visible de estratexias e prácticas responsables en xeral, e outras pódense considerar específicas da responsabilidade lingüística.

A vinculación da materialidade da RS cos elementos débiles e subdesenvolvidos provoca que a incorporación da lingua a esta materialidade se perciba como unha **mostra de debilidade e falta de utilidade práctica da lingua galega**.

“[...] si en Galicia necesitas que las empresas en sus presupuestos de RSC dediquen dinero a la potenciación del gallego creo que es una mala noticia para el gallego. Creo que lo deben de hacer porque lo consideran fundamental para su negocio e importante y útil para su negocio, no porque tienen que meterlo dentro de los presupuestos de RSC. Los presupuestos de RSC son para... principalmente para temas sociales de personas o colectivos que están desfavorecidas, yo no quiero pensar que el gallego tiene que entrar en ese juego, creo que es una mala noticia para el gallego si se hace dentro de los presupuestos de RSC, ¿que se puede hacer? Sí, pero tampoco creo que sea eso lo que quiera el gobierno ¿no?” (E)

“La lengua no tiene un apartado específico en la RC porque si tiene un apartado específico malo, porque necesita un tratamiento especial, preventivo. Y si ya de alguna manera se considera que todas las lenguas tienen la misma importancia a mí me parece mucho más significativo eso que dedicarle un tratamiento preventivo porque entonces significaría que algo no va bien.” (E)

A tendencia a considerar a lingua só coma un elemento comunicativo da empresa coa clientela e **considerar**, polo tanto, que todas **as estratexias e accións relacionadas coa lingua pertencen ao ámbito do márketing** e non poden formar parte da RSE. Esta percepción dáse principalmente en empresas que dirixen os seus produtos e servizos á clientela final localizada principalmente ou exclusivamente en Galicia. Dende esta perspectiva, por poñer un exemplo, unha empresa que ten a súa

páxina web en varias linguas e como opción preferente en galego só podería dicir que esta práctica é socialmente responsable coa diversidade lingüística se a súa clientela residira preferiblemente fóra de Galicia.

É evidente que esta percepción ten coma base a concepción da RSE baseada nunha materialidade externa á actividade da empresa.

“El gallego, igual que el castellano es para comunicarse, no tiene otro ámbito. Para comunicarte que es para lo que están las lenguas. En el ámbito empresarial el gallego crecerá y se potenciará más en tanto en cuanto impacte directamente en la cuenta de resultados.” (E)

Es un papel activo, nosotros hacemos todo en gallego, todo lo que es la comunicación la hacemos tanto en gallego como en castellano, cartelería... los anuncios de TV que hacemos son sólo en gallego, las cuñas de radio que hacemos son en gallego y en castellano, la cartelería [...] aquí se potencia el gallego activamente [...] somos una empresa privada y por lo tanto si la gente quiere la comunicación en gallego pues se la tienes que dar.” (E)

“Nós tamén traducimos esas páxinas, dunha empresa moi importante de Galicia pero que emprega a súa páxina web coma sinal de identidade, como un respecto, unha deferencia cara á lingua que ten a súa comunidade autónoma, i é moi importante que o faga porque realmente os seus clientes non son nin de España sequera pero está presente na súa páxina web” (ORE)

A **percepción da lingua coma un elemento transversal** presente en todas as accións da empresa dificulta a percepción favorable a que esta entre na materialidade da RS. Dende esta visión, os elementos transversais non precisarían dedicación exclusiva na RSE.

“La lengua para nosotros es un valor transversal, yo no me planteo tener un departamento pensando en la lengua, yo estoy en Galicia, hablo gallego, no tengo porque dedicarle un apartado específico, es algo normal como el hecho de utilizar materiales lo más ecológicos posible o el hecho de cuidar el medio ambiente” (E)

A incorporación da lingua na materialidade da RSE pódese percibir coma contraproducente para a empresa cando se confunde a RS en materia lingüística coa **vinculación da empresa con posturas políticas ou identitarias**.

