

La enseñanza del español de los negocios. Propuestas metodológicas y organización de proyectos

Carlos Barroso¹
Universidad de Málaga (España)

La enseñanza de español como segunda lengua con fines específicos participa de la misma metodología que la enseñanza de ELE en general; teniendo en cuenta el principio asumido de que el estudiante es el centro de la clase, en el momento de planificar este tipo de enseñanza, los profesores, creadores de materiales, editores, etc., nos planteamos:

¿Qué necesita mi alumno? ¿Cómo va a aprenderlo?

Para decidir qué necesita mi alumno, y tomando como base en cuanto a la nomenclatura y a los principios metodológicos el Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas: Enseñanza, Aprendizaje, Evaluación (MCER), podemos contestar de la siguiente forma:

- Las competencias necesarias.
- La capacidad de poner en práctica esas competencias.
- La capacidad de emplear las estrategias necesarias para poner en práctica las competencias.

En cuanto a las competencias, debemos plantearnos cuáles son los intereses de nuestro grupo meta, por ejemplo:

- Aprender a mantener diálogos en español con sus compañeros.
- Ser capaces de leer y comprender diferentes tipos de textos escritos.
- Saber escribir diferentes tipos de documentos.
- Relacionarse con sus compañeros y con el profesor.
- Participar en trabajos de grupo en el aula.

¹ Coordinador Departamento de ELE, SGEL

- Seguir trabajando fuera del aula de ELE.
- Realizar exposiciones orales.
- Adquirir conocimientos culturales sobre otros países.

Podemos ver cómo lo anterior podría referirse a prácticamente cualquier aula de ELE que pudiésemos impartir; las diferencias estarían en la importancia que cada grupo meta le diese a unas u otras; eso dependería de las características de dicho grupo; estilo de aprendizaje, razones por las que necesitan hablar español, etc.; en el caso que nos ocupa, todas estas competencias mostradas van a ser matizadas y dirigidas por un ámbito muy determinado, que es el que va a marcar las diferencias. Si enunciamos los diferentes ámbitos en los que la comunicación tiene lugar tendremos:

- Personal.
- Público.
- Profesional.
- Educativo.

En nuestro caso, será el profesional el que desarrollemos en mayor medida. Decimos en mayor medida porque, obviamente, como el alumno necesita aprender a desenvolverse en ese ámbito profesional, para realizar este aprendizaje estaremos inmersos también en un ámbito educativo, y, finalmente, como para desarrollar su trabajo un estudiante necesitará viajar y/o participar de otras situaciones comunes y complementarias a su trabajo, también los ámbitos personales y público estarán presentes. Sin embargo, nosotros desarrollaremos en el aula las competencias del alumno para desenvolverse en ese ámbito profesional, y por tanto el proyecto curricular que desarrollemos tendrá en cuenta esto.

En cuanto a cómo va a aprenderlo, la propuesta fundamental de este tipo de español con fines específicos será que el estudiante aprenderá dos aspectos fundamentales:

- A comunicarse en español dentro de su ámbito profesional.
- A realizar acciones profesionales habituales de su ámbito.

Por tanto, nuestro objetivo fundamental que es el de que el estudiante sea capaz de comprender, expresar e interactuar con textos auditivos y escritos en español, será tan importante cómo el de capacitar al estudiante a resolver situaciones profesionales de su entorno real.

Volvamos a las competencias que el estudiante necesita adquirir; recordemos que habíamos dicho que todas ellas deberían estar supeditadas a la adquisición de lo necesario para que el estudiante se desarrollase en su ámbito profesional. Los tres componentes fundamentales que necesitamos tener en cuenta son:

- Componente pragmático
- Componente lingüístico
- Componente sociolingüístico

Para dar cuenta del primero, podríamos proponer cosas tales como:

- Reuniones de negocios.
- Entrevistas de trabajo.
- Realización de informes.
- Cartas comerciales.
- Negociaciones.
- Visitas de negocios.
- Reuniones de empresa.
- Atención al cliente.
- Resolución de problemas, etc.

