El español de la economía desde una perspectiva nacional e internacional: programación y actividades

Ángel M. Felices Lago
Universidad de Granada

1. Introducción.

Esta comunicación va a servir de marco teórico y práctico para justificar la necesidad de elaborar materiales didácticos orientados a la enseñanza del lenguaje, la temática y las características fundamentales de la economía española y las de los países de América Latina con mayor volumen de actividad económica.

La génesis de esta idea se sitúa en una reflexión profunda en torno a la relación que pueda existir entre el concepto de cultura y la actividad económica. Dos factores que normalmente se piensa que no están especialmente ligados. Sin embargo, esa relación está demostrada por un conjunto de investigaciones al respecto. Por citar sólo unas cuantas, destacan aquellas referidas a la programación cultural en la base de la cosmovisión específica de un grupo "nacional". Czinkota y Ronkainen (1993), Hofstede (1991) y Trompenaars (1993) señalan una serie difusa de elementos, entre los que pueden destacarse los siguientes:

Lengua (nivel verbal y no verbal); **Economía** [el elemento que más nos interesa en este estudio]; Religión; Política; Instituciones sociales, clases sociales y estructura familiar; Valores y actitudes; Usos y costumbres; Elementos materiales; Estética y Educación.

El modelo de Tayeb (1994) demuestra que las variables culturales surgen como resultado de los factores económicos y políticos mediante cambios en las características sociales más visibles. En la síntesis de su modelo de aproximación a una cultura nacional, resulta significativo que **los factores económicos constituyan una de las formas básicas que alimentan la conciencia social fundamental de una cultura específica.** Estos factores se sitúan al mismo nivel que las construcciones de conceptos, estructuras, clases, instituciones y política.

Estos fundamentos teóricos refuerzan nuestra convicción en la importancia del factor económico para el aprendizaje de una cultura específica. Es más, este factor se sitúa en una encrucijada interdisciplinar y mulfifactorial, donde las conexiones con los elementos políticos, institucionales, psicológicos, filosóficos, sociales y etnológicos (por citar sólo unos cuantos) son más que evidentes.

Dada la amplitud y complejidad del tema, nos hemos circunscrito a una parcela del factor económico con gran rendimiento a la hora de acotar las unidades de cultura que se pueden transmitir mediante la enseñanza. Nos referimos a la economía sectorial. La elección está justificada por la enorme cantidad de rasgos culturales que la integran. Por lo tanto, el valor de esa elección reside no sólo en la posibilidad de explicar fenómenos económicos, sino también en la riqueza léxica, expresiva o simbólica inhe-

rente a los documentos, artículos o testimonios que suelen acompañar esta modalidad de discurso especializado

2. Características del material

La enseñanza del EEE (Español Económico y Empresarial) en España ha carecido de una bibliografía amplia y diversa hasta fechas muy recientes. El resultado de esta situación es la ausencia de textos que hayan ofrecido el panorama económico español y latinoamericano desde un enfoque sociocultural, que es idóneo para la enseñanza a estudiantes no nativos. Las carencias más notables en la bibliografía sobre EEE ya han sido señaladas (cf. Felices Lago, 1996, 2000), sin embargo algunos textos ofrecen algunas aproximaciones muy valiosas a los aspectos socioculturales de la economía sectorial española y latinoamericana con carácter parcial. Destacan especialmente el manual ya clásico de Ana e Ignacio Martín y José Siles (1989) para alumnos de nivel básico, algunos capítulos del texto publicado por M. Fajardo y S. González (1995) para alumnos de nivel avanzado y los volúmenes editados muy recientemente por Edinumen y Arco Libros (Véanse, especialmente, Juan, Olga; De Prada, Marisa; Zaragoza, Ana (2002): En equipo.es. (Nivel Elemental) Madrid, Edinumen; y Brenes, Ana María y Lauterbon, Wanda. (2002): *La comunicación informal en los negocios*. (Nivel medio alto) Madrid, Arco Libros)

Por consiguiente, un manual de economía española y latinoamericana destinado a la enseñanza de ELE (Español como Lengua Extranjera), con una orientación mayor hacia la descripción de los rasgos idiosincrásicos, culturales y sociales de lo español y lo hispánico era una tarea pendiente. Y esa circunstancia nos ha llevado a preparar un material didáctico adecuado que responda a ese desafío. Véase Felices et alii (2003). No debe olvidarse que las manifestaciones culturales que emanan de los hechos y fenómenos económicos configuran un tanto por ciento considerable de la identidad cultural de esa comunidad heterogénea que se denomina mundo hispánico.

