

Guia de buenas prácticas

# RSE Y USO DE LA LENGUA CATALANA



Con el apoyo de:





La **Fundació PIMEC** ayuda a las pymes a gestionarse con criterios sociales y éticos, para mejorar su competitividad y así contribuir a un desarrollo social más humano y ambientalmente más sostenible. Desde 2007, fomenta unos valores y una cultura empresarial comprometidos con el entorno para que las pymes y personas autónomas incorporen aspectos de responsabilidad social como factor de competitividad en sus dinámicas empresariales.

Uno de los aspectos clave en la responsabilidad social empresarial es el arraigo de las empresas en el territorio, y en particular con su cultura y su lengua.

**¿Y cómo lo hace?** Facilitando instrumentos y recursos de apoyo a las pymes para que mejoren el uso del catalán en la búsqueda de oportunidades e incluyan la lengua catalana como vehículo para la gestión de la diversidad cultural.

La Guía que os presentamos a continuación es un instrumento práctico destinado a aquellas pymes que queráis avanzar en el uso del catalán desde la óptica de la responsabilidad social en vuestras dinámicas empresariales. Os facilitamos ejemplos de buenas prácticas desde la visión de la legislación actual referente a política lingüística y al entorno empresarial, de modo que os ayuden a implantarlas en vuestras empresas.

Ser sensibles con el entorno social y cultural donde se actúa, estar comprometidos con la diversidad de la clientela, innovar en un escenario que evoluciona constantemente, a la vez que se respeta la normativa vigente, son aspectos que determinan el grado de responsabilidad social de una pyme respecto a la sociedad con la que interactúa.





# Índice

<b>1. Introducción</b>	<b>6</b>
<b>2. Referencias legales</b>	<b>8</b>
<b>3. Recopilación de buenas prácticas por ámbitos:</b>	<b>10</b>
-Atención a la clientela	11
-Marketing y publicidad	12
-Invitaciones a comprar	12
-Etiquetaje y documentos de uso de productos y servicios	13
-Documentos contractuales y de pago	13
-Rotulación	14
-Bares y establecimientos de restauración	14
-Documentos y material promocional	15
-Megafonía	15
-Webs y redes sociales	16
-Paisaje y entorno lingüístico	17
-Relaciones internas en la empresa y otros grupos de interés	18
<b>4. ¿Por qué RSE y uso del catalán?</b>	<b>20</b>



# 1.

## INTRODUCCIÓN

# RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE) Y LENGUA CATALANA

La definición más aceptada de RSE es la que encontramos en el Libro verde para el fomento de un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas (Comisión Europea 2001), según la cual es “la integración voluntaria por parte de las empresas de las cuestiones sociales y medioambientales en las operaciones y en las relaciones con los grupos de interés: clientela, proveedores, trabajadores, accionistas, la comunidad en la que opera”.

La RSE implica la aplicación de un estilo de gestión de las empresas orientada a incrementar su competitividad y a fomentar su desarrollo sostenible, al mismo tiempo que contribuyen a mejorar la sociedad.

## La RSE se caracteriza porque:

1. Es una **práctica voluntaria** que se basa en el compromiso de las empresas con la sociedad.
2. Se ha de desarrollar a partir de la **normativa vigente aplicable** y no ha de ir más allá.
3. Se fundamenta en el **desarrollo sostenible**, relacionando el crecimiento económico con la protección del medio ambiente y las iniciativas sociales.
4. Es una **práctica transversal**, en todas las áreas de gestión y ámbitos de actuación de las empresas.
5. Se basa en la **transparencia y la participación** de todas las partes implicadas, por parte de la empresa y de sus públicos.

Aunque la RSE se puede aplicar a cualquier tipo de empresa, en función del volumen, el área de actividad, las características internas o el entorno donde operan pueden priorizar unos aspectos u otros.

Respecto a la lengua catalana, su uso y la gestión consecuente de las demás lenguas es uno de los puntos de RSE a considerar en un territorio como el nuestro, con una gran diversidad cultural y lingüística.

Si las empresas utilizan el catalán de manera consciente como lengua propia del país, así como las demás lenguas como instrumento de comunicación, se posicionan respecto de su entorno y de sus públicos con un valor añadido de prestigio, calidad y buen servicio.

Además, se muestran como empresas:

- **arraigadas** en el territorio;
- **dinámicas, abiertas y sensibles** con el entorno social y cultural del país;
- **respetuosas** con la legislación vigente y con la diversidad del mercado;
- **preparadas** para atender correctamente sus públicos;
- **innovadoras** y con visión de futuro en un entorno socioeconómico cambiante.