“De aí a facer manifestacións a prol de... é que tampouco se fan polo castelán, o empresario é moi consciente da produtividade, entón, váleslle facer proclamas pola lingua castelán? De nada, entón pola lingua galega por que?” (ORE)

O temor á **perda de naturalidade** que afecta á visualización das prácticas de RS en xeral, afecta tamén á incorporación estruturada e visible da responsabilidade lingüística.

“Por eso cando me preguntabas se non sería bon ter algo que demostre eso... eu creo que ao mellor iso desvirtúa porque cando tu podes mostrar algo estás presumindo deso e se presumes mala cousa xa, ten que ser un convencemento.” (E)

“[...] non nós interesa tampouco utilizar os datos máis que para nós mesmos na percepción que temos, non para contar que facemos isto ou o outro, a xente sabe o que facemos e non precisamos vender as nosas boas accións.” (E)

Tendo en conta a situación socioeconómica actual, un dos maiores atrancos para o desenvolvemento da RSE en xeral e para a introdución da lingua na súa materialidade en particular, son os temores relacionados co **custe**. Estes temores en relación á lingua están fundamentados na necesidade de moitas empresas de duplicar materiais ao ter que acometer a dispoñibilidade dos mesmos en varias linguas.

Aínda así existen percepcións favorables á introdución da lingua na materialidade da RSE precisamente ao entender que a RS aumenta a competitividade da empresa, e máis nos momentos de crise coma o que se está a vivir, cando aumenta a exigencia social de cara aos comportamentos e actitudes que se transmiten dende o ámbito empresarial. No contexto actual, a eficiencia na promoción da RSE podería pasaría, entre outras cousas dirixidas á visibilidade, por achegas de carácter económico no sentido de favorecer o acceso das empresas responsables aos contratos coa administracións, excepcións de impostos ou facilidades para acceder a subvencións públicas.

“Nós o que dicimos é, na medida en que se liciten sistemas que non provoquen un incremento de custos na empresa moito mellor, o que pasa é que moitas veces a administración o que pide é un selo que ten un sistema de xestión que si xera un custo de entrada e por iso habería que buscar mecanismos que faciliten unha visibilidade das actividades que fai a empresa sen un excesivo custo, que é o que preconizamos nós.” (ORE)

“Sempre e cando a xente non o vexa como outro imposto e o vexa como algo voluntario, efectivamente, que non teña un custe a maiores porque agora mesmo non están as cousas para asumir custes e que iso se motive dende o punto de vista da rendibilidade, esto pode ser rendible, pode mellorar o rendemento do seu negocio, a relación cos seus empregados e cos seus clientes, como un instrumento máis, como unha ferramenta máis da que dispón para que as empresas vaian ben, se o encaixamos aí, perfectamente.” (ORE)

“E que eso tamén se poda recoñecer dalgunha maneira, as veces non é darlle un papeliño, poder entregar eses diplomas nun acto público, darlle un recoñecemento, un valor social, non un valor individual, un valor social, que iso sexa recoñecido polos demais, porque se non tampouco vale de moito, un ten un negocio entón o elemento diferenciador co que ten o veciño e que eu teño isto e o saben os demais, senón ...” (ORE)

“Se vostede vai acceder a unha subvención para un ordenador vai ter 0,5 puntos máis de valoración por superar os parámetros mínimos esixidos pola lei. O recoñecemento penso que sería un elemento motivador importante” (ORE)

### *Ámbitos de aplicación*

A incorporación da lingua á materialidade da RSE afecta a todos aqueles ámbitos da empresa no que a lingua teña presenza tanto oral como escrita. Dependerá de cada empresa definir eses ámbitos e darlle prioridade segundo os seus intereses e os seus impactos.