Un proyecto de esas características debería partir de los siguientes aspectos y objetivos:

- Estructurarse por medio de contenidos temáticos. Las actividades de explotación de dichos contenidos deberían corresponder a diferentes enfoques de enseñanza, creando en conjunto un eclecticismo metodológico, ya que hoy en día resulta esencial la combinación del enfoque por tareas, el enfoque comunicativo y actividades tradicionales de inspiración estructuralista.
- Como ya se ha indicado anteriormente, en España aún no se había realizado un manual didáctico con una clara orientación a la enseñanza del léxico y las características fundamentales de la economía española y las de los países de América Latina con mayor volumen de actividad económica. Por lo tanto, estos contenidos constituyen un nicho formativo muy importante con una clara demanda en el mercado de E/LE.
- Resultaría de sumo interés desarrollar una sección para aprender el protocolo y las claves del éxito en los negocios con españoles, argentinos, mejicanos, chilenos o peruanos.
- Diseñar tareas a través de Internet y en conexión con los temas económicos sectoriales sería, asimismo, fundamental.

• La información sobre economía española e iberoamericana forma parte de diversos capítulos de los temarios de los exámenes organizados por la Cámara de Comercio e Industria de Madrid para la obtención del Certificado Superior y/o Diploma de Español de los Negocios. Por lo tanto, disponer de materiales adecuados, sistematizados y adaptados a esa circunstancia supone una gran ayuda para muchos aspirantes a la obtención de los títulos mencionados cada año.
• El estudio de la economía sectorial por países permite abordar los distintos registros del lenguaje, desde el formal y el técnico hasta el popular y periodístico. Es más, un material con ese perfil debe incluir de manera exhaustiva el tratamiento de la terminología especializada con equivalencias en una o varias lenguas.

La forma de darle un perfil concreto a ese cúmulo de aspectos y objetivos antes descritos sería a través de un nuevo texto de E/LE con la orientación buscada y donde deberían encontrarse secciones como éstas:

• Temas clave de economía española con sus correspondientes actividades.
• Artículos de prensa relacionados con el tema de economía española de cada unidad y con sus correspondientes actividades.
• Información y actividades para conocer las claves culturales y protocolarias para hacer negocios con éxito en España y diversos países de Hispanoamérica.
• Tratamiento en profundidad de los rasgos esenciales de la economía de los países iberoamericanos, uno por cada unidad de contenido, a través de tres apartados con sus actividades correspondientes.
• Planteamiento de una o más tareas relacionadas con los temas de economía española e iberoamericana de cada unidad a través de la red (Internet) y que suponen un trabajo de investigación para que el alumno profundice en los temas tratados.

3. Programación y muestras de actividades.

La enseñanza de la economía sectorial española adaptada al alumno de E/LE debería partir de un nivel medio alto y avanzado e incluir como mínimo y a grandes rasgos los temas siguientes:

• Los condicionantes naturales y las infraestructuras
• Las características de la población
• La economía del sector primario
• La economía del sector secundario
• Las claves del sector terciario (la estructura del sistema financiero; el papel del sector turístico; comercio exterior e inversiones).

La enseñanza de la economía latinoamericana adaptada al alumno de E/LE debería tomar en consideración también los mismos aspectos destacados en el caso español, pero únicamente en el enfoque de cada país por separado. Ahora bien, dadas las peculiaridades geoestratégicas y socioeconómicas de toda la región, excluyendo EE.UU. y Canadá, se debe hacer referencia directa o indirectamente a los temas siguientes:

- Situación socio-económica
  - desarrollo desigual entre países
  - conflictividad (guerrillas, marginación, minorías, crisis político-económicas, etc.)
  - concentraciones productivas
  - crisis de deuda y estancamiento
- Los condicionantes del futuro
  - la globalización y el liberalismo económico
  - las reformas sociales y económicas
  - las inversiones
- Procesos de integración regional
- España e Iberoamérica

