

**Els usos lingüístics en les empreses associades a l'Institut de
l'Empresa Familiar**

Estudi encarregat per la Direcció General de Política Institut de Sociolingüística
Catalana

Desembre de 1999

RPEEO 76



ELS USOS LINGÜÍSTICS EN LES EMPRESES ASSOCIADES A L'INSTITUT DE L'EMPRESA FAMILIAR

Enquesta d'usos i opinions

Institut de Sociolingüística Catalana
Direcció General de Política Lingüística
Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya

**Amb la col·laboració de
l'Institut de l'Empresa Familiar**

Desembre 1999
Referència: 12.339

INSTITUT



Direcció

Enric Renau i Permanyer

Direcció del projecte

Bibiana Bastardes i Ramos

Equip tècnic Àrea Empresa

Jordi Mitjana i Farré

	Pàgina
I. Introducció	1
I.1. Presentació	2
I.2. Objectius	3
I.3. Metodologia	4
II. Marc de referència.....	6
III. Ús empresarial del català a Catalunya.	14
III.1. Ús empresarial del català	15
III.2. Atenció directa al públic	18
III.3. Imatge corporativa i retolació exterior	21
III.4. Comunicació i retolació internes	23
III.5. Publicitat i comunicació escrita amb clients i proveïdors	28
III.6. Directrius lingüístiques internes.....	35
IV. Actituds i valoració de l'ús del català en les empreses.....	36
IV.1. Evolució i valoració de l'ús del català	37
IV.2. Motivacions i frens envers l'ús del català.....	41
IV.3. Interès d'incrementar l'ús del català.....	45

	Pàgina
V. Avaluació de la política lingüística	47
V.1. Notorietat i viabilitat del Conveni	48
V.2. Grau d'acord amb la política lingüística	49
VI. Conclusions	52
VII. Annex	55
VIII.1. Perfil de les empreses i dels seus responsables	56
VIII.2. Empreses que conformen la mostra	62
VIII.3. Qüestionari.....	63

I. Introducció

I.1. Presentació

- ❑ Des de l'aprovació el mes de gener de l'any 1998 de la nova Llei de Política Lingüística, el Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya, i concretament la seva Direcció General de Política Lingüística, ha buscat la col·laboració dels diferents sectors empresarials del país per a la seva implantació.

En aquesta ocasió, el Departament de Cultura, a través de la signatura d'un conveni amb l'Institut de l'Empresa Familiar, pretén implicar a les grans empreses familiars catalanes que hi estan associades, en el progressiu acompliment de la nova llei aprovada pel Parlament de Catalunya.

- ❑ En aquest marc s'aprova la realització del present estudi que pretén conèixer i retratar l'estat actual de la llengua catalana en aquestes empreses, així com conèixer llur predisposició envers la normalització lingüística.
- ❑ Per a la realització del present estudi, l'Institut DEP ha comptat amb la plena col·laboració de l'Institut de l'Empresa Familiar (IEF) el qual ha facilitat el contacte amb els seus associats.

De la mateixa manera, cal destacar la bona receptivitat i col·laboració rebuda des de les empreses que han participat en l'estudi. Aquest fet ha suposat la realització d'un important nombre d'entrevistes, així com haver pogut comptar amb els alts càrrecs directius com a interlocutors.

També cal agrair a la Direcció General de Política Lingüística que continuï confiant en l'Institut DEP com a empresa especialitzada en estudis i informació en l'àmbit lingüístic, i la col·laboració tècnica dels Srs. Miquel Strubell i Joan Solé de l'Institut de Sociolingüística Catalana d'aquesta Direcció General.

I.2. Objectius

- L'objectiu general d'aquest projecte és fer un retrat de la situació actual del català en les empreses catalanes o amb una important implantació en el país, associades a l'IEF. De manera més detallada, els objectius són els que segueixen.
 - Conèixer els usos lingüístics en aspectes com:
 - ✓ Imatge corporativa i retolació exterior
 - ✓ Publicitat (anuncis premsa, ràdio i televisió)
 - ✓ Opuscles i catàlegs
 - ✓ Formularis i factures
 - ✓ Nòmines i contractes de treball
 - ✓ Atenció directa al públic i telefònica
 - ✓ Comunicació escrita amb el client
 - ✓ Comunicació interna oral
 - ✓ Comunicació interna escrita
 - Conèixer les expectatives de les empreses pel que fa a l'augment de l'ús del català.
 - Detectar els motius que addueixen les empreses per utilitzar el català o no fer-ho.
 - Conèixer l'opinió sobre la política lingüística de la Generalitat de Catalunya entre aquestes empreses.
 - Avaluar l'interès en utilitzar tot un seguit de serveis lingüístics oferts des de la Direcció General de Política Lingüística per part de les empreses

B. Lectura de taules

- El present informe pretén fer una descripció de les dades obtingudes en l'estudi, però en cap cas una valoració d'aquestes.
- Per últim, com a guia de lectura de les dades que apareixen en les taules de l'informe cal tenir present el següent:
 - Les dades de les taules estan en percentatge i la seva lectura és vertical.
 - Les taules sempre expressen el total de les respostes, i s'exclouen els resultats parcials per segments, atesa la petita dimensió de la mostra i per tant de les bases de resposta dels diferents segments.
 - Les dades ombrejades ressalten els valors més destacats.

II. Marc de referència

A. Distribució de les vendes

- Es tracta d'organitzacions que venen principalment al mercat espanyol (45%). No obstant això, cal destacar la importància que per aquestes empreses té el mercat català i per tant l'important pes que tenen les vendes a Catalunya (36%).
- Per últim, destaca el fet que l'exportació suposa una part petita però rellevant de les vendes d'aquestes empreses.

Taula 1: Perfil mitjà de la distribució de les vendes

Vendes	Total
Locals i comarcals	1,6
Resta de Catalunya	34,7
Resta d'Espanya	44,8
Resta d'Europa i del món	16,7
Ns/Nc	2,2
<i>Total</i>	<i>100</i>
<i>Base</i>	<i>45</i>

- Per tot això, més del 90% de les empreses estudiades no destina cap percentatge de les seves vendes al mercat local o comarcal.

Així mateix, mentre que gairebé cinc de cada deu empreses factura més del 50% de la seva producció a la resta d'Espanya, al mercat català tan sols ho fan dues de cada deu, i només el 9% de les empreses venen més del 50% a l'estranger.

Taula 2: Del total de vendes de la seva empresa quin és el percentatge aproximat de vendes ...?

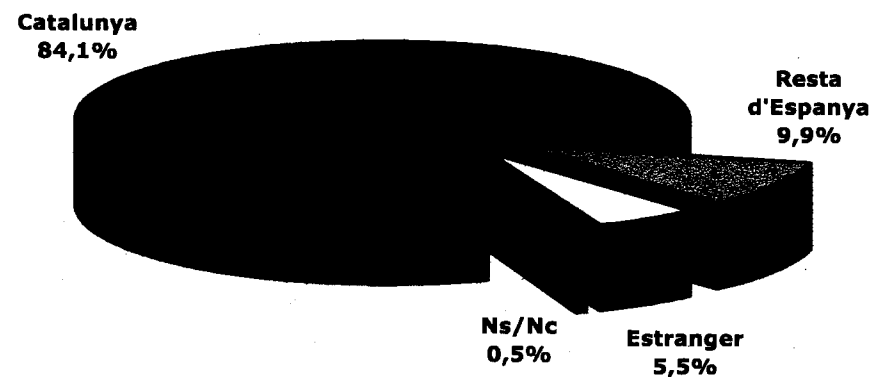
Vendes	Locals comarcals	Resta Catalunya	Resta d'Espanya	Resta d'Europa i del món
0%	91,1	4,4	11,1	33,3
1-25%	6,7	51,1	15,6	44,4
26-50%	-	24,4	26,7	13,3
51-75%	2,2	4,4	40,0	6,7
76-100%	-	15,6	6,7	2,2
Base	45	45	45	45

B. Origen del capital de l'empresa

- En relació a la propietat del capital de les empreses familiars estudiades, destaca que és catalana en la seva major part.

De la mateixa manera, el 10% del capital prové de la resta de l'estat espanyol, mentre que tan sols el 6% és estranger.

Quin és l'origen del capital de la seva empresa?



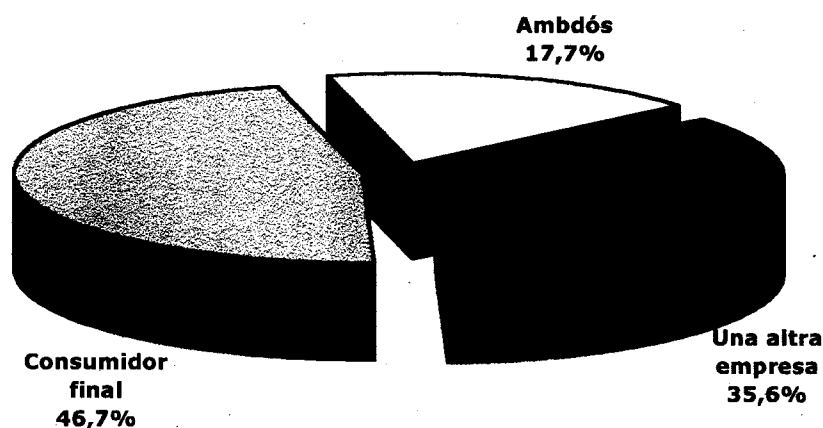
C. Destinatari del producte

- Un tret que defineix qualsevol empresa i que té importants implicacions lingüístiques, és la tipologia dels seus clients, donat que farà variar a l'empresa la seva manera de comunicar-se.

