

INSTITUTO CARO Y CUERVO
SEMINARIO ANDRÉS BELLO

**MAESTRÍA EN ENSEÑANZA DE ESPAÑOL COMO LENGUA EXTRANJERA Y
SEGUNDA LENGUA**

**INVENTARIO LÉXICO PARA LA ENSEÑANZA DE ESPAÑOL DE NEGOCIOS
EN AMÉRICA**

Niveles A1, A2, B1

YENNY ESMERALDA URREGO JIMÉNEZ

BOGOTÁ
2020

INSTITUTO CARO Y CUERVO
SEMINARIO ANDRÉS BELLO
MAESTRÍA EN ENSEÑANZA DE ESPAÑOL COMO LENGUA EXTRANJERA Y
SEGUNDA LENGUA

INVENTARIO LÉXICO PARA LA ENSEÑANZA DE ESPAÑOL DE NEGOCIOS
EN AMÉRICA

Niveles A1, A2, B1

YENNY ESMERALDA URREGO JIMÉNEZ

Trabajo de grado para obtener el título de Magíster en
Enseñanza de español como lengua extranjera y segunda lengua

DIRECTORA METODOLÓGICA: SANDRA MILENA DÍAZ LÓPEZ
DIRECTORA DISCIPLINAR: GLORIA VIVIANA NIETO MARTÍN

BOGOTÁ
2020



SUSTENTACIÓN DE TRABAJO DE GRADO

Código: FOR-F-07

Versión: 3.0

Página 1 de 2

Fecha: 08/03/2018

El Instituto Caro y Cuervo, Facultad Seminario Andrés Bello, en Bogotá el día 23 de octubre de 2020, siendo las 11:00 a.m., confirma que la sustentación del trabajo de grado de la estudiante: Yenny Esmeralda Urrego Jiménez con C.C. número 1012395866 expedida en Bogotá, titulado: Inventario léxico para la enseñanza de español de negocios en América. Niveles A1, A2 y B1, tuvo lugar en el Instituto Caro y Cuervo en presencia de la coordinadora del programa académico de la Facultad Seminario Andrés Bello y de los siguientes evaluadores:

1. Emma Ariza Herrera
con C.C. 41.780.636, expedida en Bogotá;
2. Diana Ruggiero
con DNI 23.303.500 expedido en Buenos Aires (Argentina)

La evaluadora Emma Ariza le otorgó la nota de 5.0 (cinco punto cero);

La evaluadora Diana Ruggiero le otorgó la nota de 5.0 (cinco punto cero);

Es por ello, que al promediar las notas de los evaluadores se le otorga la nota final de 5.0: tesis laureada. Adjuntas a este documento se encontrarán las evaluaciones que los jurados escribieron previamente a la sustentación.

Las discusiones en la sustentación que cambiaron la perspectiva de los evaluadores se detallan a continuación.

- Es un trabajo que supera las expectativas y se destaca por su aporte metodológico, dado que se adoptó un método efectivo para lograr un inventario con estas características y un alto nivel de rigurosidad.
- El producto se constituye en una contribución fundamental en términos didácticos.
- Este trabajo se encuentra en un nivel doctoral, de modo que con un desarrollo adicional podría ser presentado con éxito en este nivel de formación.

Siendo las 12:20 se da por terminada la sustentación. En constancia firman:



SUSTENTACIÓN DE TRABAJO DE GRADO

Código: FOR-F-07

Versión: 3.0

Página 2 de 2

Fecha: 08/03/2018

EVALUADORES:

Emma Ariza

1. _____

Nombre: Emma Ariza

C.C. 41.780.636 expedida en Bogotá

DocuSigned by:

Diana Ruggiero

65959B1B6B0B43B...

2. _____

Nombre: Diana Ruggiero

DNI 23.303.500 expedido en Buenos Aires (Argentina)

TUTOR TRABAJO DE GRADO:

Gloria Viviana Nieto Martín

ACLARACIÓN DE FIRMA: Gloria Viviana Nieto Martín

CC 52.805.460

COORDINADOR DE LA MAESTRÍA (autorizado)

Sandra Milena Díaz López

ACLARACIÓN DE FIRMA: Sandra Milena Díaz López

CC 52.765.521 expedida en Bogotá

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES PARA LA CONSULTA Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO

Bogotá, D.C., 6 de noviembre de 2020.