# 2.

## **REFERENCIAS LEGALES**



### Normativa general

- Llei orgànica 6/2006, de 19 de juliol, de reforma de l'Estatut d'autonomia de Catalunya
- Llei 1/1998, de 7 de gener, de política lingüística
- Llei 22/2010, de 20 de juliol, del Codi de consum de Catalunya
- Reial decret legislatiu 2/2015, de 23 d'octubre, pel qual s'aprova el text refós de la llei de l'estatut dels treballadors
- Reial decret legislatiu 5/2000, de 4 d'agost, pel qual s'aprova el text refós de la Llei sobre infraccions i sancions en l'ordre social, amb modificacions
- Decret 348/2001, de 4 de desembre, pel qual es regulen els centres de bronzejat artificial, amb modificacions
- Ordre de 16 de desembre de 1999 per la qual es regula el funcionament dels establiments dedicats a la neteja tèxtil
- Reial decret 1334/1999, de 31 de juliol, pel qual s'aprova la Norma general d'etiquetatge, presentació i publicitat dels productes alimentaris
- Llei 18/1997, de 13 de maig, de modificació de l'article 8 de la Llei del contracte d'assegurança per garantir la plena utilització de totes les llengües oficials en la redacció dels contractes

### Normativa específica

- Decret 121/2013, de 26 de febrer, pel qual es regulen els fulls oficials de queixes, reclamació i denúncia en les relacions de consum
- Decret 159/2012, de 20 de novembre, d'establiments d'allotjament turístic i d'habitatges d'ús turístic
- Decret 112/2010, de 31 d'agost, pel qual s'aprova el Reglament d'espectacles públics i activitats recreatives
- Llei 20/2010, de 7 de juliol, del cinema, amb modificacions
- Llei 26/2006, de 17 de juliol, de mediació d'assegurances i reassurances privades
- Decret 32/2005, de 8 de març, pel qual es regula la senyalització de les limitacions en la venda de begudes alcohòliques
- Decret 290/1995, de 28 de setembre, pel qual es regulen determinades activitats de prestació de serveis a domicili
- Decret 317/1994, de 4 de novembre, pel qual s'estableixen normes sobre l'ordenació i la classificació dels establiments de restauració
- Decret 168/1994, de 30 de maig, de reglamentació de les agències de viatge, amb modificacions
- Ordre de 25 de juny de 1992 sobre documents de control de transport de viatgers per carretera
- Reial decret 1468/1988, de 2 de desembre, pel qual s'aprova el reglament d'etiquetatge, presentació i publicitat dels productes industrials destinats a la seva venda directa als consumidors i usuaris

A hand is shown in silhouette, holding a bright, glowing orb that resembles a sun or a planet. The background is a vibrant sunset or sunrise sky, transitioning from deep purple at the top to bright orange and yellow near the horizon. The hand is positioned in the upper right quadrant, with the fingers curled around the orb. The overall mood is inspirational and hopeful.

**3.**

**RECOPILACIÓN  
DE BUENAS  
PRÁCTICAS POR  
ÁMBITOS**

La guía que tenéis en vuestras manos está estructurada por ámbitos genéricos de actividad cotidiana de las empresas. En cada uno de los apartados se presenta, por un lado, lo que establece la normativa lingüística y, por otro, una propuesta de buenas prácticas.

Los ámbitos seleccionados han sido:

- Atención a la clientela
- Marketing y publicidad
- Invitaciones a comprar
- Etiquetaje y documentos de uso de productos y servicios
- Documentos contractuales y de pago
- Rotulación

- Bares y establecimientos de restauración
- Megafonía
- Relaciones internas en la empresa y otros grupos de interés

Además, también se han incorporado tres ámbitos que no están regulados por ley, pero en los que el uso de la lengua catalana aporta a las empresas un valor añadido de arraigo en el territorio y calidad en el servicio. Son estos:

- Documentos y material promocional
- Webs y redes sociales
- Paisaje y entorno lingüístico

## ATENCIÓN A LA CLIENTELA

- oral (presencial y telefónica)
- escrita (en papel y correo electrónico)

### Normativa

Las empresas han de atender en catalán a la clientela, si ésta es la lengua que escogen las personas consumidoras, tanto de forma oral como escrita.

### Buenas prácticas

- Todos los trabajadores y trabajadoras de la empresa que atienden al público han de entender y hablar catalán.
- Si es la empresa quien contacta con la clientela, hacerlo inicialmente en catalán.
- Si la clientela se dirige a la empresa por escrito en catalán, responder siempre en esta lengua.
- En el caso de envíos escritos no personalizados, utilizar el catalán inicialmente.
- Si la empresa hace un mismo envío escrito para todo el Estado español, garantizar la presencia del catalán (y del resto de lenguas oficiales).
- Atender a la clientela siempre en catalán, sin presuponer que no lo entiende por el hecho de utilizar el castellano.