Entre les empreses objecte de l'estudi hi ha dues tipologies clarament diferenciades, el 47% d'aquestes té com a destinatari exclusiu dels seus productes el consumidor final, i el 36% ven a altres empreses.

Així mateix, el 18% d'aquestes empreses combina les dues estratègies comercials.

Qui és el destinatari final dels seus productes?



D. Sectors

- ❑ Les empreses associades a l'Institut de l'Empresa Familiar són majoritàriament industrials (69%), tot i que també estan representades les del sector serveis (24%) i de la construcció (7%).

Taula 3: Sector empresarial de les empreses

Sector	Absolut	%
Alimentació	8	17,8
Indústria farmacèutica	4	8,9
Banca i assegurances	3	6,7
Begudes	3	6,7
Confecció i gèneres de punt	3	6,7
Construcció i immobiliàries	3	6,7
Hosteleria i turisme	3	6,7
Tèxtil	3	6,7
Editorial, premsa i mitjans	2	4,4
Material de construcció	2	4,4
Transports i logística	2	4,4
Distribució	1	2,2
Indústries manufactureres diverses	1	2,2
Joieria, bijuteria i rellotgeria	1	2,2
Fabricació de material de transport	1	2,2
Material elèctric	1	2,2
Perfumeria i detergents	1	2,2
Pintures	1	2,2
Publicitat i màrqueting	1	2,2
Siderometalúrgia	1	2,2
TOTAL	45	100

E. Patrocini cultural

- Vuit de cada deu empreses ha patrocinat recentment a Catalunya alguna activitat cultural, entesa en un sentit ampli. És tracta per tant, d'empreses amb relació amb el país.**

De totes les activitats patrocinades, el 33% són musicals, principalment relacionades amb el Gran Teatre del Liceu i amb el Palau de la Música Catalana.

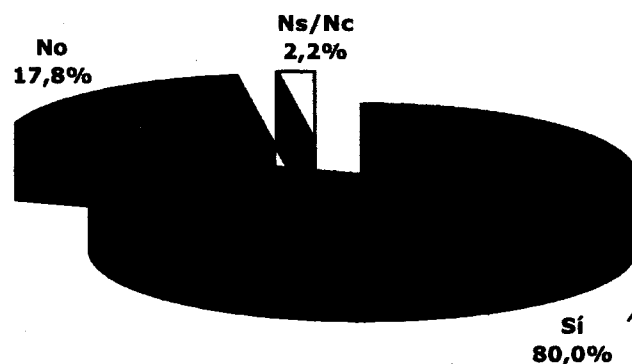
També les festes majors de pobles o ciutats catalanes, els esports, les arts plàstiques, on cal destacar el MACBA, la universitat i el teatre, són activitats patrocinades per aquestes empreses.

Amb una menor freqüència les empreses col·laboren amb organitzacions com Metges Sense Fronteres o Greenpeace, així com amb hospitals i fundacions mèdiques.

El 14% del patrocini es destina a fundacions de caire divers, com la Fundació La Caixa, la Fundació Jaume I, la Fundació Tecla (Ajuntament de l'Hospitalet de Llobregat), la Fundació F.C. Barcelona, o d'altres creades per les pròpies empreses entrevistades.

Finalment, al voltant del 40% de les empreses patrocina activitats molt locals i de tarannà molt divers com la Televisió d'Olot, el mercat de la Boqueria, un concurs de redacció, activitats de disseny o de castellers.

La seva empresa participa o ha participat en els darrers 3 ó 4 anys en alguna activitat de patrocini cultural a Catalunya?



Taula 4: Em podria dir en quin/es ...?

Tipus de patrocini	Total
Música	33,3
Festes majors	22,2
Esports	22,2
Arts plàstiques	19,4
Universitat / investigació	16,7
Teatre	13,9
Associacions d'ajuda social o ecologistes	8,3
Activitats mèdico - sanitàries	8,3
Altres fundacions	13,9
Altres	38,9
Base	36

MÚLTIPLE

III. Ús empresarial del català a Catalunya

III.1. Ús empresarial del català

- L'ús del català, a Catalunya, en les empreses estudiades varia considerablement en funció de la tasca que es realitza.** Així doncs, mentre que la presència del català és força baixa en alguns aspectes, en d'altres és majoritària.
- No obstant això, en tan sols dos aspectes dels estudiats és majoritari l'ús habitual (sempre o sovint) del català. Aquests dos aspectes són l'atenció directa i telefònica, i la comunicació interna oral.
- En tots els altres aspectes, l'ús habitual del català no arriba al 50% de les empreses, tot i que també aquí és donen moltes diferències.

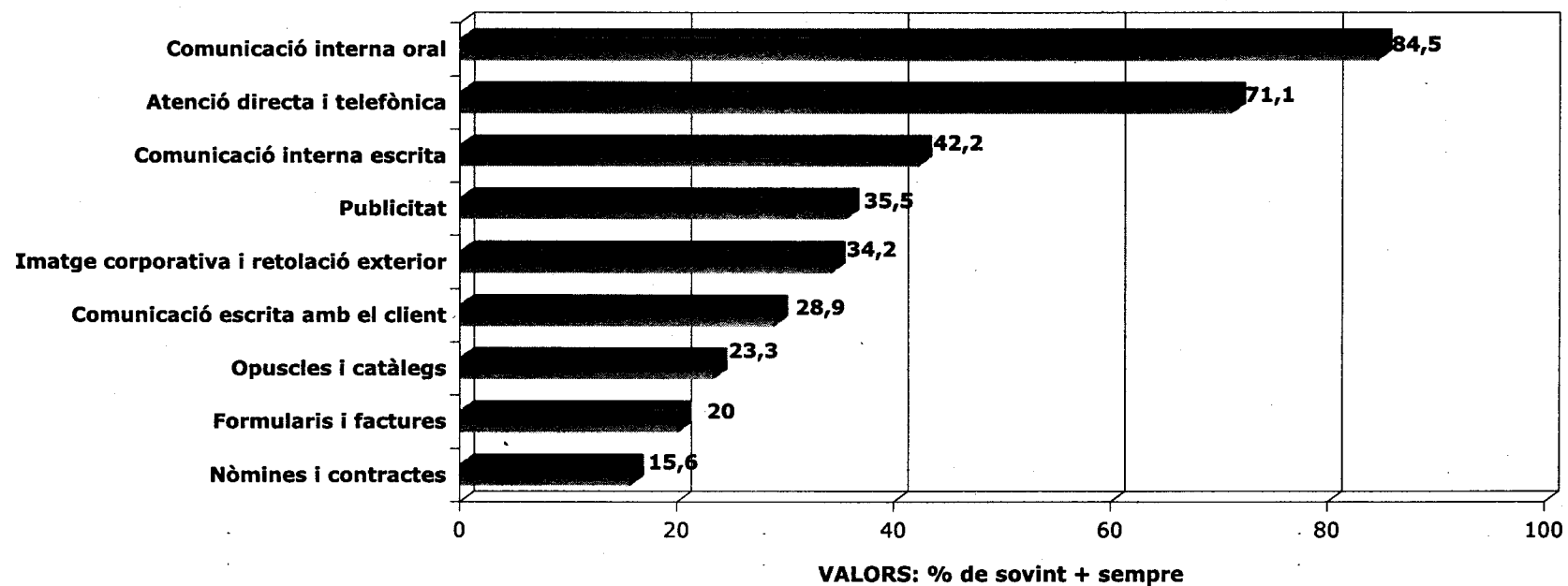
El 42% de les empreses utilitza el català sovint o sempre en la comunicació interna escrita.

Al voltant del 30% de les companyies acostuma a utilitzar el català sempre o sovint en la comunicació escrita amb el client, en la imatge corporativa i la retolació exterior, i la publicitat a Catalunya.

Al voltant del 20% de les empreses acostuma a utilitzar la llengua catalana en les nòmines, els contractes, els formularis i les factures, i els opuscles i catàlegs destinats a Catalunya.

- És evident que en tots aquests casos el català comparteix el seu ús amb una altra llengua, la castellana.