Señores
BIBLIOTECA JOSÉ MANUEL RIVAS SACCONI
Cuidad

Estimados Señores:

Yo, YENNY ESMERALDA URREGO JIMÉNEZ, identificada con C.C. N.º 1.012.395.866, autora del trabajo de grado titulado INVENTARIO LÉXICO PARA LA ENSEÑANZA DE ESPAÑOL DE NEGOCIOS EN AMÉRICA - NIVELES A1, A2, B1, presentado en el año de 2020 como requisito para optar el título de MAGÍSTER EN ENSEÑANZA DE ESPAÑOL COMO LENGUA EXTRANJERA Y SEGUNDA LENGUA, autorizo a la Biblioteca José Manuel Rivas Sacconi del Instituto Caro y Cuervo para que con fines académicos:

- Ponga el contenido de este trabajo a disposición de los usuarios en la biblioteca digital Palabra, así como en redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio el Seminario Andrés Bello y el Instituto Caro y Cuervo.
- Permita la consulta a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, ya sea formato impreso, CD-ROM o digital desde Internet.
- Muestre al mundo la producción intelectual de los egresados de las Maestrías del Instituto Caro y Cuervo.
- Todos los usos, que tengan finalidad académica; de manera especial la divulgación a través de redes de información académica.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, **“Los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores”**, los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables. Atendiendo lo anterior, siempre que se consulte la obra, mediante cita bibliográfica se debe dar crédito al trabajo y a su autora.



1.012.395.866

Firma y documento de identidad

DESCRIPCIÓN TRABAJO DE GRADO

AUTOR O AUTORES

Apellidos	Nombres
Urrego Jiménez	Yenny Esmeralda

DIRECTOR (ES)

Apellidos	Nombres
Nieto Martín Díaz López	Gloria Viviana Sandra Milena

TRABAJO PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE: MAGÍSTER EN ENSEÑANZA DE ESPAÑOL COMO LENGUA EXTRANJERA Y SEGUNDA LENGUA

TÍTULO DEL TRABAJO: INVENTARIO LÉXICO PARA LA ENSEÑANZA DE ESPAÑOL DE NEGOCIOS EN AMÉRICA

SUBTÍTULO DEL TRABAJO: NIVELES A1, A2, B1

NOMBRE DEL PROGRAMA ACADÉMICO: MAESTRÍA EN ENSEÑANZA DE ESPAÑOL COMO LENGUA EXTRANJERA Y SEGUNDA LENGUA

CIUDAD: BOGOTÁ AÑO DE PRESENTACIÓN DEL TRABAJO: 2020

NÚMERO DE PÁGINAS: 159

TIPO DE ILUSTRACIONES: Ilustraciones ___ Mapas ___ Retratos ___ Tablas, gráficos y diagramas x Planos ___ Láminas ___ Fotografías ___

MATERIAL ANEXO (Vídeo, audio, multimedia):

Duración del audiovisual: _____ Minutos.

Número de casetes de vídeo: _____ Formato: ___ Mini DV ___ DV Cam ___ DVC Pro ___
Vídeo 8 _____

Hi 8 ___ Otro. Cual? _____

Sistema: Americano NTSC _____ Europeo PAL _____ SECAM _____

Número de casetes de audio: _____

Número de archivos dentro del CD (En caso de incluirse un CD-ROM diferente al trabajo de grado):

PREMIO O DISTINCIÓN (En caso de ser Laureadas o tener una mención especial):

Tesis Laureada.

DESCRIPTORES O PALABRAS CLAVES: Son los términos que definen los temas que identifican el contenido. *(En caso de duda para designar estos descriptores, se recomienda consultar a la dirección de biblioteca en el correo electrónico biblioteca@caroycuervo.gov.co):*

ESPAÑOL	INGLES
Español como lengua extranjera	Spanish as a foreign language
Español con fines específicos	Spanish for specific purposes
Español de negocios	Business Spanish
Lengua de especialidad	Specialist language
Español en América	Spanish language in the Americas
Selección léxica objetiva	Objective-based selection

RESUMEN DEL CONTENIDO Español (máximo 250 palabras):

Constatamos que la demanda de español de negocios ha venido creciendo en los últimos años. Los estudiantes cada vez más requieren especificidad en su aprendizaje. A pesar de esto, la oferta de formación los enfrenta a cursos de español general y solo después de lograr un nivel intermedio o avanzado, se enfocan en su necesidad real: el español de negocios. Convencidos de que la enseñanza de lengua debe responder a las necesidades de los estudiantes desde el inicio de la formación, decidimos crear una propuesta enfocada en los niveles iniciales y adentrarnos en lo que representa la mayor particularidad de las lenguas para fines específicos: el léxico. No obstante, la primera impresión que puede surgir en su acercamiento, en términos de Leeman (2005), es el vértigo del infinito, dada la gran cantidad de sinónimos, palabras polisémicas y variantes diatópicas existentes en la lengua española.