En consecuencia, en el índice de la obra donde se plasma el proyecto didáctico descrito (Véase Felices et alii, 2003) se han desarrollado los siguientes temas:
(Por razones de espacio, sólo incluimos los títulos más generales)

UNIDAD 1: ESPAÑA: La infraestructura natural de la economía española. AMÉRICA LATINA: Argentina. **UNIDAD 2**: ESPAÑA: Panorama de la población. AMÉRICA LATINA: Uruguay. **UNIDAD 3**: ESPAÑA: El sector agropecuario. AMÉRICA LATINA: Chile. **UNIDAD 4**: ESPAÑA: El sector pesquero. AMÉRICA LATINA: Brasil. **UNIDAD 5**: ESPAÑA: El sector industrial y la construcción. AMÉRICA LATINA: Perú. **UNIDAD 6**: ESPAÑA: Los tipos de sociedades. AMÉRICA LATINA: Colombia. **UNIDAD 7**: ESPAÑA: El sistema financiero. AMÉRICA LATINA: Venezuela. **UNIDAD 8**: ESPAÑA: El sector turístico. AMÉRICA LATINA: América Central: Panamá. **UNIDAD 9**: ESPAÑA: Los medios de transporte y las infraestructuras. AMÉRICA LATINA: México. **UNIDAD 10**: ESPAÑA: Comercio interior, comercio exterior e inversiones. AMÉRICA LATINA: Cuba.
ANEXO I: La integración económica en América Latina. **ANEXO II**: El papel económico de los hispanohablantes en Estados Unidos. **ANEXO III**: El estatus de Puerto Rico. **ANEXO IV**: Hispanos en Miami.

La tipología de textos y ejercicios en el volumen seleccionado es muy diversa. Ésa es la razón de que no se pueda circunscribir a una única tendencia metodológica y hayamos defendido anteriormente su carácter ecléctico. En las líneas que siguen vamos a presentar algunas muestras muy sintetizadas de textos y actividades que sirvan para dar una idea de lo que decimos, si bien por razones de espacio no podamos ofrecer una tipología mucho más completa. Todas las referencias a páginas pueden comprobarse en el manual que da cuerpo al proyecto (Felices et alii, 2003).

A) TEXTOS

A.1) TEXTO DESCRIPTIVO DE ELABORACIÓN PROPIA (FORMAL)
Sección: España en su economía, página 64.

EL SECTOR PESQUERO
Con una flota de más de 16.000 barcos, España llega al siglo XXI como la principal potencia pesquera en la Unión Europea. Con una demanda de más de 40 kilos por persona y año, España es también uno de los principales consumidores del mundo de

este tipo de productos, por detrás de Japón. Sin embargo, el peso de su flota y la pasión por el consumo de pescado no guardan relación con las posibilidades de pesca en aguas propias. El aprovisionamiento del mercado depende fundamentalmente de las capturas de la flota pesquera en caladeros de terceros países, así como de unas importaciones muy elevadas (casi dos tercios del pescado consumido hoy en España). Todo ello ha provocado un fuerte crecimiento de los precios de los productos de la pesca y que, dadas las cotizaciones en origen y destino, en mucho casos los cargamentos de pescado fresco lleguen a diario por vía aérea. (...)

A.2) TEXTO DESCRIPTIVO DE FUENTE ORIGINAL (FORMAL)
Sección: Fundamentos de la economía chilena, página 55.
Si bien Chile es un país con gran potencial agrícola y un importante exportador de productos hortofrutícolas a EE.UU. y Europa, al aprovechar la inversión de las estaciones, paradójicamente el sector atraviesa una grave crisis desde finales del siglo pasado debido al incremento de los **costes de producción** y al establecimiento de restricciones a los productos chilenos en los mercados exteriores. Los productos más importantes de su sector agrario son los hortofrutícolas, el vino y los recursos forestales de todo tipo, cuya explotación se concentra al sur del país. El sector forestal incrementa su importancia con el valor añadido incorporado a las manufacturas de madera destinadas a la exportación. Por otra parte, la pesca es una actividad en fuerte expansión en el norte del país. El 90 % de la producción pesquera es absorbida por la industria reductora, fundamentalmente con destino al consumo animal (harinas de pescado y aceites). (...)