“[...] Facer un soporte na lingua cooficial da comunidade pois pode ser algo produtivo, por qué non? Algo instrumental, si. Tamén ao consumidor podería chegar este tipo de cuestións, por exemplo, se se fai un glosario por exemplo da chacinería por qué non se lle vai a entregar ao consumidor se marcha contento, é unha satisfacción máis non? Hai que pensar sempre nestes parámetros, no triángulo marabilloso, o empresariado, o cadro de persoal, traballador ou traballadora e a clientela.” (ORE)

“Ten máis valor normalizador un cartel que poña cinco palabras en lingua galega que calquer soporte oral ou un documento de mil páxinas que entregas na administración que só o vai ler o que o elaborou e o técnico que vai ler as prescricións técnicas dese proxecto.” (ORE)

“Sinalética, publicidade, nóminas, convenio colectivo, inclusión no convenio dos dereitos lingüísticos como un concepto vencellado aos dereitos fundamentais da persoa, non coma unha conquista senón como un dereito fundamental recoñecido na Constitución e un respecto á non discriminación por razón de lingua que está na Constitución” (ORE)

“Que o galego acade espazos de uso que non ten, referímonos por exemplo ás páxinas web.” (ORE)

“O aspecto comunicativo da empresa: a publicidade, todos os soportes que implique publicidade, tanto do produto, como da empresa, ou do servizo. Produto, servizo, empresa, eses tres parámetros.” (ORE)

“Ámbitos onde é moi difícil que entre a lingua galega como é a documentación de ámbito interno [...] o que se chama paisaxe lingüística, aí entramos facilmente pero xa en documentación interna de carácter laboral cos empregados é máis difícil, hai pouco que traducimos convenios, convenios de empresa, non convenios sectoriais, eses tamén están traducidos na nosa páxina web, os convenios de empresa son máis difíciles de traducir pero xa estamos entrando nesa área.” (ORE)

“E despois temos pendente aí a comunicación cos provedores pero iso é máis dificultoso, sobre todo nas empresas grandes que normalmente empregan o inglés, non empregan nin o castelán, [...] Neste tipo de comunicación entrarían os provedores, as entidades financeiras e a administración. Coa administración é moi doado entrar porque en anos anteriores quedou moi posicionada a lingua galega no ámbito institucional.” (ORE)

Con respecto á incorporación da lingua na materialidade da RSE, é recomendable proporcionar modelos que a empresa poida utilizar de guía. En todo caso, estes

modelos, selos ou certificacións terán que ser de fácil aplicación, sinxelos, baratos e que non impliquen o aumento da burocratización da empresa.

“[...] Non nos gustan tanto os enfoques de certificación porque ao final supoñen un custo e poden desembocar nunha imposición indirecta á empresa. Preferimos que a empresa vaia a través de mecanismos de posta en valor do que fai e de recoñecemento público do que fai [...]. Estamos no enfoque de tratar que o maior número de empresas podan dicir ‘eu fago isto por encima da norma’ e que poida ser un sistema fácil. Nós temos un tecido produtivo que é de pequena empresa, entón claro, todo o que sone a selos, certificarse, procedementos, é moi difícil, entón o que buscamos é, sen desmerecer iso establecer sistemas o máis sinxelos posibles de avaliación de determinadas medidas e posta en valor desas medidas. Seguramente nós coñecemos empresas no ámbito local que fan cousas no ámbito da lingua, loxicamente, pero que non se poñen en valor [...]. Nós incidimos na posibilidade dun rexistro, entón sería bo ao mellor, falar coa Consellería de Traballo porque agora está liderando iso e entón introducir tamén como elemento posible a valorar os aspectos relacionados coa lingua porque serían uns aspectos a incorporar a calquera rexistro que se poda crear que de visibilidade a actuacións en materia de RSE.” (ORE)

## **4. RECOMENDACIÓNS**

### **4.1 Contexto**

Antes de pasar ao desenvolvemento das recomendacións, faise unha breve presentación da relevancia que a RSE ten para un idioma como o galego na situación actual.

A diversidade cultural é un dos trazos máis relevantes das sociedades actuais. En si mesma constitúe unha oportunidade para enriquecernos como colectivo, ao favorecer a interacción de persoas e grupos de procedencia diversa. Ademais, esta diversidade abre novos desafíos para toda sociedade que se esmere en resolver satisfactoriamente os retos que se derivan do encontro intercultural.

As empresas constitúen un dos ámbitos de maior proxección e visibilidade da diversidade, na medida en que toda a poboación mantén algún tipo de vínculo co mundo empresarial, xa sexa como empregado, ou como provedor, ou como cliente, ou como receptor indirecto das decisións empresariais relacionadas, por exemplo, co medio ambiente, coa produción cultural, coa educación, etc.