## MARKETING Y PUBLICIDAD

- vía pública
- medios de comunicación (escritos, radiofónicos, televisiones, webs, redes sociales...)
- publicidad en el correo
- otros

### Normativa

Las empresas han de utilizar el catalán en la publicidad si se trata de una invitación a comprar (es decir, si aparece el precio del producto/servicio junto a la imagen o indicaciones correspondientes).

En la vía pública, el uso del catalán en la publicidad está regulado por los reglamentos municipales (puede ser obligatorio o no, u obligatorio según los formatos publicitarios).

Si la empresa es pública o tiene una concesión de la Generalitat de Catalunya o de una Administración local debe hacer toda la publicidad en catalán.

### Buenas prácticas

- En la publicidad en la vía pública, utilizar siempre al menos el catalán.
- En los folletos, catálogos y propuestas en los correos, utilizar el catalán en el territorio de Cataluña, y hacer una versión plurilingüe para otras zonas del Estado español.
- En la publicidad en los medios de comunicación utilizar el catalán, aunque la lengua del medio sea otra, si se dirige al público del territorio de Cataluña.
- Utilizar siempre al menos el catalán en la publicidad dirigida al territorio de Cataluña.

## INVITACIONES A COMPRAR

- catálogos
- folletos de distribución
- listas de precios
- otros

### Normativa

Las empresas han de utilizar el catalán en las invitaciones a comprar (es decir, si aparece el precio del producto/servicio).

### Buenas prácticas

- Tener en catalán toda la documentación informativa o publicitaria destinada a las personas consumidoras, aunque no aparezca el precio del producto/servicio.
- La clientela ha de poder acceder fácilmente a la versión en catalán de las ofertas de servicio que se distribuyen en el mismo establecimiento.
- Si las ofertas de servicio se hacen llegar al domicilio de la clientela, distribuir inicialmente la versión en catalán.

## ETIQUETAJE Y DOCUMENTOS DE USO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

- etiquetaje
- instrucciones
- manuales de uso
- garantías
- embalajes
- otros

### Normativa

Las empresas han de utilizar el catalán en los datos obligatorios del etiquetaje, instrucciones y embalaje de los productos/ servicios que se distribuyen en Cataluña.

Todos los datos (obligatorios o no) del etiquetaje, instrucciones y embalajes de los productos catalanes artesanales, con denominación de origen o con sello de calidad que se distribuyen en Cataluña, han de estar como mínimo en catalán.

### Buenas prácticas

- Utilizar el catalán en el resto de informaciones no obligatorias de los productos/ servicios destinados al territorio de Cataluña.
- En el caso de productos que se distribuyen también en el resto del Estado español se puede optar por separar stocks (y etiquetarlos en catalán o castellano según destino) o utilizar un etiquetaje multilingüe (sin olvidar que como mínimo los datos básicos han de constar en catalán).

## DOCUMENTOS CONTRACTUALES Y DE PAGO

- contratos
- facturas
- precontratos
- condiciones generales
- resguardos de depósito
- recibos
- presupuestos
- pedidos
- otros

### Normativa

Las empresas han de tener en catalán todos los contratos, facturas, documentación contractual en general, presupuestos, resguardos de depósito o documentación que hagan referencia o deriven de los mismos.

También han de tener en catalán la garantía de los productos, los contratos de adhesión, los contratos con cláusulas tipo y los contratos normales.

Algunas normativas específicas afectan a empresas como:

- empresas de servicio público
- alojamientos turísticos
- entidades financieras y de seguros
- agencias de viajes
- empresas de instalaciones, reformas, mantenimiento y reparación de bienes de naturaleza duradera y de la vivienda, y otras prestaciones a domicilio

### Buenas prácticas

- Utilizar el catalán en este tipo de documento y entregarlo por defecto a la clientela, así como dar la opción de recibir esta documentación también en castellano.

## ROTULACIÓN

- rótulos y carteles en los establecimientos abiertos al público
- rótulos de secciones
- señalizaciones
- carteles de ofertas
- rótulos y listas de precios
- información de los productos en exposición
- tablón de anuncios
- horarios
- otros

### Normativa

Las empresas han de utilizar como mínimo el catalán en las señalizaciones y los rótulos y carteles de carácter fijo (rótulos de actividad, listas de precios y servicios, rótulos de entrada y salida, horarios, indicaciones de secciones, nombres de las secciones, plafones informativos, rótulos de información de los productos...), así como en los rótulos de precios de los productos.