A.3) TEXTO PERIODÍSTICO DE FUENTE ORIGINAL (FORMAL)
Sección: Noticias breves, página 155.
Experiencia panameña
Panamá adoptó el dólar en 1904, mediante un acuerdo con el Gobierno de Teodoro Roosevelt. Desde entonces, este país centroamericano no ha emitido billetes en moneda nacional, el balboa, excepto en un breve periodo en 1941, cuando funcionó una especie de "caja de compensación". Durante años ha sido un banco privado americano, el Chase Manhattan, quien ha suministrado los dólares al país. Esta labor fue asumida, en los años sesenta, por el Banco Nacional de Panamá, que estableció un acuerdo con la Reserva Federal de Nueva York. A finales de los años ochenta, la crisis financiera panameña llevó a Washington a imponer severas restricciones a Panamá, entre ellas, las de no recibir más dólares, que tuvieron que obtenerse a través de bancos privados. Posteriormente, la situación volvió a la normalidad. Sin embargo, no ha dejado de ser un serio aviso para navegantes.
Adaptación del artículo de Manuel Navarro publicado en El País Negocios.

A.4) TEXTO PERIODÍSTICO DE FUENTE ORIGINAL (INFORMAL)
Sección: Así nos ven, así nos vemos: En España (3), página 146.
Las negociaciones
En España, algunos condicionantes culturales no favorecen la negociación del ganar-ganar. ¿Qué es eso? En cualquier manual de buena negociación se requiere que el resultado final sea satisfactorio para todas las partes; eso supone que nadie debe ganar sobre el otro. Y en este sentido, España tiene interiorizada una cultura de negociación de enfrentamiento. Es particularmente frecuente en las relaciones laborales

entre la representación empresarial y la sindical. Nadie en este país se atrevería iniciar la negociación del convenio afirmando: "Bien, ustedes piden cinco y nosotros tres. Pues acordemos un 4%". Alguien tan juicioso se metería en un buen lío y sería incomprendido por unos y otros. ¡Es preferible perder horas y horas en discusiones estériles! El rito de la negociación de enfrentamiento requiere un liturgia de propuestas, contrapropuestas, desplantes, rupturas y, finalmente, firma de la supuesta pipa de la paz.

A.5) DIÁLOGO DE ELABORACIÓN PROPIA (INFORMAL)

Sección: Así nos ven así nos vemos, página 19.
Unos días después, Kurt visita a Adolfo Galtieri en la sede de su empresa. Adolfo va vestido con chaqueta y corbata, pese al calor del verano y Kurt con una camisa de manga corta:
Adolfo: ¡Hola, buenos días! ¡No se pare!
Kurt: ¡Hola! ¿Qué tal?
Adolfo: Muy bien, gracias. ¿Y usted?. Perdone la tardanza pero estaba con la comisión directiva
Kurt: Bien, pero con mucho calor.. No se preocupe
Adolfo: Bueno, este ... espero que se solucione el problema pronto....¿Y cómo lo está pasando usted aquí?. No encuentro mis cigarrillos para ofrecerle uno.
Kurt: Bastante bien. Gracias. Buenos Aires es una ciudad típicamente hispanoamericana, el caos de las calles me recuerda mucho a D.F. y a San José, aunque la gente aquí habla un poco más raro... je,je... He estado haciendo un poco de guiri y he visitado el Museo Nacional de Bellas Artes y el Museo Nacional de Arte Decorativo, son guays, pero aun no he encontrado un buen museo de arte contemporáneo. (...)

B) ACTIVIDADES

B.1) EJERCICIOS ESTRUCTURALES Y MEMORÍSTICOS

- Une los conceptos a sus definiciones correspondientes (p. 29):
población activa, tasa de natalidad, desempleo, inmigrantes.
a) Gran desequilibrio entre la demanda y la oferta de trabajo.
b) Personas de distinta nacionalidad que llegan a otro país en busca de trabajo.
c) Índice anual de nacimientos en proporción a la población total de un país.
d) El número de habitantes que se encuentra en situación de acceder al mercado laboral.

- Indica si las siguientes afirmaciones son verdaderas o falsas (p. 30):
a) La población española es eminentemente rural, el 76% vive en el campo y el 24% en la ciudad.
b) La población española tiende a concentrarse en la periferia y zonas marítimas,abandonando progresivamente el interior peninsular.
c) El problema de España es el envejecimiento de la población que está acelerándose y se acerca al crecimiento cero.
d) España tiene suficiente esperanza de renovación generacional y no tiene a largo plazo necesidad de población externa.