A diversidade lingüística e cultural de Galicia é asumida como un valor central pola sociedade. Nesta lóxica, unha empresa socialmente responsable que opere en Galicia debe ter en conta os trazos caracterizadores da súa diversidade cultural, entre os que o idioma ocupa un lugar destacado, e a partir de aí orientar parte das súas accións de responsabilidade cara a súa posta en valor, recoñecemento, promoción, etc. Como mínimo, esperase dunha empresa responsable un compromiso de respecto cara a esta diversidade. Polo tanto, as culturas e, en concreto ás linguas como unha dimensión da cultura, son fundamentais na materialidade da RSE.

Nesta lóxica, que debemos entender por unha empresa socialmente responsable coas linguas? É aquela que aborda a complexidade lingüística con naturalidade e con respecto ás diferenzas. No caso concreto de Galicia, ademais, é una empresa consciente, sensible e comprometida coa comunidade lingüística e cultural na que está operando. Unha empresa lingüisticamente responsable fai o posible por integrar o idioma galego en todos os seus procesos de negocio: innovación, xestión, comunicación, contratación,

etc. Se non se ve oportunidade de negocio e porque non se asumiron responsabilidades lingüísticas. Dito con outra palabras, a lingua queda fóra da materialidade da RSE na meirande parte dos casos por falta dunha reflexión previa sobre a súa potencialidade como un valor intanxible.

Se aceptamos que todas as linguas teñen valor intrínseco de seu, nunha sociedade extensivamente bilingüe como a galega, a empresa non pode ser allea á realidade sociolingüística. Ao contrario, a sensibilidade empresarial con respecto ás novas formas de vida que se establecen arredor da lingua galega constitúe unha peza central na transformación dunha orde sociolingüística que se orixina tempo atrás, a partir dun proceso histórico de minorización do idioma. Dito proceso, ben coñecido na súa evolución, desligou o galego dos referentes da modernidade e mantívoo no eido das emocións, das tradicións e da familia. Porén, esta orde está cambiando e a empresa ten tamén que adaptarse a eses cambios porque contribuirá a potenciar modelos de negocio baseados na confianza e a crear empresas máis sustentables e comprometidas co desenvolvemento integral da sociedade na que operan. A isto hai que engadirlle que a defensa e o apoio á diversidade lingüística é unha das mellores estratexias para unir unha sociedade e non para dividila.

A lingua constitúe un intanxible de primeira magnitude. A relevancia que o idioma ten para o individuo, o grupo e a comunidade é moi considerable en termos non só comunicativos senón, particularmente, de cohesión social. Por iso, a empresa que opera en Galicia precisa compromiso na aplicación de medidas de xestión, de produción, de márketing e de fidelización que non supoñan a discriminación dunha parte da sociedade polo feito de expresarse en galego. Dito doutro modo, se unha empresa que se instala en Galicia desexa ser responsable, debe adaptarse ás nosas características idiomáticas específicas. Na medida en que as empresas acumulan poder en ámbitos novos (cultura, sociedade, etc.) aumenta tamén a súa responsabilidade. O coñecemento do contorno permite convertelo nun activo que as empresas poden capitalizar. Do contrario, as empresas son tamén responsables das desigualdades e isto acabará penalizándoas social e economicamente.



Toda empresa, grande ou pequena, do sector servizos o da industria, de capital galego ou foráneo, etc, pode contribuír a mudar a imaxe social do galego. Xa que logo, estamos ante un sector capital para mellorar as percepcións que a sociedade ten da lingua, do seu valor no mercado e da súa relevancia cultural.

Se a lingua non forma parte do paradigma da RSE, algunhas empresas que están comprometidas coa RSE e coa excelencia poden deixar de lado aspectos de responsabilidade que fan referencia á lingua, perdéndose unha oportunidade de avanzar.

Polo tanto, como conseguir que os temas de lingua entren na RSE? Partindo de que toda empresa fai, implícita ou explicitamente, xestión lingüística, do que se trata é de iniciar unha reflexión sobre as consecuencias que tería incrementar a visibilidade do galego en termos de compromiso social, mais tamén de concorrência e de reputación.