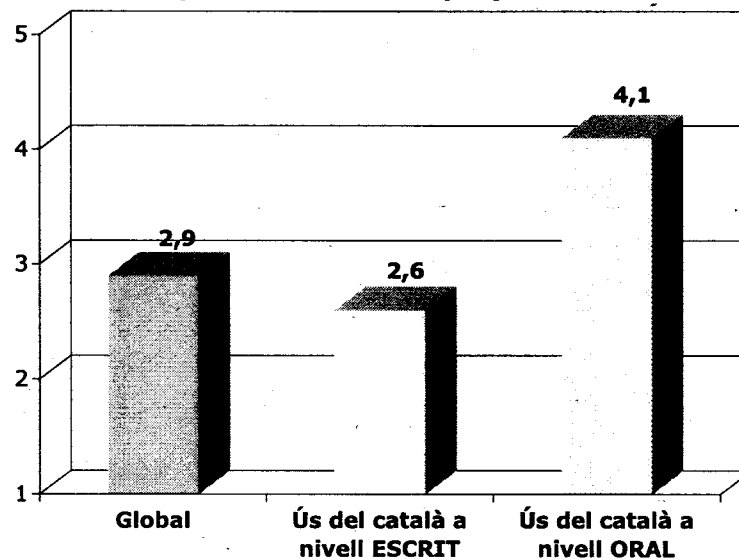
A Catalunya, quin és el grau d'utilització del català en la seva empresa, en ...?



- Hi ha una clara relació entre l'ús del català i el tipus de comunicació que es realitza. Així doncs, quan aquesta comunicació és oral⁴, i en certa manera també menys formal, augmenta espectacularment el seu ús, mentre que quan la comunicació és escrita⁵ i també més formal, l'ús del català en aquestes empreses disminueix considerablement.

La llengua en aquestes empreses té una doble vessant. **La llengua de comunicació informal i espontània és el català però sembla que s'utilitza la llengua castellana per a mantenir comunicacions més formals o institucionals.**

**Mitjana d'ús del català
(De 1 Mai a 5 Sempre)**



⁴ S'ha considerat comunicació oral l'atenció directa i telefònica i la comunicació interna oral.

⁵ S'ha considerat comunicació escrita la resta. Cal dir que en aquest grup hi ha la publicitat que pot ser tant escrita com oral però s'ha entès que amb major freqüència és del primer tipus.

III.2. Atenció directa al públic

- **Més del 70% de les empreses que han format part de la mostra de l'estudi utilitza sempre o sovint el català en l'atenció directa i telefònica a Catalunya.**

Donat que aquesta comunicació representa sovint el primer contacte de l'empresa amb l'exterior, i per tant la imatge d'aquesta, el fet que s'utilitzi tan sovint el català fa pensar que **les empreses estan interessades en donar una imatge de catalanitat a l'exterior.**

Taula 5: Quin és el grau d'utilització del català a la seva empresa, en l'atenció directa al públic i l'atenció telefònica?

Grau d'utilització del català	Total
Sempre	40,0
Sovint	31,1
Algunes vegades	17,8
Poc	4,4
Mai	6,7
MITJANA	3,4
Base	45

MITJANA (D'1 Mai a 5 Sempre)

- Les dades provinents de l'observació de l'ús de la llengua entre telefonistes, secretaris/es i entrevistats/des, confirmen que el català s'utilitza amb una elevada freqüència.

No obstant això, cal destacar que en el cas dels contestadors automàtics, hi ha una tendència a l'ús superior del castellà. Això es deu probablement al fet que l'espontaneïtat de la persona es supleix per la formalitat de la màquina, i com s'ha exposat anteriorment, com més formal és la comunicació, menor és l'ús del català.

- El fet que l'ús de català augmenti a mesura que augmenta el nivell de responsabilitat de la persona, es pot explicar perquè la llengua es va adequat a l'interlocutor, en aquest cas l'entrevistador.

Taula 6: En quina llengua ha realitzat l'atenció telefònica la/el ...?

Llengua	Contestador	Telefonista	Secretaria	Entrevistat
Català	18,2	61,9	68,4	77,3
Castellà	54,5	31,0	28,9	13,6
Bilingüe	-	7,1	2,6	9,1
Plurilingüe	27,3	-	-	-
Base	11	42	38	22

- En relació a la llengua amb la qual ha estat atès personalment l'entrevistador, s'han recollit dos moments diferents.

En el primer moment o contacte els representats de l'empresa s'han adreçat a l'entrevistador en català i castellà de manera bastant equilibrada, tot i que amb cert predomini del català.

En canvi, en el segon moment la comunicació s'ha mantingut principalment en català.

Aquest fet denota que **si bé el català no és la llengua única o predominant en aquestes empreses, la comunicació s'adequa a l'interlocutor i per tant s'utilitza el català quan és la llengua amb la que aquest s'expressa.**

Taula 7: En quin idioma s'ha atès a l'entrevistador.

Llengua	Primer contacte	Segon contacte
Català	52,3	90,2
Castellà	45,5	7,3
Bilingüe	-	2,4
Indiferent	2,3	2,4
Base	44	41

III.3. Imatge corporativa i retolació exterior

- L'ús de la llengua en la imatge corporativa i la retolació exterior mostra un alt equilibri entre aquelles empreses que usen sovint o sempre (34%) el català i aquells que ho fan poc o mai (37%). Així doncs, aquest aspecte dibuixa perfils heterogenis entre les empreses estudiades.

Taula 8: Quin és el grau d'utilització del català a la seva empresa, pel que fa a la imatge corporativa i la retolació exterior?

Grau d'utilització del català	Total
Sempre	22,0
Sovint	12,2
Algunes vegades	24,4
Poc	14,6
Mai	22,0
Ns/Nc	4,9
MITJANA	3,0
Base	41

MITJANA (D'1 Mai a 5 Sempre)

- Les dades anteriors es complementen amb les extretes de l'observació directa de la retolació exterior de l'empresa.

La primera dada fa referència al nom de l'empresa. En aquest cas el 17% de les empreses té un nom català, mentre que el 43% és castellà i el 37% utilitza denominacions que es poden entendre indistintament tant en català com en castellà.

- Les dades referents a la retolació posen de manifest que el 50% dels primers rètols exteriors està redactat en castellà, mentre que el 19% ho està en català.

No obstant això, es pot considerar que el català està present també en els rètols de la meitat de les empreses si es té en compte quan s'escriu tot sol, quan s'acompanya del castellà i quan és vàlid tant en una llengua com en l'altra. En aquest cas el castellà té presència en el 80% de les empreses.

Quan existeix un segon rètol exterior, aquest és, en més del 50% de les empreses, en català exclusivament, mentre que els segons rètols del 30% de les empreses estudiades són en castellà.

- En definitiva el 29% dels rètols externs de l'empresa es troben en català, tot i que aquesta llengua està present en el 59% dels rètols, front al castellà que s'hi troba present en el 73%.

Taula 9: Observació de la llengua dels rètols exteriors de l'empresa

Llengua	Nom de l'empresa	Primer rètol	Segon rètol	Total retolació externa
Català	17,1	18,9	52,0	26,8
Castellà	42,9	48,6	28,0	41,2
Bilingüe	2,9	13,5	8,0	8,2
Indiferent	37,1	18,9	12,0	23,7
Base	35	37	25	97

III.4. Comunicació i retolació internes

A. Comunicació interna escrita

- En més del 40% de les empreses el català s'utilitza sempre o sovint com a llengua de comunicació interna escrita, no obstant això, en més del 30% de les empreses s'utilitza molt poc o mai.

Quan la comunicació és interna sovint l'elecció de la llengua d'ús queda supeditada al criteri del treballador responsable d'aquesta comunicació.

Taula 10: Quin és el grau d'utilització del català a la seva empresa, en la comunicació interna escrita?

Grau d'utilització del català	Total
Sempre	4,4
Sovint	37,8
Algunes vegades	24,4
Poc	20,0
Mai	13,3
MITJANA	3,0
Base	45

MITJANA (D'1 Mai a 5 Sempre)

B. Retolació interna

- Corroborant les dades anteriors, en el 30% de les empreses la llengua de la retolació interna és la catalana, tant en el primer com en el segon rètol.

Així mateix, la presència del català és encara més important si es tenen en compte les versions bilingüe i indiferent. En aquest cas el català arriba a ser utilitzat en el 49% dels rètols interns.

No obstant això, la llengua castellana segueix predominant tant per si sola com acompanyada d'altres llengües com el català, l'anglès, el francès o l'italià.

Taula 11: Llengua dels rètols interns de l'empresa

Llengua	Primer rètol	Segon rètol	Total retolació interna
Català	31,6	33,3	32,3
Castellà	42,1	53,3	47,1
Bilingüe	5,3	6,7	5,9
Plurilingüe	5,3	3,3	4,4
Indiferent	15,8	3,3	10,3
Base	38	30	68

C. Comunicació interna oral

- La comunicació interna oral és l'àmbit on el català està més present perquè és on es conjuga el fet que la comunicació és oral i a més interna.

En el 85% de les empreses estudiades el català és una llengua d'ús intern habitual. Així mateix, cal destacar que és l'únic aspecte de tots els estudiats, on no hi ha cap empresa que afirmi no utilitzar el català o utilitzar-lo poc.