Las características más importantes de este inventario son su pertinencia para estudiantes anglófonos, o aquellos que tengan como lengua vehicular la lengua inglesa, ya sea lengua extranjera o segunda lengua de niveles A1, A2 y B1, según el Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas (MCERL); la selección léxica objetiva, lograda a través de la revisión de estudios previos y la búsqueda en corpus lingüísticos; la consideración de unidades léxicas univerbales y pluriverbales; su contraste con manuales de enseñanza; la delimitación del léxico considerando los fenómenos de sinonimia, antonimia y polisemia, y la especificación de la transparencia u opacidad de las unidades léxicas producto de fuentes en inglés, con el fin de proporcionar herramientas de selección para los usuarios del inventario (docentes y creadores de materiales).

RESUMEN DEL CONTENIDO Inglés (máximo 250 palabras):

The demand for business Spanish has been growing in recent years. Students increasingly require specificity in their learning process. Despite this fact, training offers face them to general Spanish courses and only after achieving an intermediate or advanced level, they focus on their real need: business Spanish. We are convinced that language teaching must meet student's needs from the beginning of their training, that is why we decided to create a proposal focused on beginner levels and delve into what represents the greatest particularity of languages for specific purposes: the lexis. However, the first impression that may arise in its approach, in terms of Leeman (2005), is the vertigo of how endless it is, given the large number of synonyms, polysemic words and variants existing within the Spanish language.

Given the complexity of approaching the Spanish lexis and the lack of a corpus in this field, this research aims to create an inventory of lexical units of business Spanish (specialist language). The most important characteristics of this inventory are: its relevance for English-speaking students at levels A1, A2 and B1, according to the CEFR; objective-based lexical selection, achieved through reviewing previous studies and researching in linguistic corpora; considering individual lexical items and multi-word items; its contrast with teaching materials; specifying lexis considering the phenomena of synonymy, antonymy and polysemy, and identifying linguistic transparency and opacity of lexical items from sources in English, in order to provide selection tools for the users of the inventory (teachers and material developers).

Resumen

Constatamos que la demanda de español de negocios ha venido creciendo en los últimos años. Los estudiantes cada vez más requieren especificidad en su aprendizaje. A pesar de esto, la oferta de formación los enfrenta a cursos de español general y solo después de lograr un nivel intermedio o avanzado, se enfocan en su necesidad real: el español de negocios. Convencidos de que la enseñanza de lengua debe responder a las necesidades de los estudiantes desde el inicio de la formación, decidimos crear una propuesta enfocada en los niveles iniciales y adentrarnos en lo que representa la mayor particularidad de las lenguas para fines específicos: el léxico. No obstante, la primera impresión que puede surgir en su acercamiento, en términos de Leeman (2005), es el vértigo del infinito, dada la gran cantidad de sinónimos, palabras polisémicas y variantes diatópicas existentes en la lengua española.

Dada la complejidad de su abordaje y la inexistencia de corpus en este ámbito, la presente investigación tiene como objetivo crear un inventario de unidades léxicas de español de negocios (lengua de especialidad). Las características más importantes de este inventario son su pertinencia para estudiantes anglófonos, o aquellos que tengan como lengua vehicular la lengua inglesa, ya sea lengua extranjera o segunda lengua de niveles A1, A2 y B1, según el Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas (MCERL); la selección léxica objetiva, lograda a través de la revisión de estudios previos y la búsqueda en corpus lingüísticos; la consideración de unidades léxicas univerbales y pluriverbales; su contraste con manuales de enseñanza; la delimitación del léxico considerando los fenómenos de sinonimia, antonimia y polisemia, y la especificación de la transparencia u opacidad de las unidades léxicas producto de fuentes en inglés, con el fin de proporcionar herramientas de selección para los usuarios del inventario (docentes y creadores de materiales).