En cuanto al componente lingüístico, al servicio de lo anterior, tendríamos:

- Gramática: Contenidos adaptados al nivel impartido.
- Léxico: Vocabulario específico al servicio del tema trabajado

Vemos cómo los contenidos gramaticales corresponderían en su mayor parte con los que impartiríamos en un curso de español general; sin embargo, los contenidos léxicos serían diferentes en gran parte. Veamos algunos ejemplos:

¿Es mejor enseñar en clase la palabra *Márketing* o *Mercadotecnia*?

A favor de *mercadotecnia*:

Es la palabra española; es un término correcto y aceptado por la Academia.

A favor de *Márketing*:

Es lo que se usa en el ámbito trabajado.

Por tanto, volviendo a la pregunta que debemos hacernos: ¿Qué necesita mi alumno? Podríamos responder que *márketing* sería el término adecuado; puesto que en los ámbitos en los que el estudiante necesite utilizarla, probablemente le será difícil encontrar el término '*mercadotecnia*', e incluso si en su tarjeta de visita escribiese algo así como '*Director de Mercadotecnia*', perdería fuerza e imagen frente a sus clientes. En realidad, podríamos hablar de que *márketing* significa algo diferente que *mercadotecnia*, ya que se utiliza en contextos diferentes; por esa razón, en nuestro curso de español con fines específicos, incluiremos *márketing* antes que *mercadotecnia*.

Otros ejemplos de anglicismos que han pasado a formar parte del mundo de la empresa son: *Budget*, *Mark up*, *Cash* o *Mobing*. En algunos de los casos, tienen ya un matiz diferente al de la palabra española que les correspondería en su traducción.

Pero no solo los anglicismos (u otros extranjerismos) han sufrido esta evolución; también lo han hecho palabras españolas formadas a partir de otros términos ya existentes. Estos neologismos innecesarios en principio finalmente han pasado a significar algo más que la palabra de la que parten. Pongamos algunos ejemplos: se utiliza *repcionar* en lugar de recibir, hablando de mercancía; pero *repcionar* incluye el sentido de recibir algo y registrarlo. Asimismo, *dimensionar* ha sustituido a medir; indicando que no solo se mide algo sino que también se evalúa.

Vayamos ahora al tercer tipo de componente; el socio-lingüístico. En este caso, tendríamos temas tales como:

- Choques culturales.
- Conflictos de trabajo.
- Economía y empresa, etc.

Finalmente, en el diseño de nuestro plan curricular, tenemos que referirnos a las competencias generales que debemos intentar desarrollar en nuestros estudiantes de fines específicos, que son:

- Conocimientos (Saber)
- Destrezas y habilidades (saber hacer)
- Competencia existencial (saber ser)
- Capacidad de aprender (saber aprender)

En nuestro curso de español, por tanto, tenemos que ofrecer a los estudiantes unidades de trabajo organizadas en áreas temáticas como las que podemos ver a continuación; comparemos los índices de cursos de tres niveles: A1-A2; B1-B2 y B2-C1; Todos ellos corresponden al manual *Al día*. Curso de español de los negocios.

A1-A2:		
	Índice de contenidos y gramática	8
	Unidad 0. ¡Vamos a comenzar!	10
	Unidad 1. Primeros encuentros	16
	Unidad 2. En la oficina	30
	Unidad 3. El día a día	44
	Unidad 4. El mundo laboral	58
	Unidad 5. Promocionando la empresa	72
	Unidad 6. El comercio hoy en día	86
	Unidad 7. ¡Hablemos de dinero!	100
	Unidad 8. ¿Y después de los estudios?	114
	Transcripción de las grabaciones	129
	Glosario	138
	Índice gramatical	157