#### ***4.2 Recomendacións e boas prácticas***

A partir dos resultados da investigación realizada, a continuación dáse de conta das recomendacións para iniciar a incorporación da lingua na materialidade da RSE. Diferéncianse propostas de acción e boas prácticas tendo en conta a diversidade da empresa galega con respecto á RSE e a lingua. En canto ás empresas, fanse recomendacións de distinta índole a partir de indicadores relacionados coa lingua galega e coa incorporación da RSE na empresa. A partir destes indicadores, diferenciamos dous tipos de empresa básicos:

- Tipo I. Empresas que mostran indicadores favorables á lingua galega.
  - Subtipo I1. Nivel básico
  - Subtipo I2. Nivel alto
- Tipo II. Empresas que non mostran indicadores favorables á lingua galega

En cada un deles, a súa vez, hai que contemplar a súa posición con respecto á RSE, diferenciando aquelas que xa incorporan a RSE nas súas dinámicas e aquelas que aínda non están a facer.

Ademais das empresas, achéganse recomendacións tamén para as administracións, tanto relacionadas coa súa actividade interna como coa promoción da RSE no ámbito empresarial.

### *Autodiagnose*

Para determinar o perfil de cada empresa, propónse unha ferramenta de autodiagnose, que recolle seis indicadores relacionados coa presenza do galego na empresa, cada un con cadanseus ítems: a) Administración e dirección da empresa; b) Paisaxe lingüística e comunicación; c) Relación cos clientes; d) Relación cos provedores; e) Relación cos empregados; f) Relación cos outros grupos de interese; e g) Difusión, promoción e divulgación do galego.

Cada pregunta da autodiagnose ten unha opción de resposta diferente. Ben se aplica a dicotomía *Si-Non* (opción A), ben se aplica a elección de lingua (opción B). Ao final de cada pregunta indícase a opción de resposta correspondente. Así, por exemplo para o ítem A1 a opción de resposta é a A, mentres que para o ítem A2 a opción de resposta é a B.

Entendemos como empresa Tipo I1 a toda aquela que sinala polo menos nun dos ítems de cada apartado “Si” na opción A de resposta ou “Galego/as dúas” na opción de resposta B, agás no apartado G, que ao incluír aspectos en si mesmo dun alto compromiso coa lingua galega, é posible que non se cumpra en moitas empresas galegas. Pola súa parte, unha empresa Tipo I2 é aquela que ademais da condición anterior engade algún ítem do indicador G. Unha empresa que non cumpra con ningún dos dous requisitos sinalados será considerada Tipo II.

Táboa 2. Autodiagnose

Ítem		Opción A		Opción B		
		Si	Non	Galego /As dúas	Castelán / Outras	NP
<b>A</b>	<b>Administración e dirección da empresa</b>					
1	Existe unha política lingüística definida/explicita dentro da empresa? (A)					
2	Lingua na que están redactados os estatutos da empresa (B)					
3	Os estatutos da empresa fan algunha referencia favorable á lingua galega? (A)					
4	En que lingua se celebran os Consellos de Administración? (B)					
5	Existe na dirección unha disposición favorable á incorporación do galego na empresa? (A)					
<b>B</b>	<b>Paisaxe lingüística e comunicación</b>					
6	Que linguas se utilizan na sinalética na empresa? (B)					
7	En que linguas está accesible a páxina web da empresa? (B)					
8	Que linguas se utilizan no márketing e na publicidade? (B)					
9	Que linguas se utilizan na etiquetaxe dos produtos que se comercializan en Galicia? (B)					
10	En que linguas está o software que se utiliza na empresa? (B)					
11	Que linguas se utilizan na intranet da empresa? (B)					
<b>C</b>	<b>Relación cos clientes</b>					
12	Que idiomas se utilizan na comunicación escrita cos clientes? (B)					
13	Que idiomas se utilizan na comunicación oral cos clientes? (B)					
14	Respéctase a opción lingüística dos clientes? (A)					
15	Na selección do persoal que ten relación directa co cliente valórase o coñecemento do idioma galego? (A)					
<b>D</b>	<b>Relación cos provedores</b>					
16	Que idiomas se utilizan na comunicación escrita cos provedores? (B)					
17	Que idiomas se utilizan na comunicación oral cos provedores? (B)					
18	Respéctase a opción lingüística dos provedores? (A)					
19	Na selección do persoal que ten relación directa co provedores valórase o coñecemento do idioma galego? (A)					