De tot això se'n pot desprendre la idea que en les empreses familiars estudiades conviuen principalment dues llengües i que aquestes s'utilitzen amb finalitats diferents. Sembla que el català és la llengua dels usos orals i informals, mentre que el castellà és la dels usos escrits i formals.

Taula 12: Quin és el grau d'utilització del català a la seva empresa, en la comunicació interna oral?

Grau d'utilització del català	Total
Sempre	37,8
Sovint	46,7
Algunes vegades	15,5
Poc	-
Mai	-
MITJANA	4,2
Base	45

MITJANA (D'1 Mai a 5 Sempre)

D. Nòmines i contractes de treball

- La llengua d'aquest tipus de documentació és clarament la castellana, fet que confirma les dades anteriors.
- 6 de cada 10 empreses no utilitzen mai el català en les nòmines i els contractes de treball, xifra que arriba a 8 de cada 10 empreses quan se li sumen les que l'utilitzen poc.

Taula 13: Quin és el grau d'utilització del català a la seva empresa, en les nòmines i contractes de treball?

Grau d'utilització del català	Total
Sempre	8,9
Sovint	6,7
Algunes vegades	6,7
Poc	17,8
Mai	60,0
MITJANA	1,9
Base	45

MITJANA (D'1 Mai a 5 Sempre)

- La possibilitat d'analitzar les nòmines i els contractes de les empreses s'ha vist reduïda a 29 nòmines i 20 contractes. Així doncs, si bé les nòmines corroboren les dades anteriors i mostren un majoritari ús del castellà, en el cas dels contractes la reduïda mostra no ens permet treure cap conclusió gaire rotunda, tot i que s'observa un major equilibri entre les dues llengües.

Taula 14: Llengua de les nòmines i els contractes de treball

Llengua	Nòmines	Contractes
Català	10,3	60,0
Castellà	82,8	50,0
Bilingüe	6,9	-
Base	29	20

MÚLTIPLE

III.5. Publicitat i comunicació escrita amb clients i proveïdors

A. Publicitat (premsa, ràdio i televisió)

- Hi ha molt equilibri percentual entre aquelles empreses que realitzen la seva publicitat en català sovint o sempre (36%), i les que ho fan poc o mai (36%), denotant novament una important heterogeneïtat lingüística entre aquestes empreses.
- La publicitat a la premsa, ràdio o televisió, s'adequa al mitjà i al públic objectiu a qui va dirigida. És per aquesta raó que el 30% de les empreses afirma utilitzar el català algunes vegades.

Taula 15: Quin és el grau d'utilització del català a la seva empresa, en la publicitat (premsa, ràdio i TV)?

Grau d'utilització del català	Total
Sempre	11,1
Sovint	24,4
Algunes vegades	28,9
Poc	26,7
Mai	8,9
MITJANA	3,0
Base	45

MITJANA (D'1 Mai a 5 Sempre)

B. Opuscles i catàlegs

- Tot i tractar-se també d'una forma de publicitat, en el cas dels opuscles i els catàlegs, el català s'utilitza menys que quan es tracta dels anuncis a premsa, ràdio i televisió.

En aquests usos, gairebé el 60% de les empreses afirma no utilitzar mai el català o utilitzar-lo poc en aquest aspecte, tot i que el 23% ho fa habitualment.

Taula 16: Quin és el grau d'utilització del català a la seva empresa, en els opuscles i catàlegs?

Grau d'utilització del català	Total
Sempre	7,0
Sovint	16,3
Algunes vegades	18,6
Poc	25,6
Mai	32,6
MITJANA	2,4
Base	43

MITJANA (D'1 Mai a 5 Sempre)

- **Tant en els opuscles, com en els catàlegs d'empresa i de producte, la llengua més utilitzada és la castellana.**

Dels 12 opuscles facilitats per les empreses que han estat analitzats, 8 estan redactats en castellà i tan sols 3 ho estan en català.

El 38% dels catàlegs d'empresa i el 55% dels catàlegs de producte també estan redactats en castellà, front al 25% i al 31% que ho estan en català.

Cal assenyalar que l'opció bilingüe no s'utilitza gairebé mai i en canvi, principalment en els catàlegs d'empresa, és freqüent la plurilingüe, bàsicament amb la llengua castellana i l'anglesa, però també en algunes ocasions amb la francesa o l'alemanya.

De la mateixa manera, quan els catàlegs d'empresa estan redactats en altres llengües, aquesta acostuma a ser l'anglesa.

Taula 17: Llengua dels opuscles i catàlegs

Llengua	Opuscles	Catàleg empresa	Catàlegs productes
Català	25,0	25,0	30,9
Castellà	66,7	37,5	54,5
Bilingüe	8,3	-	1,8
Plurilingüe	-	37,5	12,7
Indiferent	-	-	-
Altres	-	16,7	-
Base	12	24	55

MÚLTIPLE

C. Comunicació escrita amb el client

- La comunicació escrita depèn sovint de qui és el client i amb quina llengua es comunica. Això explica la diversitat de les respostes. Així doncs, mentre que el 29% ho fa amb freqüència (sempre o sovint), el 38% no s'acostuma a comunicar en català amb el seus clients.

Cal destacar també que tan sols el 2% de les empreses estudiades es comunica sempre en català amb els seus clients, fet que s'explica bàsicament per la diversitat d'origens d'aquests.

Taula 18: Quin és el grau d'utilització del català a la seva empresa, en la comunicació escrita amb el client?

Grau d'utilització del català	Total
Sempre	2,2
Sovint	26,7
Algunes vegades	33,3
Poc	24,4
Mai	13,3
MITJANA	2,8
Base	45

MITJANA (D'1 Mai a 5 Sempre)

- De l'observació de la llengua d'ús en els sobres de cartes se'n desprèn que el castellà és la llengua més utilitzada, tot i que el català és la llengua del 20% dels sobres analitzats i el 27% d'aquests poden adscriure's tant a una llengua com a una altra.

En una situació semblant es troben els papers de fax i les cartes comercials o *mailings*, tot i que en aquests casos s'ha de tenir en compte la presència d'altres llengües, bàsicament l'anglesa.

- Pel que fa a la toponímia, analitzada en els papers de carta, més de la meitat està en català, i el 33% pot llegir-se indistintament en les dues llengües. En aquest cas, doncs, sols el 13% de les empreses tradueix els topònims catalans a la llengua castellana.

Taula 19: Observació de la llengua dels sobres, paper de carta, paper de fax i cartes comercials

Llengua	Sobre	Toponímia (paper carta)	Paper de fax	Carta comercial (Mailing)
Català	20,0	56,4	31,0	27,3
Castellà	55,0	12,8	51,7	45,5
Bilingüe	2,5	-	3,4	27,3
Plurilingüe	-	-	20,7	9,1
Indiferent	27,5	33,3	-	-
Altres	-	-	17,2	-
Base	40	39	29	11

MÚLTIPLE

D. Formularis i factures

- El 73% de les empreses que han format part de la mostra del present estudi utilitza el català poc o no l'utilitza mai en els seus formularis i factures, mentre que el 20% ho fa sovint o sempre.

Aquest fet recolza la idea que en la comunicació més formal o oficial predomina notablement la llengua castellana.

Taula 20: Quin és el grau d'utilització del català a la seva empresa, en formularis i factures?

Grau d'utilització del català	Total
Sempre	8,9
Sovint	11,1
Algunes vegades	6,7
Poc	17,8
Mai	55,6
MITJANA	2,0
Base	45

MITJANA (D'1 Mai a 5 Sempre)

- Les dades anteriors es veuen reforçades amb les provinents de l'observació, ja que de les 30 factures facilitades per les empreses el 77% estan redactades en castellà i el 10%, en català.

Cal destacar també que el 17% de les factures es troba en més d'una llengua alhora, principalment en castellà i anglès.

Taula 21: Observació de la llengua de les factures

Llengua	Factures
Català	10,0
Castellà	76,7
Plurilingüe	16,7
Indiferent	3,3
Base	30

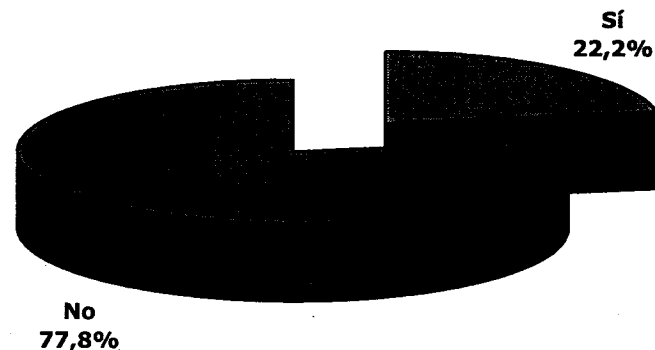
MÚLTIPLE

III.6. Directrius lingüístiques internes

- El 22% de les empreses té un criteri intern d'ús de la llengua catalana tot i que sovint no es tracta d'una norma escrita sinó d'una filosofia d'empresa.

Entre aquestes directrius es menciona el fet de redactar alguns documents en català, així com el fet d'atendre telefònicament i personal en aquesta llengua, i la necessitat d'utilitzar la llengua catalana sempre que sigui la llengua d'ús de l'interlocutor.