Por ello, el marco teórico estuvo fundamentado en la enseñanza del léxico y los fenómenos que se deberían contemplar en su delimitación y tratamiento, tales como el enfoque léxico, la inclusión de unidades pluriverbales, la selección y las relaciones léxicas, así como los criterios de facilidad de aprendizaje. Con el fin de ofrecer una perspectiva equilibrada entre la frecuencia léxica y la pertinencia para su enseñanza, se optó, en términos metodológicos, por los métodos mixtos de investigación. Se puso en práctica un diseño incrustado que permitió que la información cuantitativa apoyara la cualitativa. Los resultados muestran un inventario consolidado, en el que se contemplan los fenómenos léxicos más relevantes para la lengua de especialidad. Finalmente, se concluye con las particularidades que deben tenerse en cuenta a la hora de abordar contenidos léxicos para fines específicos, dentro de los que se destacan las especificidades culturales que se reflejan directamente en la selección de léxico.

Palabras clave: español como lengua extranjera, español con fines específicos, español de negocios, lengua de especialidad, español en América, selección léxica objetiva.

Abstract

The demand for business Spanish has been growing in recent years. Students increasingly require specificity in their learning process. Despite this fact, training offers face them to general Spanish courses and only after achieving an intermediate or advanced level, they focus on their real need: business Spanish. We are convinced that language teaching must meet student's needs from the beginning of their training, that is why we decided to create a proposal focused on beginner levels and delve into what represents the greatest particularity of languages for specific purposes: the lexis. However, the first impression that may arise in its approach, in terms of Leeman (2005), is the vertigo of how endless it is, given the large number of synonyms, polysemic words and variants existing within the Spanish language.

Given the complexity of approaching the Spanish lexis and the lack of a corpus in this field, this research aims to create an inventory of lexical units of business Spanish (specialist language). The most important characteristics of this inventory are: its relevance for English-speaking students at levels A1, A2 and B1, according to the CEFR; objective-based lexical selection, achieved through reviewing previous studies and researching in linguistic corpora; considering individual lexical items and multi-word items; its contrast with teaching materials; specifying lexis considering the phenomena of synonymy, antonymy and polysemy, and identifying linguistic transparency and opacity of lexical items from sources in English, in order to provide selection tools for the users of the inventory (teachers and material developers).

For this reason, the theoretical framework was based on lexis teaching and the phenomena that should be considered in its selection and teaching, such as the lexical approach, multi-word items, objective-based selection, lexical relations, and criteria facilitating language learning. In order to offer a balanced perspective between lexical frequency and appropriateness for teaching, we chose, as a methodological background, mixed methods research. We implemented the embedded design which allowed quantitative to support qualitative content. The results show a consolidated inventory, in which the most relevant lexical phenomena for specialist language (for Business Spanish) are considered. Finally, we conclude with the particularities that must be taken into account when addressing lexical content for specific purposes.

Among the most important ones, we can find cultural specificities for a more accurate lexis selection.

Keywords: Spanish as a foreign language, Spanish for specific purposes, business Spanish, specialist language, Spanish language in the Americas, objective-based selection.

ÍNDICE GENERAL

1.	Introducción.....	1
2.	Planteamiento del problema de investigación	2
3.	Pregunta de investigación.....	5
4.	Objetivos.....	5
4.1.	Objetivo general	5
4.2.	Objetivos específicos	6
5.	Estado del arte.....	7
6.	Justificación	23
7.	Marco teórico.....	28
7.1.	Enseñanza y aprendizaje del español para fines específicos: el caso del español de negocios	28
7.2.	La competencia léxico-semántica y la enseñanza de léxico	30
7.3.	Las unidades léxicas pluriverbales.....	34
7.4.	Selección léxica.....	39
7.5.	La sinonimia, la antonimia y la polisemia	42
7.6.	Las variantes en el español de negocios	48
8.	Marco metodológico	52
8.1.	Pradigma y diseño de investigación	52
8.2.	Fuentes de análisis.....	54
8.3.	Fases de la investigación.....	59
8.3.1.1.	Juicio de expertos	61
8.3.1.2.	Matriz de verificación de variantes por nociones específicas (MAVENE)	69
8.3.2.	Fase II. Tratamiento de inventarios léxicos (Nelson, 2000) (Mascull, 2010) y contraste de las unidades obtenidas con manuales	70
8.3.2.1	Selección de unidades léxicas de negocios	71
8.3.2.2.	Transferencia al español.....	72
8.3.2.3.	Análisis de variantes	72
8.3.2.4.	Contraste con material para la enseñanza publicado	73