Ítem		Opción A		Opción B		
		Si	Non	Galego /As dúas	Castelán / Outras	NP
<b>E</b>	<b>Relación cos empregados</b>					
20	Que idiomas se utilizan na comunicación oral cos empregados? (B)					
21	Que idiomas se utilizan na comunicación escrita cos empregados (B)					
22	Facilitase que o empregado utilice a lingua da súa elección? (A)					
23	Garántase a igualdade de oportunidades lingüísticas nos mecanismos de contratación, formación, promoción e retribución das persoas da empresa? (A)					
24	Conta a empresa con mecanismos que favorezan a integración de persoal da realidade sociocultural e lingüística de proximidade? (A)					
<b>F</b>	<b>Relación con outros grupos de interese</b>					
25	En que lingua se interacciona coas administracións galegas (Xunta, Deputación, Concello...)? certificados, cartas, correo-e, etc. (B)					
26	En que lingua se interacciona coas entidades financeiras? (B)					
27	En que lingua se interacciona coas empresas colaboradoras? (B)					
<b>G</b>	<b>Difusión, promoción e divulgación do galego</b>					
28	Úsanse na súa empresa aplicacións tecnolóxicas en lingua galega? (A)					
29	Colabora con algunha entidade que promova a cultura e/ou lingua galega? (A)					
30	Desenvolve actividades de mecenado relacionadas coa cultura e/ou a lingua galega? (A)					
31	Obtivo algunha distinción/premio co uso e/ou difusión da lingua galega no ámbito empresarial? (A)					
32	Que lingua se utiliza nos actos públicos nos que se proxecta a imaxe da empresa en Galicia? (B)					

### Repertorio de boas prácticas

As actividades de RSE integradoras da lingua na súa materialidade son de alcance diverso e dependen, en gran medida, do punto de partida feito na autodiagnose. O repertorio que incluímos a continuación distingue entre boas prácticas ‘de mínimos’, de aplicación inmediata na meirande parte das empresas do tipo II e boas prácticas de

maior alcance, que requiren ritmos de adecuación diferentes segundo as conclusións derivadas da autodiagnose, máis axeitadas para o tipo I.

Estas *boas prácticas* teñen en conta a letra e o espírito da *Lei de Normalización Lingüística* (1983), do *Plan Xeral de Normalización da Lingua Galega* (2004) e da *Carta Europea das Lingua Rexionais ou Minoritarias* (Consello de Europa), asinada polo Estado español en 1991 e ratificada en 2001. Como é ben sabido, a *Carta* é un documento que proporciona orientacións precisas vinculadas coa protección e a promoción das linguas minoritaria. A principal característica deste documento supraestatal é a súa flexibilidade. Cada Estado debe decidir que compromisos asume coas linguas entre un mínimo de 35 e un máximo de 68 (Parte II da *Carta*). Pois ben, o artigo 13 refírese explicitamente á *Vida económica e social*. Entre outros aspectos, establécese un dobre principio de non discriminación por cuestións de lingua e de promoción e fomento do galego nas actividades económicas e empresariais. Neste sentido, a incorporación da lingua na materialidade da RSE está directamente relacionada con este dobre principio.