La obligatoriedad no afecta al nombre del establecimiento, ya que es una marca, pero sí a las indicaciones de actividad complementarias que lo acompañan y no están protegidas por la legislación de la propiedad industrial.

### Buenas prácticas

- Utilizar como mínimo el catalán en toda la rotulación (fija, variable, estacional, y sobre todo en los avisos puntuales o plafones luminosos de anuncios e información).
- Si se utiliza rotulación bilingüe o plurilingüe (o rotulación en dos lenguas o más), situar el catalán en primer lugar y/o de forma preeminente.

## BARES Y ESTABLECIMIENTOS DE RESTAURACIÓN

- listas de precios expuestos
- cartas y menús

### Normativa

Los restaurantes y los bares han de tener como mínimo en catalán la información que acompaña los precios de los productos y las listas de servicios, tanto en el interior como en el exterior del establecimiento.

También han de tener al menos en catalán la carta de platos, vinos y bebidas, y el menú.

Los hoteles y establecimientos de alojamiento turístico tienen las mismas obligaciones que los restaurantes, y también la información de los precios ha de estar como mínimo en catalán.

### Buenas prácticas

- Exponer todas las informaciones de los establecimientos como mínimo en catalán.
- En el caso de dar las informaciones en más de una lengua, tener en cuenta que la versión en catalán aparezca en primer lugar y/o de manera preeminente.
- Disponer de versiones plurilingües de las cartas y menús, teniendo en cuenta que el catalán aparezca siempre en primer lugar.

## DOCUMENTOS Y MATERIAL PROMOCIONAL

- merchandising y material promocional
- hojas de reclamaciones y sugerencias
- encuestas y formularios
- otros

### Normativa

No hay normativa específica.

### Buenas prácticas

Garantizar la presencia de la lengua catalana por ejemplo en:

- tiques de compra, de devolución...
- avisos e informaciones al público (de limpieza, de incidencias, seguridad...)
- carteles e informaciones sobre ofertas, rebajas, promociones, oportunidades...
- documentos por rellenar (hojas de registro, encuestas, hojas de sugerencias...)
- revistas de promoción del establecimiento, de los productos...
- vales de compra, tarjetas de fidelización, de descuento, tarjetas regalo...
- material promocional (bolsas de la compra, bolsas de azúcar, toallas y servilletas de papel, bolígrafos, gorras...)
- pantallas digitales publicitarias e informativas, y plafones móviles
- tiques y aparatos de turno de espera
- tarjetas de presentación del personal de la empresa

## MEGAFONÍA

### Normativa

Las empresas que ofrecen servicios públicos han de utilizar como mínimo el catalán en la megafonía.

### Buenas prácticas

- Utilizar como mínimo y en primer lugar el catalán en todas las informaciones que se den por megafonía, independientemente del tipo de establecimiento y de servicio, y del público al que se dirige (interno o externo).

## WEBS Y REDES SOCIALES

### Normativa

Las empresas no están obligadas por ninguna normativa a tener la web en catalán, ni a utilizarlo en las redes sociales, pero hay que tener en cuenta que en estos medios también se ha de aplicar lo que prevé la normativa lingüística en cuanto a la atención a la clientela y las invitaciones a comprar.

### Buenas prácticas

- Tener una web multilingüe que contenga la opción de la lengua catalana fácilmente accesible para las personas que la visiten.
- Velar para que los contenidos en las diferentes lenguas sean los mismos en una web multilingüe, o al menos los que corresponden a la lengua catalana y castellana, aunque puedan ser resumidas en otras lenguas.
- Hacer que al consultar en la web la opción de la lengua catalana aparezca por defecto, especialmente en el caso de las empresas ubicadas en el territorio de Cataluña y que prioritariamente venden u ofrecen sus productos /servicios.
- Utilizar un dominio .cat, especialmente en el caso de las empresas ubicadas en el territorio de Cataluña y que prioritariamente venden u ofrecen sus productos/servicios.
- En las redes sociales, utilizar de manera equilibrada y equivalente catalán y castellano (y, si es necesario, el inglés), y priorizar el uso de la lengua catalana en el caso de las empresas ubicadas en el territorio de Cataluña y que prioritariamente venden u ofrecen sus productos/servicios.
- Si el público se dirige a la empresa en catalán a través de la web o las redes sociales, responder siempre en esta lengua.
- Dar acceso desde la web a las diferentes versiones lingüísticas de documentos extensos y de los cuales no se dispone de versión en papel (por ejemplo, catálogos, manuales de uso, instrucciones...), especialmente la versión en catalán en el caso de productos elaborados o fabricados por empresas de fuera de Cataluña.