En aquesta empresa hi ha definides unes directrius lingüístiques pròpies en relació a l'ús del català?



***IV. Actituds i valoració
envers l'ús del català***

IV.1. Evolució i valoració de l'ús del català

A. Evolució de l'ús del català

- Tant important com l'ús que aquestes empreses fan de la llengua catalana en els diferents aspectes analitzats, ho és la seva actitud. D'entrada s'analitza l'evolució que el català ha experimentat en els darrers anys en aquestes empreses.
- Les dades mostren que **en el 62% de les empreses el català ha augmentat.**

Els motius d'aquest augment s'expliquen bàsicament per dos fets molt relacionats entre sí. El primer fa referència a que **el procés de normalització lingüística a Catalunya també ha arribat de manera natural a aquestes empreses. Això porta directament al segon gran motiu d'augment del català: les noves incorporacions de gent més jove a les plantilles d'aquestes empreses utilitzen el català amb un major grau de fluïdesa, naturalitat i coneixement.**

Que les empreses tinguin una actitud favorable envers l'ús de la llengua catalana i per tant, una política empresarial que la promogui, també és un factor important d'augment de l'ús d'aquesta llengua.

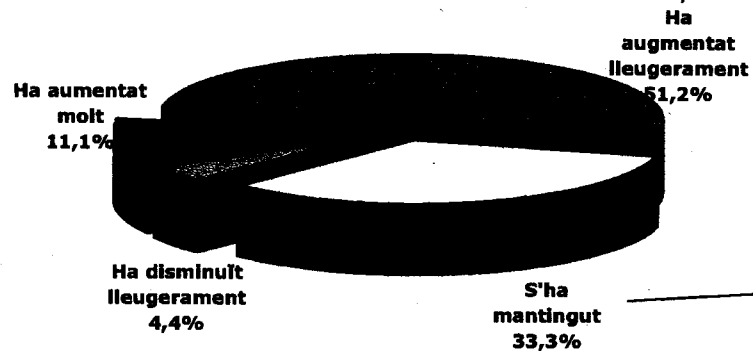
Així mateix, és interessant ressaltar que el 14% de les empreses que han augmentat l'ús del català ho atribueix a les exigències del mercat i de l'entorn, és a dir, dels seus clients o consumidors.

- Cal mencionar també que per a una part molt important de les empreses (33%), l'ús del català no ha sofert cap canvi en els darrers tres o quatre anys.

Això es deu o bé a que dins d'aquestes empreses l'ús del català ja era elevat, o bé al fet que no existeix una política empresarial que n'afavoreixi l'augment.

- El català ha disminuït, tot i que lleugerament, en el 4% de les empreses estudiades, i els motius adduïts fan referència a una política interna desfavorable i a la incorporació de personal de fora de Catalunya.

En relació a fa tres o quatre anys, creu que l'ús del català en la seva empresa ha augmentat o ha disminuït?



Taula 22: Per què ha augmentat?

Motius	Total
Noves incorporacions joves	39,3
Normalització lingüística	39,3
Política empresarial favorable	17,9
Exigències del mercat i l'entorn	14,3
Altres	17,9
Ns/Nc	3,6
Base (Pensen que ha augmentat)	28

MÚLTIPLE

Taula 23: Per què s'ha mantingut?

Motius	Total
Ja es dóna un alt ús del català	33,3
No hi ha una política interna favorable	33,3
Personal de fora de Catalunya	13,3
Altres	26,7
Ns/Nc	6,7
Base (Pensen que s'ha mantingut)	15

MÚLTIPLE

B. Valoració de l'ús del català

- La major part de les empreses (56%) considera que fa un ús moderat del català.**

Entre aquestes empreses n'hi ha que pensen que aquest nivell d'ús és el normal i natural, és a dir que més que moderat és l'adequat, ni alt ni baix.

Els motius adduïts perquè aquestes empreses no facin un ús superior de la llengua catalana a Catalunya, és que els seus productes es dirigeixen també al mercat espanyol o internacional, o el fet que les comunicacions s'adeqüen al client i a la llengua que aquest utilitza habitualment.

També el tipus de comunicació (factures, publicitat,...) influeix en un ús més o menys elevat del català tal i com s'ha vist anteriorment.

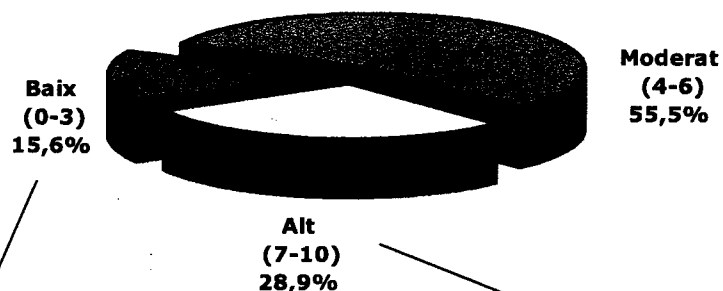
- El 29% dels directius creu que a les seves empreses es fa un ús alt del català.**

Quan aquest ús es considera alt, és bàsicament per la simple raó de tractar-se d'empreses originàriament catalanes, i perquè aquest és l'ús considerat normal.

Un nombre important d'aquests directius, tot i considerar alt l'ús del català en les seves empreses, creuen que no és superior per la manca de coneixement d'aquesta llengua entre els que hi treballen, així com pel fet que les seves vendes no només es dirigeixen a Catalunya i que adeqüen la comunicació a la llengua de cada client.

- Finalment, el 16% dels directius considera que l'ús del català que es fa a les seves empreses és baix.** Principalment pel fet que el seu mercat no és únicament el català sinó que és més global, espanyol i fins i tot internacional.

Com valora l'ús del català en la seva empresa?



Taula 25: Per què?

Motius	Total
Ús normal	32,0
També dirigit al mercat espanyol o internacional	28,0
Segons la llengua del client	24,0
Segons tipus de comunicació	12,0
Altres	4,0
Base (Pensen que és moderat)	25

MÚLTIPLE

Taula 24: Per què?

Motius	Total
També dirigit al mercat espanyol o internacional	71,4
Segons la llengua del client	14,3
Manca de coneixement del català	14,3
Base (Pensen que és baix)	7

MÚLTIPLE

Taula 26: Per què?

Motius	Total
Empresa catalana	58,3
Ús normal	16,7
Manca de coneixement del català	16,7
També dirigit al mercat espanyol o internacional	8,3
Segons la llengua del client	8,3
Altres	16,7
Base (Pensen que és alt)	12

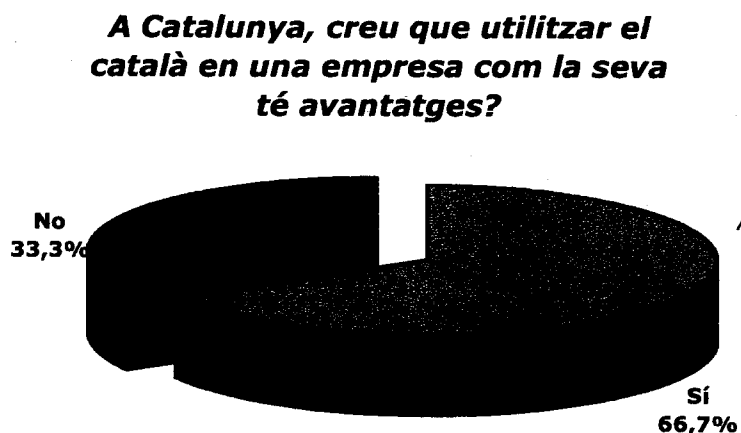
MÚLTIPLE

IV.2. Motivacions i frens envers l'ús del català

- La major part de les empreses creu que utilitzar el català a Catalunya és avantatjós.

Satisfer el client català utilitzant la seva llengua deriva en beneficis econòmics per l'empresa. Això és així perquè la percepció de proximitat entre client i empresa augmenta, la comunicació és més fàcil, l'empresa s'identifica amb la comunitat i se satisfan les exigències de bona part dels consumidors.

- No obstant, cal mencionar que per al 33% de les empreses aquestes avantatges no existeixen.



Taula 27: Quins avantatges?

Avantatges	Total
Avantatges comercials per proximitat amb els clients	60,0
Facilita comunicació	20,0
És la pròpia llengua	13,3
Major identificació amb la comunitat	10,0
Exigències dels consumidors	10,0
Altres	6,7
Base (Pensen que té avantatges)	30

MÚLTIPLE

- El 82% de les empreses creu que no hi ha cap inconvenient si utilitza el català.

Només 8 empreses, del total de les 45 estudiades, consideren un inconvenient utilitzar el català i addueixen principalment raons d'augment dels costos i de duplicitat de documents.

- Per tot això, es pot concloure que **majoritàriament les empreses accepten que a Catalunya utilitzar la llengua catalana comporta avantatges però no inconvenients.**

A Catalunya, creu que utilitzar el català en una empresa com la seva té inconvenients?