8.3.2.5. Variante recomendada	73
8.3.2.6. Transparencia u opacidad léxica con respecto al inglés	73
8.3.3. Fase III. Consolidación del inventario.....	74
8.4. Análisis de la información	75
9. Resultados y discusión	92
10. Conclusiones y recomendaciones.....	135
11. Referencias.....	142

LISTA DE TABLAS

- Tabla 1. Consolidado del corpus BEC (Nelson, 2000)
- Tabla 2. Análisis categorial en grupos semánticos (Nelson, 2000)
- Tabla 3. Consolidado de resultados de jueces expertos
- Tabla 4. Biogramas de jueces expertos
- Tabla 5. Matriz de verificación de variantes por nociones específicas (MAVENE)
- Tabla 6. Matriz de análisis de unidades léxicas de lengua de negocios (MAULEN)
- Tabla 7. Ejemplo del tratamiento de variante sin cambio
- Tabla 8. Ejemplo del tratamiento de la polisemia
- Tabla 9. Ejemplo del tratamiento de la sinonimia
- Tabla 10. Ejemplo del tratamiento de la sinonimia con unidades complejas I
- Tabla 11. Ejemplo del tratamiento de la sinonimia con unidades complejas II
- Tabla 12. Ejemplo del tratamiento de la sinonimia con unidades complejas III
- Tabla 13. Ejemplo del tratamiento de la sinonimia con unidades complejas IV
- Tabla 14. Ejemplo del tratamiento de polisemia y sinonimia en una misma unidad léxica
- Tabla 15. Ejemplo del tratamiento de unidades transparentes
- Tabla 16. Unidades léxicas repetidas en varias entradas, ejemplo 1A
- Tabla 17. Unidades léxicas repetidas en varias entradas, ejemplo 1B
- Tabla 18. Unidades léxicas repetidas en varias entradas, ejemplo 2A
- Tabla 19. Unidades léxicas repetidas en varias entradas, ejemplo 2B
- Tabla 20. Ejemplo de unidades transparentes I
- Tabla 21. Ejemplo de unidades transparentes II
- Tabla 22. Ejemplo de unidades transparentes III
- Tabla 23. Ejemplo de unidades transparentes IV
- Tabla 24. Ejemplo de transparencia y frecuencia léxica I
- Tabla 25. Ejemplo de transparencia y frecuencia léxica II
- Tabla 26. Ejemplo de unidades pluriverbales I
- Tabla 27. Ejemplo de unidades pluriverbales II
- Tabla 28. Ejemplo de unidades pluriverbales III
- Tabla 29. Ejemplo de unidades pluriverbales IV
- Tabla 30. Ejemplo de unidades pluriverbales V
- Tabla 31. Ejemplo de unidades pluriverbales obtenidas de *Socios 1* y *Socios 2*

Tabla 32. Porcentaje de aporte de las fuentes para la selección de variantes recomendadas

Tabla 33. Muestra de MAVENE, noción específica El mundo laboral

Tabla 34. Muestra de MAVENE, noción específica En el banco

Tabla 35. Muestra de MAVENE, noción específica Economía y hacienda

Tabla 36. Muestra de MAVENE, noción específica Profesiones y oficios

Tabla 37. Muestra de MAVENE, noción específica Organización política y social

Tabla 38. Primeras cincuenta palabras positivas analizadas en MAULEN

Tabla 39. Inventario consolidado, letra A

Tabla 40. Muestra de unidades pluriverbales del inventario consolidado

LISTA DE GRÁFICAS

Gráfica 1. Nociones específicas seleccionadas como *esencial en la enseñanza de español de negocios*

Gráfica 2. Nociones específicas seleccionadas como *importante en la enseñanza de español de negocios, aunque no indispensable*

Gráfica 3. Porcentaje de unidades léxicas adaptadas en Hispanoamérica

Gráfica 4. Unidades pluriverbales producto de la selección léxica

Gráfica 5. Presencia de las unidades léxicas en los diccionarios consultados

Gráfica 6. Unidades presentes en la serie *Socios* con respecto a la totalidad de unidades seleccionadas

Gráfica 7. Unidades presentes en la serie *Socios* con respecto a nuestro inventario final

Gráfica 8. Porcentaje de reducción de variantes gracias a la selección léxica objetiva

Gráfica 9. Porcentaje de unidades según su transparencia u opacidad léxica con respecto al inglés

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Lenguas para fines específicos