#### *Boas prácticas dirixidas a empresas tipo I*

---

1. No caso de empresas que xa están desenvolvendo RSE, cómpre trasladar explicitamente as prácticas e actitudes favorables cara a lingua na proposta de RSE que desenvolve a empresa.
2. Traducir ao galego a documentación relevante.
3. Facilitar que o/a empregado/a poida elixir a lingua na que desexa que a empresa se comunique con el/ela a través da incorporación no convenio colectivo dunha cláusula sobre o idioma.
4. Proporcionar as ferramentas informáticas precisas para poder desenvolver o traballo administrativo en lingua galega.
5. Axustar a sinalética da empresa á realidade sociolingüística na que se localiza.
6. Favorecer a formación nas destrezas da lingua galega precisas tanto para o desenvolvemento do traballo como para calquera outra finalidade.
7. Promover a adaptación comunicativa á lingua dos grupos de interese (clientes, provedores, administración, etc.).
8. Facer visible o uso do idioma galego nos actos públicos nos que participe a empresa, incluídos aqueles organizados por asociacións empresariais.
9. Fomentar o mecenado lingüístico, por exemplo apoiando un premio relacionado co patrimonio lingüístico galego en calquera das súas expresións/manifestacións.
10. Sempre que sexa posible, comezar utilizando o galego na comunicación cos clientes.

11. Valorar favorablemente o coñecemento do galego nas ofertas de traballo publicadas nos xornais.
12. Promover o uso do galego nas actividades de márketing e, particularmente, na publicidade.
13. Ter a web en lingua galega e nos casos nos que isto xa ocorre procurar que sexa a primeira opción
14. Fomentar o uso do galego nas redes sociais que utiliza a empresa
15. Cando chegue o momento, incorporar o dominio .gal

#### *Boas prácticas dirixidas a empresas tipo II*

---

En xeral, tratar de satisfacer un ítem de cada un dos apartados da autodiagnose. En todo caso, son boas prácticas básicas, esperables en calquera empresa que opere en Galicia as dúas seguintes:

1. Evitar toda discriminación por cuestións de lingua.
2. Estimular o respecto pola diversidade lingüística

#### *Boas prácticas dirixidas as administracións*

---

Por parte da Administración é preciso coñecer a fondo a demanda do galego nas relacións comerciais por parte da sociedade para divulgar os resultados nos colectivos empresariais. Ademais, é urxente dotarse dunha guía normalizada que asesore ás empresas en termos de incorporar a lingua na RSE, a partir dunha metodoloxía rigorosa. Isto é particularmente esencial entre aquelas que xa son responsables noutras liñas de actuación e que buscan formas de excelencia. Estas empresas, ademais, actuarán como tracción para crear un clima satisfactorio a prol da visibilidade da lingua no sector económico. O desafío é enriquecerse como empresa para enriquecer á sociedade. Mentres isto non acontece, cómpre poñer en práctica unha **experiencia piloto** cunha empresa destas características para analizar as posibilidades de incorporación da lingua na materialidade da RSE.

A Administración tamén pode **vincular parte do gasto público a empresas socialmente responsables**. Desde esta óptica, precísase unha lexislación que faga compatible a contratación pública coa RSE, incluído incentivos sociais, culturais e

lingüísticos na contratación pública. Se ben é certo que a *Lei de Contratos das Administracións Públicas* deixa pouca marxe neste sentido, a futura *Lei de Participación Social e Mecenado* pretende aumentar considerablemente a porcentaxe de desgravación fiscal por investimentos no eido cultural.

Moitas veces, as Administracións non interpretan a lingua como un valor central fóra da educación ou das industrias culturais. Desaproveitase o efecto diferencial. Concíbese a lingua como un asunto sobre o que non é preciso facer políticas no eido da economía, da modernización, da innovación, etc. para non ‘lesionar’ aos castelanfalantes. As empresas que se expresan en galego deben ser recoñecidas pola Administración como empresas responsables. As empresas que usan ‘espontaneamente’ o galego non buscan necesariamente retornos por optar por esa praxe. Cousa distinta é a que Administración sexa sensible con esa praxe.

Entre as propostas que a Xunta de Galicia, nomeadamente a Dirección Xeral de Relacións Laborais a través do *Plan Estratéxico RSE de Galicia (2012-2014)*, está a desenvolver para promover, dinamizar e poñer en valor a RSE, cómpre incluír a lingua e a cultura, en tanto que valores centrais da sociedade galega. Xa que logo, a administración debe aproveitar a súa capacidade de tracción para potenciar a penetración do galego no ámbito da RSE, aproveitando, entre outra cousas, as posibilidades que a propia *Lei de Normalización Lingüística*, no seu artigo 25, contempla para fomentar o uso do galego nas actividades económicas.