- Si bé l'actitud cap a l'ús del català a Catalunya és favorable en gran part de les empreses, com s'ha vist anteriorment, no sempre s'utilitza.
- Cal distingir molt bé doncs, el que l'empresa creu convenient pel mercat català de forma concreta, i el que creu convenient per un mercat més ampli, on a més de Catalunya hi ha la resta d'Espanya, o fins i tot la resta d'Europa i del món.**

Aquesta globalització del mercat és la causa principal adduïda per les empreses per deixar d'utilitzar el català, utilitzar-lo poc o només algunes vegades, en els aspectes anteriorment analitzats.

Es considera per tant, que la distinció entre el mercat català i la resta, bàsicament l'espanyol, encareix els costos empresarials o complica el funcionament intern d'una empresa organitzada en funció d'una sola llengua, la castellana.

També cal destacar que el 24% de les empreses no utilitza mai el català en certs aspectes per inèrcia o resistència als canvis.

Així mateix, hi ha un conjunt d'empreses que ho atribueixen a dificultats en l'ús d'aquesta llengua.

Finalment, un motiu important pel qual el català s'utilitza poc o només en algunes ocasions, és el fet que algunes empreses adequen les seves comunicacions als seus clients, i per tant usen el català només quan aquesta és la llengua del client.

Taula 28: Per què creu que en la seva empresa s'utilitza poc o només algunes vegades / no s'utilitza mai el català en alguns aspectes?

Motius	Mai	Poc o algunes vegades
Dirigit també al mercat espanyol o internacional		37,2
Inèrcia, resistència als canvis	24,2	7,0
Logística interna	24,2	14,0
Augment dels costos	21,2	11,6
Evitar duplicitat documents	18,2	7,0
Unificar imatge de l'empresa	12,1	-
Dificultats d'ús del català	-	16,3
Segons qui ho faci	-	9,3
Segons a qui vagi dirigit	-	
Altres	12,1	16,3
Ns/Nc	-	2,3
Base (no utilitzen mai o poc / algunes vegades)	33	43

MÚLTIPLE

IV.3. Intenció d'incrementar l'ús del català

- La meitat de les empreses que han format part del present estudi, té intenció d'augmentar pròximament l'ús que fa en l'actualitat de la llengua catalana.**

El català augmentarà en aquestes empreses bàsicament perquè duen a terme una política que és favorable a la normalització.

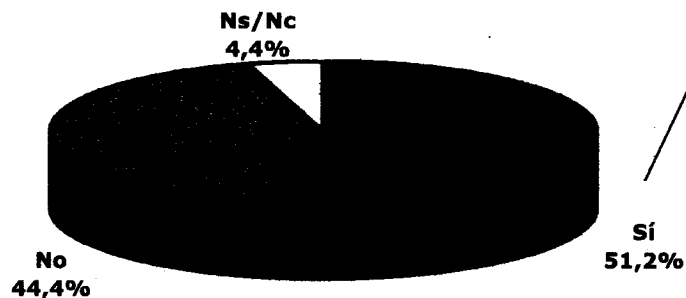
Així mateix, el propi mercat sembla exigir a algunes empreses que utilitzin el català.

Finalment, el català augmentarà perquè el procés de normalització de la llengua seguirà arribant a les empreses igual com ho pugui fer a la resta de la ciutadania.

- El 44% de les empreses no pensa augmentar l'ús del català en un futur immediat. Principalment perquè considera que l'ús que en fa actualment és l'adequat o fins i tot és molt elevat.**

Aquest no és l'únic motiu. En algunes empreses no augmentarà simplement perquè la política que s'hi du a terme no n'és favorable o perquè es percep que la societat encara no ho reclama.

La seva empresa té intenció d'augmentar l'ús del català en un futur immediat?



Taula 29: Per quins motius augmentarà?

Motius	Total
Política empresarial favorable	39,1
Exigències del mercat i l'entorn	21,7
Normalització	21,7
Altres	21,7
Ns/Nc	4,3
Base (Pensen que augmentarà)	23

MÚLTIPLE

Taula 30: Per quins motius no augmentarà?

Motius	Total
L'ús actual del català ja és adequat	35,0
L'ús actual del català és molt alt	30,0
No hi ha una política interna favorable	25,0
Quan la societat ho reclami	15,0
Altres	15,0
Base (Pensen que no augmentarà)	22

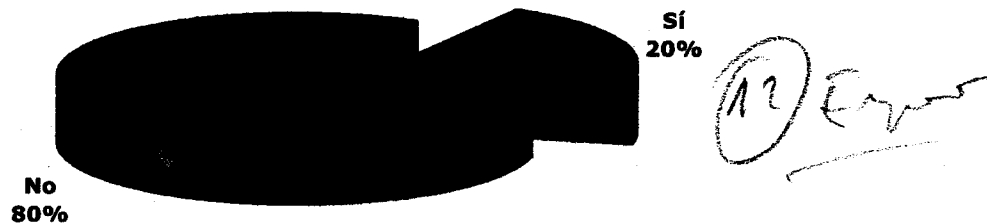
MÚLTIPLE

V. Avaluació de la política lingüística

V.1. Notorietat i viabilitat del conveni

- Tan sols 1 de cada 5 directius entrevistats coneix els acords del conveni signat entre el Departament de Cultura i l'Institut de l'Empresa Familiar al qual estan associades les seves empreses.**
- Entre els 9 directius que coneixen el contingut dels acords hi ha divergències d'opinió a l'hora de valorar la seva viabilitat, tot i que es considera majoritàriament més aviat viable.**

**Coneix els acords del conveni que
ha firmat el Departament de
Cultura amb l'IEF?**



V.2. Grau d'acord amb la política lingüística

A. Legislació

- Les tres primeres idees analitzades, relacionades directament amb la nova Llei de Política Lingüística, provoquen un clar i favorable posicionament dels entrevistats.

És tracta per tant d'un sector empresarial amb una actitud favorable i pròxima a la nova llei, si més no a aquests apartats que, a més els afecten directament a ells i a les empreses a les que pertanyen.

Taula 31: Fins a quin punt està vostè d'acord amb el fet que a Catalunya...?

Idea	Molt d'acord	Més aviat d'acord	Indiferent	Més aviat en desacord	Molt en desacord
Els contractes de treball puguin ser redactats tant en català com en castellà	77,8	15,6	-	2,2	4,4
La senyalització, els cartells d'informació general fixes i els documents d'oferta dels establiments oberts al públic hagin d'estar redactats, almenys, en català	62,2	28,9	-	6,7	2,2
Les dades que figuren en l'etiquetatge i en l'embalatge i les instruccions d'ús dels productes distribuïts a Catalunya puguin figurar en qualsevol llengua de la Comunitat Europea, inclòs el català	53,3	31,1	-	8,9	6,7

B. Política lingüística

- Les següents tres idees analitzades, més relacionades amb la política lingüística duta a terme en els darrers anys des de l'administració pública catalana, també mostren un clar i contundent acord generalitzat, excepte en el fet d'haver de conèixer la llengua catalana.

Així doncs, el 100% dels directius entrevistats està d'acord que la Generalitat de Catalunya promogui l'ús de la llengua catalana.

De la mateixa manera, més del 95% està a favor que consumidors, clients i proveïdors puguin ser atesos en català si així ho desitgen.

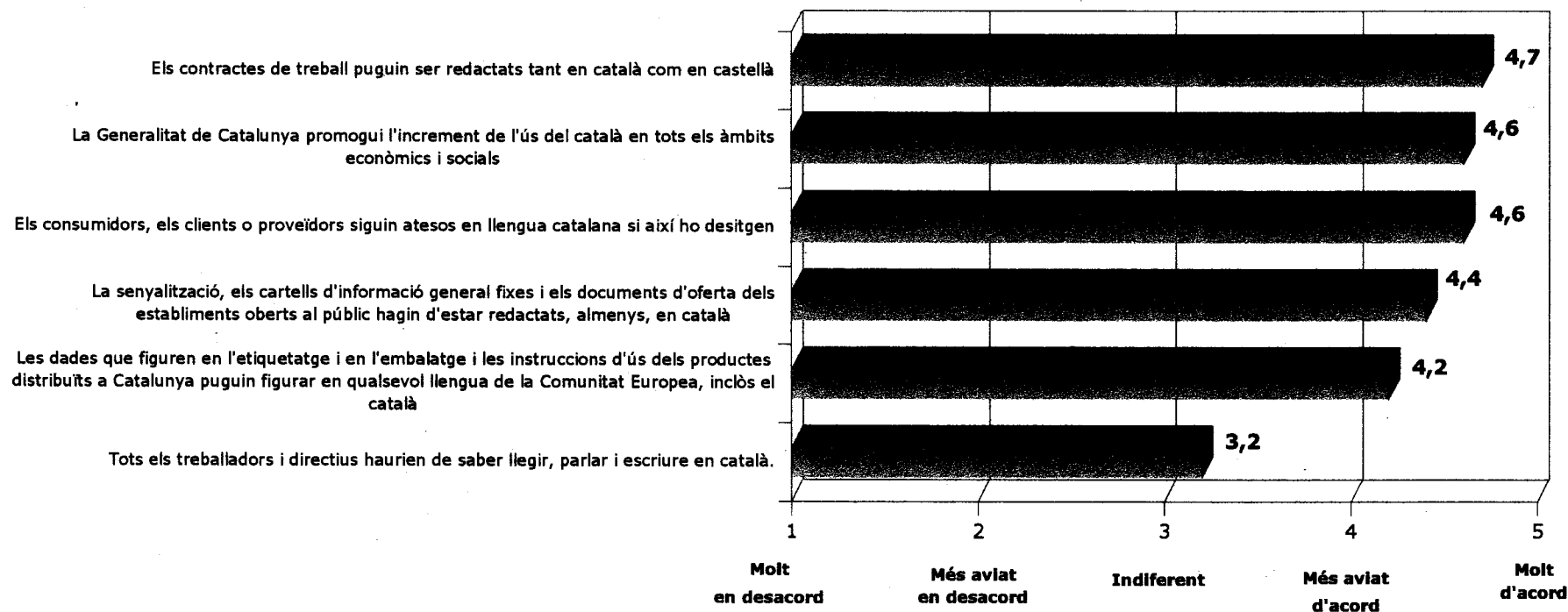
No obstant això, **només una mica més de la meitat dels directius entrevistats pensa que a Catalunya tots els treballadors i directius haurien de saber llegir, parlar i escriure en català.** De totes les idees analitzades aquesta, tot i superar el 50% d'acord, és la que genera més opinions contraries.