-Elije la respuesta adecuada (p. 30):

1.El número de habitantes por kilómetro cuadrado de un país se denomina también:
   a) Tasa de fecundidad
   b) Tasa de natalidad
   c) Tasa de población
   d) Tasa de desempleo

2. Las urbes más pobladas de España son:
   a) Málaga, Madrid, Alicante, Valencia
   b) Madrid, Bilbao, Valencia, Sevilla
   c) Madrid, Barcelona, Granada, Sevilla
   d) Madrid, Barcelona, Valencia, Sevilla

B.2) EJERCICIOS COMUNICATIVOS

- Hablando en parejas, comentad (p. 46):

¿En qué creéis que consiste exactamente el sector agropecuario?
¿Qué importancia económica tiene en vuestros respectivos países la agricultura y la ganadería?

- Responde a las siguientes preguntas relacionadas con el modo de concebir una relación empresarial jerarquizada en tu propio país. Comparte tus respuestas con alguien de la clase que pertenezca a una cultura diferente a la tuya. Finalmente, decidid lo que creéis que respondería una persona de Chile (p. 54).

	Tú	Tu compañero/a	Alguien de Chile
1 ¿Crees que debe haber un distanciamiento entre jefes y empleados?			
2 ¿Qué rasgos positivos y negativos crees que existen en la jerarquía empresarial?			
3 ¿Crees que un jefe debe contar con la opinión de sus empleados?			
4 ¿Cómo definirías el prototipo de jefe?			

- Este es un fragmento de un saludo entre colombianos. A partir de la información del texto, ordénalo adecuadamente. Una vez que el texto está ordenado nos reuniremos en grupos para señalar qué características del protocolo comercial colombiano se pueden observar en el diálogo (p. 110).

- No te preocupes, a mí también me pasa. ¿Cómo sigues?.
- Debes cuidarte más, que los años pasan y no nos damos cuenta.
- Pues ya ves, sigo con los mismos síntomas.
- ¿Qué te pareció el partido de ayer?
- ¡Vaya!. Pues entonces podemos ir a tomar algo al bar de Lucas.
- No estuvo mal pero los jugadores no estuvieron a la altura
- ¡Hola!, ¡Buenos días! . Perdona por la tardanza, pero el tráfico hoy está imposible

- Si es verdad, los futbolistas no estaban concentrados
- Oye, ¿qué tal va tu mujer con sus mareos?.
- Muy bien. El pequeño quiere hacerse un piercing y estoy intentando convencerle de que no se lo haga pero me va a resultar difícil. ¡Menudas modas!
- Y que lo digas. Parece que fue ayer cuando terminé los estudios y ya hace veinte años.
- Mi hija pequeña también quiere ponerse a la moda y se ha hecho un tatuaje. Yo prefiero no pensarlo.
- Está un poco mejor pero todavía tiene algunos. Gracias. ¿ Y tu familia que tal?
- Por cierto, se me olvidaba decirte que la reunión de hoy se ha cancelado para mañana.
- ¡Ah!. Pues no es mala idea. Venga, vamos.

B.3) PLANTEAMIENTO DE CASOS Y TAREAS

1. ZONA WEB: COSTA RICA (p. 158)
Además de Panamá, en esta unidad vamos a obtener información sobre otro país centroamericano, Costa Rica, y de este país vamos a conocer uno de los aspectos económicos más relevantes de todos: el turismo. Para empezar nos iremos a la siguiente página.

http://www.cr/turismo.html

Una vez que estamos en la página de inicio hacemos clic en ***InfoWeb***. Dentro de esta página hacemos clic en ***Estadísticas de Costa Rica*** que está situado en el margen izquierdo, en el sexto lugar. Después hacemos clic en ***Económicas*** y después en ***Indicadores Económicos***. El Sistema de Indicadores sobre Desarrollo Sostenible (SIDES) tiene una serie de objetivos que cumplir, pero ¿cómo creéis que podemos conseguirlos? ¿Qué tipos de proyectos e iniciativas creéis que nos pueden ayudar a tener éxito en esta tarea?