Figura 2. Consolidado de unidades léxicas analizadas

Figura 3. Diseño incrustado de métodos mixtos (Díaz, 2014)

Figura 4. Fases de la investigación

Figura 5. Presentación del cuestionario de juicio de expertos

Figura 6. Cuerpo del cuestionario de juicio de expertos

Figura 7. Muestra de búsqueda en Corpes XXI de ‘apellido’

Figura 8. Muestra de búsqueda en Corpes XXI de ‘piscifactoría’

Figura 9. Muestra de traducción al inglés para la obtención de variantes diatópicas con la herramienta Spanishdict I

Figura 10. Muestra de traducción al español para la obtención de variantes diatópicas con la herramienta Spanishdict II

Figura 11. Muestra de búsqueda en Corpes XXI de ‘criadero de peces’

Figura 12. Muestra de búsqueda en Corpes XXI de ‘piscigranja’

Figura 13. Muestra de la frecuencia léxica en el Corpus del Español de Mark Davis de ‘dependiente’

Figura 14. Muestra del contexto en el Corpus del Español de Mark Davis de ‘dependiente’

Figura 15. Muestra de frecuencia léxica en el Corpus del Español de Mark Davis de ‘vendedor’

Figura 16. Muestra del contexto en el Corpus del Español de Mark Davis de ‘vendedor’

Figura 17. Continuum entre la lengua de especialidad y la lengua general.

LISTA DE ANEXOS

Anexo 1. Manuales para fines específicos consultados

Anexo 2. Cuestionario de juicio de expertos

Anexo 3. Matriz de verificación de variantes por nociones específicas (MAVENE)

Anexo 4. Palabras positivas eliminadas de Nelson (2000)

Anexo 5. Matriz de análisis de unidades léxicas de lengua de negocios (MAULEN)

Anexo 6. Inventario final de MAVENE

Anexo 7. Inventario final de MAULEN

Anexo 8. Inventario léxico de español de negocios en América para su enseñanza en los niveles A1, A2 y B1, lengua de especialidad

1. Introducción

La enseñanza de español para extranjeros tiene cada vez mayor demanda y las necesidades de los aprendientes son cada vez más específicas. No solo buscan aprender español para comunicarse en contextos cotidianos o familiares, sino enfrentarse al mundo laboral interactuando con personas del mundo hispano, especialmente del continente americano. En ese contexto, se han creado programas y materiales de español para fines específicos, los cuales han comenzado a suplir los vacíos de los programas de español general. No obstante, el componente léxico, a pesar de ser uno de los ejes fundamentales de los currículos para fines específicos, no ha tenido estudios significativos de selección léxica objetiva y planificada, que les permita a los estudiantes aprender de manera más eficaz y efectiva.

Con esta investigación se busca aportar al campo del español para fines específicos, en concreto a la lengua de especialidad de español de negocios, y proponer un inventario léxico para niveles A1, A2 y B1 que brinde, tanto a profesores como a creadores de materiales, una selección de léxico objetiva de lengua de especialidad de base. Este inventario podrá facilitar la labor de los agentes educativos, gracias a que podrán hacer una selección más precisa y pertinente, teniendo en cuenta las necesidades y los intereses específicos de su públicometeta.

Es por ello que en nuestra investigación analizamos el estado del arte en el campo de la enseñanza para fines específicos y las lenguas de especialidad, el léxico, su selección y las variedades del español para su enseñanza como lengua extranjera (ELE), con el fin de elaborar un inventario pertinente. Para su desarrollo, se retoman estudios previos, los cuales ofrecen un amplio panorama: en español, el *Vocabulario fundamental* de Santos Palmou (2017), organizado por las nociones específicas del Plan Curricular del Instituto Cervantes (PCIC); en inglés, las obras de Nelson (2000) y Mascull (2010), que hacen énfasis en la lengua de especialidad. Se escogió la lengua inglesa por ser la lengua materna de nuestro público meta, o en su defecto, la lengua vehicular con la que suelen llegar los estudiantes a los

países hispanoamericanos, asimismo porque es la lengua que ha influido el ámbito corporativo en el mundo entero, así como la enseñanza para fines específicos.

Finalmente, buscamos generar una aportación metodológica a la selección de léxico objetiva empleando métodos mixtos de investigación con el fin de obtener unidades léxicas pertinentes para aprendientes anglófonos, o cuya lengua vehicular sea el inglés, en los niveles mencionados.