Taula 32: Fins a quin punt està vostè d'acord amb el fet que a Catalunya...?

Idea	Molt d'acord	Més aviat d'acord	Indiferent	Més aviat en desacord	Molt en desacord
Els consumidors, els clients o proveïdors siguin atesos en llengua catalana si així ho desitgen	73,3	22,2	-	2,2	2,2
La Generalitat de Catalunya promogui l'increment de l'ús del català en tots els àmbits econòmics i socials	64,4	35,6	-	-	-
Tots els treballadors i directius haurien de saber llegir, parlar i escriure en català.	24,4	28,9	6,7	24,4	15,6

- El gràfic següent resumeix les mitjanes obtingudes per a cadascuna de les idees analitzades. Hi queda palès l'alt nivell d'acord dels directius amb totes les idees plantejades. Però es fa palès també que la possibilitat que tots els treballadors i directius llegeixin, parlin i escriguin en català, és la idea menys recolzada.

Fins a quin punt està vostè d'acord amb el fet que a Catalunya...?



VI. Conclusions

- En primer lloc, i per tal de resumir tot el que s'ha dit fins el moment, cal recordar que **les organitzacions estudiades són grans empreses familiars majoritàriament industrials amb una forta implicació amb Catalunya tant per l'origen del seu capital, com pel dels seus directius i per la participació el patrocini d'activitats o institucions catalanes.**

Així mateix, és important ressaltar, per les seves implicacions lingüístiques, que aquestes empreses venen els seus productes o serveis tant a Catalunya com a la resta d'Espanya.

- De la mateixa manera, cal recordar que tots els resultats obtinguts s'han d'emmarcar en l'actuació d'aquestes empreses exclusivament a nivell de Catalunya.
- Pel que fa al seu comportament lingüístic, **l'ús del català queda supeditat a l'objectiu de la comunicació que s'estableix.**

Així doncs, queda clar que la comunicació oral i més informal i espontània és en català, però s'imposa el castellà per mantenir comunicacions més formals o institucionals.

De la mateixa manera s'entreveu la predisposició d'aquestes empreses a utilitzar la llengua catalana en tots aquells aspectes de caire més comercial. En moltes ocasions, la llengua d'ús sovint s'adequa a l'interlocutor, al client, i per tant això fa que a Catalunya s'utilitzi el català en alguns aspectes.

Queda clar però que el català no té l'estatus de llengua principal, donat que aquest lloc l'ocupa el castellà. És a dir, quan hi ha presència del català també n'hi ha del castellà, però no sempre a la inversa.

- **Es tracta també d'un sector empresarial on el català ha anat augmentant en els darrers anys i que manifesta una clara predisposició al seu ús.** Aquest augment és atribuït bàsicament a la normalització lingüística en la que s'ha anat implicant a tot el país.

- **La meitat de les empreses té intenció d'augmentar pròximament l'ús del català.** Aquest augment és relaciona directament amb els avantatges que el sector percep en l'ús del català a Catalunya.

És acceptat de forma majoritària que utilitzar el català a Catalunya té força avantatges i cap inconvenient. Avantatges que són de tipus comercial i per tant també econòmic.

Així mateix, entre les empreses hi ha una alta predisposició a participar dels serveis lingüístics que ofereix el Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya.

- **En resum, mentre que el comportament d'aquestes empreses en relació a l'ús de la llengua catalana no és massa favorable, si que ho és la seva actitud.**

Si el català no s'utilitza en un grau superior és perquè els avantatges, tot i ser de tipus comercial, només s'emmarquen en l'àmbit català. Mentre que els inconvenients, o els motius pels quals sovint no s'utilitza el català, també són de caire econòmic, bàsicament els costos de duplicar la informació, i fan referència a un àmbit més ampli d'actuació de l'empresa.

Així doncs, el principal fre cap a l'augment de l'ús del català en aquestes empreses radica en el fet que no distingeixen entre el mercat català i l'espanyol. Un mercat, el català, que agraeix l'ús de la llengua pròpia, però que no penalitza a la llengua castellana.

Per tant, cal distingir molt bé el que l'empresa creu convenient pel mercat català i el que creu convenient per un mercat més ampli, on a més de Catalunya hi ha la resta d'Espanya i, en ocasions, també la resta d'Europa i del món.

- Per tot això, el possible augment del català s'ha d'escriure en un llenguatge econòmic, donat que no s'expliciten consideracions polítiques, ideològiques o identitàries.

Tot allò que beneficiï comercialment o econòmic a l'empresa serà ben rebut.

VII. Annex

VII.1. Perfil de les empreses i dels seus responsables

A. Perfil de les empreses: Nombre de treballadors i facturació anual

- Les empreses associades a l'Institut de l'Empresa Familiar participants en el present estudi, són grans empreses tant pel seu nombre de treballadors com pel seu volum de facturació.

Tot i que en conjunt són empreses grans, hi ha força diferències entre elles, així doncs, l'empresa que té un nombre menor de treballadors arriba als 100 mentre que la més gran té 7.100 treballadors.

Pel que fa a la facturació, les empreses estudiades superen en la seva majoria els 10.000 milions anuals.

Taula 33: Nombre de treballadors

Treballadors	Total
Menys de 250	22,2
De 250 a 500	33,3
De 501 a 1.000	22,2
Més de 1.000	22,2
Base	45

Taula 34: Facturació anual

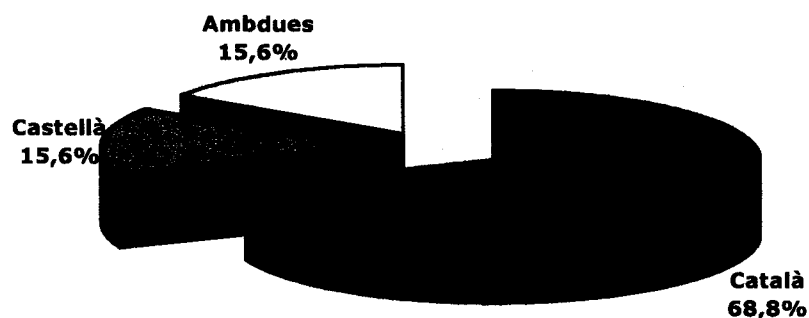
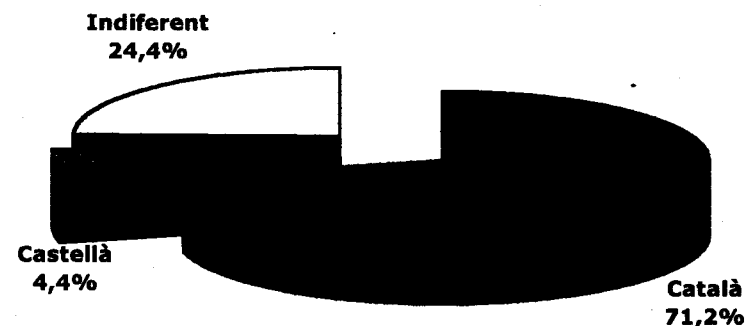
Pessetes	Total
Menys de 10.000 milions	17,8
Més de 10.000 milions	82,2
Base	45

B. Perfil dels responsables entrevistats**B.1. Perfil lingüístic**

- El 70% dels directius entrevistats utilitza com a llengua principal la catalana.

També cal destacar però, que el 16% té com a llengua principal la castellana i un altre 16% utilitza tant el castellà com el català indistintament.