B1-B2

Índice de contenidos y gramática	8
Unidad 1. La responsabilidad empresarial	10
Unidad 2. El desarrollo sostenible	22
Proyecto 1. Una campaña a favor del medio ambiente	34
Unidad 3. En los mercados exteriores	36
Unidad 4. Empresas y globalización	48
Proyecto 2. La feria: punto de partida de la internacionalización	60
Unidad 5. Liderando empresas	62
Unidad 6. ¡A ganar mercados!	74
Proyecto 3. Candidatura para los juegos olímpicos	86
Unidad 7. Cada día más experiencia	88
Unidad 8. Juntos se puede	100
Proyecto 4. La creación de una empresa	112
Transcripción de las grabaciones	115
Glosario	129

Y finalmente
B2-C1:

ÍNDICE	
Presentación	7
Unidad 1. La nueva empresa	8
Unidad 2. Ingresar en una empresa	20
Unidad 3. Recursos humanos	34
Unidad 4. Consumidores y productos	44
Unidad 5. La comunicación	56
Unidad 6. El dinero	68
Unidad 7. Estrategias	80
Unidad 8. Comercio internacional	92
Unidad 9. Gestión de conflictos	104
Unidad 10. Retos y éxitos de la empresa	116
Transcripción de las grabaciones	131
Glosario	158

Después de analizarlos, podemos ver cómo los mismos temas tratados aparecen en todos los niveles, la diferencia estaría en los contenidos que se tratan y desarrollan en cada uno, correspondientes al nivel de referencia pertinente.

En cuanto a la forma de trabajarlos, vemos muy claramente en el nivel 2, a través del índice, cómo se prepara al alumno para que sea capaz de desarrollar un proyecto. En la realización de este proyecto estará implicado el desarrollo de las competencias generales del estudiante dirigidas al éxito en el entorno profesional al que pertenece o quiere dedicarse.

Examinemos las unidades, por ejemplo, del nivel B1-B2; los títulos de las dos primeras son 'la responsabilidad empresarial' y 'el desarrollo sostenible'; ambas están preparando al estudiante para que sea capaz de realizar 'un proyecto a favor del medio ambiente'.

Vemos cómo en este ámbito de español específico de los negocios tiene todo su sentido realizar una enseñanza mediante tareas; en este caso, representadas por los proyectos. Los estudiantes serán preparados a lo largo de la unidad (o unidades) para que sean capaces de, trabajando en grupos, realizar un 'producto'. Para realizar este producto, que siempre será algo significativo para el entorno propio del estudiante, deberán desarrollar todas las competencias pragmáticas, lingüísticas y socio-culturales que forman parte de su proyecto curricular.

Bibliografía:

- Alonso Belmonte, I. Y otros (1998): *Carabela 44* "La enseñanza del español con fines específicos". Madrid. SGEL
- Consejo de Europa. (2002): *Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas: Aprendizaje, Enseñanza, Evaluación*. Instituto Cervantes.
- Littlewood, W. (1986) *La enseñanza comunicativa de idiomas*: Cambridge University Press.
- Martín Peris, E. (2008) *Diccionario de términos clave de ELE*. Madrid. SGEL
- Nunan, D. (1998) *El diseño de tareas para la clase comunicativa*. Cambridge University Press.
- Prost, G. y Noriega, Alfredo. *Al día [A1-A2]*. (2006) *Curso de español de los negocios*. Madrid. SGEL

Prost, G. y Noriega, Alfredo. *Al día [B1-B2]. (2009) Curso intermedio de español de los negocios*. Madrid. SGEL

Prost, G. y Noriega, Alfredo. *Al día [B2-C1]. (2003) Curso superior de español de los negocios*. Madrid. SGEL

Richards, J. Y Lockhart, Ch. (1998) *Extrategias de reflexión para la enseñanza de idiomas*. Cambridge University Press.

Santos Gargallo, I. Y otros (2004): *Vademécum para la formación de profesores*: SGEL