Ahora volvemos a la página anterior y hacemos clic en ***Estadísticas Económicas*** y después nos vamos a ***Estadísticas*** y hacemos clic en ***Turismo*** que está situado dentro de la sección ***Estadísticas Económicas***. Escribid un informe en grupos en el que plasméis la evolución y la historia del turismo en Costa Rica y su influencia, importancia e incidencia en la economía del país en los últimos años.

Uno de los atractivos turísticos más relevantes de Costa Rica lo podemos encontrar en sus parques naturales. Para conocerlos mejor nos iremos al enlace ***Parques Nacionales*** que está situado en la página del enlace ***infoweb*** .Como habéis podido observar, la oferta en este sector es muy amplia y variada. Para conocer más profundamente este área del turismo costarricense dividiremos la clase en grupos (cuantos más grupos mejor) y haremos un estudio completo del parque que hayamos elegido. Finalmente, haremos una exposición en clase plasmando las características más relevantes para el turista que lo vaya a visitar.

Como última tarea en esta sección, os brindamos la oportunidad de poder realizar vuestro propio viaje a Costa Rica. Para esto, dividiremos la clase en dos secciones.

La sección A estará formada por aquellos estudiantes que simularán ser empleados de una agencia de viajes y su misión será dar toda la información que el cliente le pida.

La sección B estará formada por aquellos que desean viajar y su función , por lo tanto, será obtener toda la información posible. Para realizar esta actividad, los alumnos de la sección A pueden hacer clic en la sección inferior de la página en la que encontrarán el siguiente texto con enlaces:
En el momento de planear un viaje lo importante es contar con *Tour Operadores*, empresas de *Rent a Car* , *Hoteles*, y lugares interesantes para visitar.

Haced clic en los tres enlaces y una vez que creáis estar suficientemente informados podéis empezar el role play.

2. En España los condicionantes culturales son profundos y se revelan en la manera de ser de mucha gente y, por supuesto, también en la manera en que se suelen conducir las negociaciones. El estilo de *negociación del enfrentamiento* es, por lo tanto, más frecuente de lo que sería deseable. Aquí os ofrecemos dos casos planteados a un negociador español de ese tipo. Léelos. Después en grupos de dos tenéis que plantear las soluciones a ambos problemas, pero bajo la filosofía del *ganar-ganar* (p. 148):

NEGOCIADOR

Con su equipo	Con un cliente
Un miembro del equipo plantea continuos problemas y retrasos porque no sabe ni se acostumbra a trabajar en equipo. El responsable sin más explicaciones, le retira del equipo y del proyecto.	Ha decidido rechazar un pedido y denunciar el contrato porque ha recibido la mercancía en condiciones defectuosas. El responsable lo rechaza de plano, responsabiliza al transportista de los daños y se niega en rotundo a buscar y ofrecerle una solución.

Ahora vosotros

Bibliografía:

Czinkota, A. y Ronkainen I.A. (1993) *International Marketing*. (3ª ed.). Orlando, The Dryden Press.

Fajardo, M. y González, S. (1995) *Marca registrada. Español para los negocios*. Madrid, Universidad de Salamanca y Santillana.

Felices Lago, A. (1996) "*Panorama y perspectivas del español empresarial en España*", Mezinárodní Konference. Odborny jazyk v podmínkách trzní ekonomiky, (Praga, 14-15 septiembre, 1995). Vlasta Hlavicková (Ed.), Praga, Vysoká Skola Ekonomická, pp. 372-381.

Felices Lago, A. (2000) "*Revisión crítica de la enseñanza de los tecnolectos empresariales en España*", Lebende Sprachen (Zeitschrift für fremde Sprachen in Wissenschaft und Praxis). XLV. Nr 2/2000, pp. 75-78.

Felices Lago, A. et alii (2003) *Cultura y negocios. El español de la economía española y latinoamericana*. Madrid, Edinumen.

Hofstede, G. (1991) *Cultures and Organisations, Software of the Mind, Intercultural Cooperation and its Importance for Survival*. Londres, McGraw-Hill.

Martín Uriz, A.M. y otros (1989) *El español de los negocios*. Madrid, SGEL.

Tayeb, M. (1994) "*Organisations and national culture: methodology considered*", Organisation Studies, 15, pp. 429-446.

Trompenaars, F. (1993). Londres, The Economist