- Davant la possibilitat de ser enquestats en català o en castellà, el 71% dels directius ha preferit el català i el 24% no ha mostrat cap preferència per una o altra llengua.

Quina és la seva llengua habitual?**En quina llengua prefereix que li faci el qüestionari?**

- **El coneixement del català (autoatribuït) entre els directius entrevistats és força elevat.** Així doncs, la major part d'entrevistats comprèn, parla i llegeix perfectament o bastant bé el català.

Tant sols en el cas de l'escriptura hi ha un nombre més elevat de directius (29%) que manifesta saber escriure poc o gens en català.

Taula 35: Fins a quin punt coneix la llengua catalana?

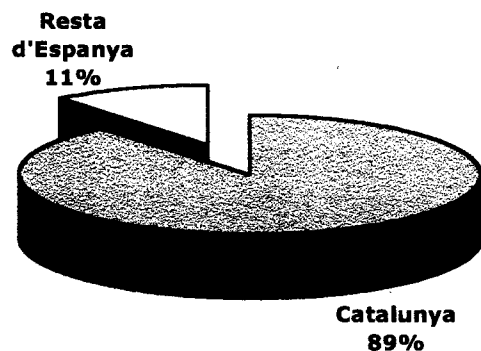
Grau de coneixement	Comprensió (l'entén)	Parla (el sap parlar)	Lectura (el sap llegir)	Espectura (el sap escriure)
Perfectament	91,1	66,7	75,6	17,8
Bastant bé	8,9	24,4	22,2	28,9
Regular	-	6,7	-	24,4
Poc	-	2,2	2,2	20,0
Gens	-	-	-	8,9
MITJANA	4,9	4,6	4,7	3,3
Base	45	45	45	45

MITJANA (D'1 Gens a 5 Perfectament)

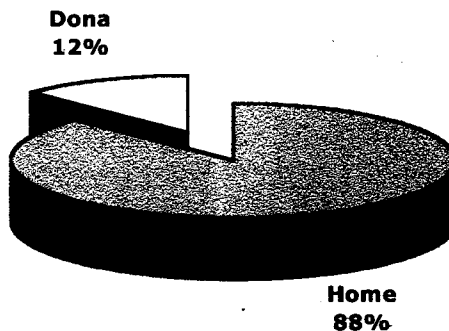
B.2. Perfil sociodemogràfic

- Gairebé 9 de cada 10 directius entrevistats són nascuts a Catalunya.
- En la mateixa proporció entre els directius hi ha un major nombre d'homes que de dones.
- Pel que fa a l'edat d'aquests directius, la mitjana és de 44 anys. Tot i que la major part d'entrevistats tenen entre 35 i 50 anys, el 18% en té menys de 35 i el 27%, més de 50.

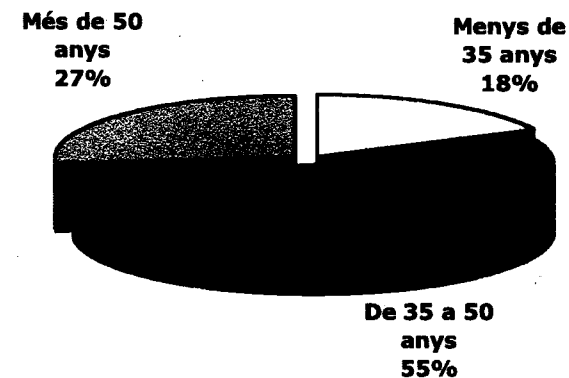
Lloc de naixement



Sexe

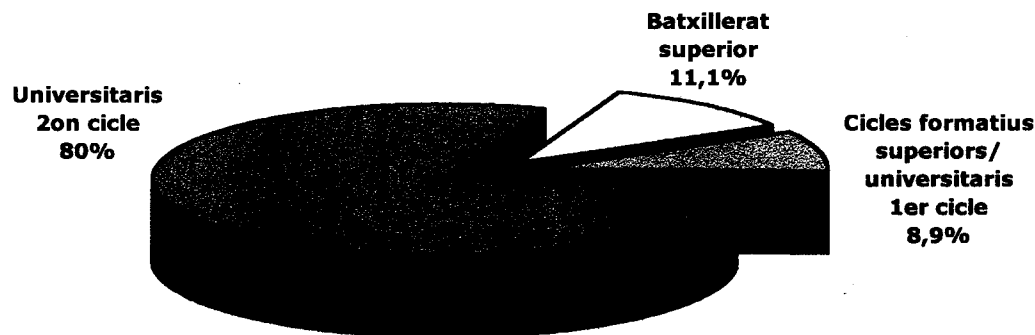


Quina és la seva edat?



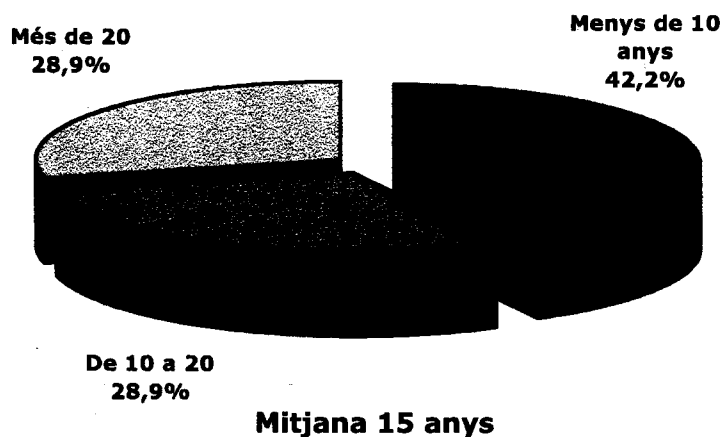
- **El nivell de formació dels entrevistats és molt elevat, el 90% té estudis universitaris, és a dir, són diplomats, llicenciats, enginyers tècnics o superiors, o doctorats.**

Quin és el seu nivell màxim d'estudis acabats?

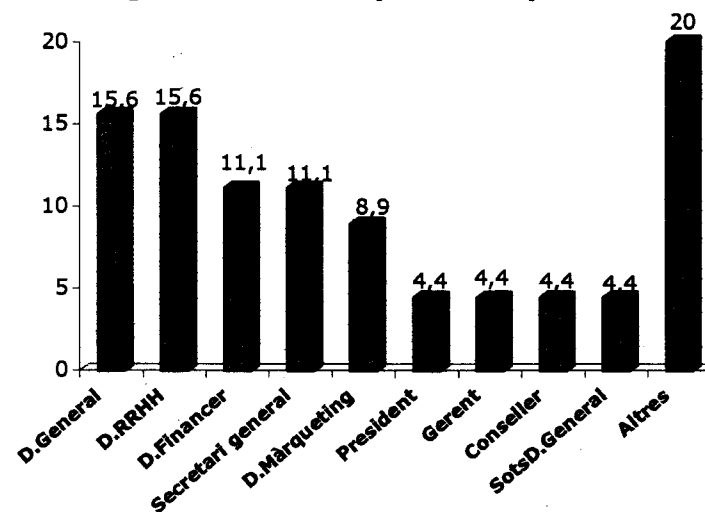


- ❑ En relació a l'antiguitat a l'empresa, **més de la meitat dels directius fa més de 10 anys que hi treballa.**
- ❑ Pel que fa als càrrecs dels entrevistats és tracta bàsicament de directius de diferents departaments de l'empresa, des de Directors Generals, a Directors de Recursos Humans, de Finances, de Màrqueting i d'altres (director de qualitat, director de comunicació, director regional, directores adjunts,...).

Quants anys fa que treballa a l'empresa?



Quin càrrec ocupa a l'empresa?



VII.2. Empreses que conformen la mostra de l'estudi

1. ACCIONA
2. AGROLIMEN
3. ALMIRALL-PRODESFARMA
4. AUTOCARES JULIÀ
5. BARCELÓ VIATGES
6. BASI
7. CAPRABO
8. CASA TARRADELLAS
9. CASADEMONT
10. CATALANA OCCIDENTE
11. CELSA
12. CEMENTOS MOLINS
13. CENTRO TÉCNICO ALIMENTARIO
14. COBEGA
15. CORP. EMPRESARIAL VALLS
16. CORPORACIÓ PUIG
17. DERBI NACIONAL MOTOR
18. DOGI
19. EDITORIAL PLANETA
20. FREIXENET
21. GENERAL DE RELOJERÍA
22. GIMAR
23. GRANJA CASTELLÓ
24. GRUPO HUSA
25. GRUPO MANGO
26. GRUPO PALEX
27. INDUSTRIAS TITAN
28. INMA
29. J. URIACH Y CIA.
30. LA VANGUARDIA
31. LABORATORIOS DR. ESTEVE
32. LACREM- FARGA
33. MEDIA PLANNING
34. MIGUEL TORRES
35. NUÑEZ Y NAVARRO
36. NUTREXPA
37. PREVIASA
38. PROMOCIONES HABITAT
39. SATI
40. SILVALAC
41. SIMÓN
42. TUZSA
43. UNILAND
44. VALL COMPANYYS
45. VICHY CATALÁN