## PAISAJE Y ENTORNO LINGÜÍSTICO

- salas de espera
- lugares de atención al público

### Normativa

No hay normativa específica.

### Buenas prácticas

Garantizar la presencia de la lengua catalana por ejemplo en:

- revistas y diarios en una sala de espera o recepción
- música ambiental
- canales de televisión
- máquinas expendedoras
- etiquetaje de productos de otros proveedores a la venta
- software de los ordenadores

## RELACIONES INTERNAS DE LA EMPRESA Y CON OTROS GRUPOS DE INTERÉS

### Normativa

Los rótulos y las informaciones de carácter fijo en el interior de los centros laborales dirigidos a las personas que trabajan han de estar como mínimo en catalán.

Las empresas concesionarias de un servicio de una Administración pública de Cataluña o de una empresa de la que dependen han de utilizar el catalán tanto en las relaciones internas como en las relaciones con la Administración.

Los convenios colectivos de trabajo son válidos en cualquiera de las dos lenguas oficiales y se han de redactar en la lengua que acuerden las dos partes. Si no hay acuerdo, se han de redactar en catalán y castellano y en ejemplares separados.

En el Estado español las empresas no han de discriminar a las personas trabajadoras por razones de lengua.

### Buenas prácticas

- Velar por el derecho de las personas trabajadoras a desarrollar normalmente sus tareas en catalán, como lengua propia del territorio donde se ubica la empresa.
- Promover y favorecer el aprendizaje de la lengua catalana por parte de las personas trabajadoras como un factor clave de socialización, de mejora de sus relaciones, de pertenecer al grupo y de productividad.
- Considerar como objetivo estratégico de la empresa el fomento del uso del catalán a nivel interno.
- Fomentar el uso del catalán en el paisaje interno y de uso de las personas trabajadoras: rotulación, señalización, avisos, mensajes orales y escritos, correos electrónicos, Intranet, etiquetas de armarios y librerías, aplicaciones informáticas y rotulación de las máquinas, comandos, paneles y pantallas, tarjetas personales de las personas trabajadoras, carpetas y material de uso interno, archivadores, fotocopiadoras, diarios y revistas que se reciben, software interno y productos informáticos y de comunicaciones, móviles, instrumentos de corrección y diccionarios instalados en los ordenadores, navegadores de Internet, informaciones de seguridad...
- Tener en cuenta requisitos lingüísticos (como por ejemplo una actitud favorable hacia el fomento de la lengua catalana) en la subcontratación de servicios a otras empresas.



A hand in a blue suit sleeve points towards a document with various charts and graphs. The document includes a line graph, a pie chart, and a bar chart. The background is a bright, modern office setting with large windows and colorful sticky notes.

# 4. ¿POR QUÉ RSE Y USO DEL CATALÁN?

**Porque más de 10 millones de personas saben hablar catalán en los territorios de lengua catalana.**

Porque el 94,3% de la población adulta entiende el catalán; el 80,4% lo sabe hablar; y el 82,4% lo sabe leer.

**Porque el 66,3% de alumnos del Consorci per a la Normalització Lingüística son nacidos en el extranjero.**

Porque el 44,3% de la población adulta tiene interés en aprender el catalán o en mejorar sus conocimientos.

**Porque hay 117 largometrajes doblados y 579 subtítulos al catalán.**

Porque el 42,9% de los libros vendidos en Cataluña están escritos en catalán.

**Porque la radio es el medio con más audiencia en catalán, con un 68,7%; y más del 50% de los lectores de diarios lo hacen en catalán.**

Porque 142 universidades ofrecen estudios de catalán en todo el mundo.

**Porque el 75,7% de los grados universitarios y el 55,7% de los másteres se imparten en catalán.**

Porque de las 10 webs más consultadas en Cataluña, 9 están escritas en catalán.

**Porque el 48,9% de las marcas con más notoriedad en Cataluña tienen la web disponible en catalán.**

Porque el 66,7% de los consumidores catalanes quieren el etiquetaje en catalán.



*Esta guía es una acción destinada a promover el uso de la lengua catalana en Cataluña en el ámbito laboral y empresarial promovida por la **Fundació PIMEC** y con el apoyo del Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya (2017)*



### **Para saber más:**

¡LLÁMANOS Y TE AYUDAREMOS a avanzar en el uso del catalán desde la óptica de responsabilidad social en tu empresa!!!!

FUNDACIÓ PIMEC  
Tel. 93 4964500  
secretaria@fundaciopimec.org

**fundaciopimec.org**