2. Planteamiento del problema de investigación

Una de las grandes motivaciones para aprender una lengua extranjera es sin duda mejorar el perfil profesional. Cientos de personas se inscriben a cursos de lenguas para tener un mejor desempeño en su trabajo. Sin embargo, lo que se encuentran en clase es que, si bien pueden satisfacer sus necesidades de comunicación básica, no logran hacerlo en contextos reales con eficacia. Solo después de tener un nivel intermedio o incluso avanzado logran acercarse a contextos profesionales que les permiten realmente lograr sus objetivos. Si bien en la enseñanza de ELE ha habido grandes progresos en la creación de materiales, cursos y programas para la enseñanza con objetivos específicos, estos suelen estar enfocados en los niveles intermedio y avanzado. Esto lo podemos evidenciar en la alta oferta de manuales para niveles intermedios y avanzados que se encuentran en el mercado (ver Anexo 1), y la baja oferta que existe para los niveles básicos A1, A2 y B1, según el MCERL (Instituto Cervantes, 2001).

Ahora bien, si analizamos cuáles son los aspectos determinantes que diferencian un curso de español general frente a uno de español de negocios, nos daremos cuenta de que el aspecto léxico es uno de los más relevantes. Vemos que, dentro de las competencias lingüísticas planteadas por el MCERL, las dos competencias que requerirían un tratamiento especializado son la competencia ortoépica y la competencia léxica.

Por un lado, la competencia ortoépica, en la cual «se les pide [a los usuarios] que lean en alto un texto preparado o que utilicen en el habla palabras que han aprendido en su forma escrita» (MCERL) es significativa para las personas que utilizan el español en su trabajo, porque suelen requerir esta competencia, dado que usualmente tienen que leer

discursos en eventos. Por otro lado, la competencia léxico-semántica, definida como «el conocimiento del vocabulario de una lengua y la capacidad para utilizarlo» (MCERL), es foco de atención en los cursos de lenguas para objetivos específicos, dado que se busca que el estudiante pueda acceder a las palabras que demanda su entorno laboral. De esta manera, vemos que sin importar el enfoque que se privilegie, el componente clave e imprescindible resulta siendo el léxico. Richer (2007) resalta la importancia de este aspecto y menciona la necesidad de abordarlo de manera sistemática y rigurosa en el aula.

Reconocemos la importancia de las demás competencias (gramatical, fonológica y ortográfica), aunque no consideramos que su tratamiento en cursos de español general y español de negocios cambie radicalmente. Si bien existen cambios sintácticos y estilísticos en las lenguas de negocios, como demuestra Nelson (2000), las diferencias no son tan significativas como en el léxico. Además, como asevera Pérez Serrano (2017), es importante recalcar que la competencia léxico-semántica no solo está relacionada con la competencia lingüística, sino que además es parte integrante de las competencias sociolingüística y pragmática, ya que una variante lingüística conlleva el conocimiento de la forma, el significado y su uso en una comunidad de habla específica.

Así pues, si queremos acercar al estudiante al léxico, nos enfrentamos con una tarea colosal, debido a que existen miles de unidades léxicas en español, además de una gran cantidad de variantes presentes en diversas latitudes del mundo hispano, sin contar con los términos especializados de cada rol laboral o incluso de cada empresa. Como afirma Leeman (2005), «el léxico proporciona el vértigo del infinito: miles de palabras, casi todas polisémicas, que multiplican los sentidos para ser dominados, atravesados por sinónimo asimétrico o relaciones antonímicas, que varían según los usos» (p. 89).

Adicionalmente, hemos identificado otra problemática: las limitaciones de la capacidad de memoria de trabajo de los aprendientes. Como se demuestra en el recorrido histórico de Pelegrina et al. (2016), desde el siglo XIX se han realizado estudios que demuestran las evidentes limitaciones de la memoria humana, donde la capacidad de recordación se limita a “siete sílabas sin sentido tras una lectura de una lista de sílabas” (p. 199). A este respecto, Sweller (2011) afirma que la adquisición de información nueva se realiza mediante procedimientos de generación y prueba, en los que se procesan cantidades de información muy limitadas. De tal manera, evidenciamos que para abordar el léxico es necesario delimitar las unidades léxicas, si se tiene en cuenta que las capacidades de recordación y procesamiento son limitadas.

Asimismo, esa delimitación léxica debe tener en cuenta las variedades del español. Como hemos podido constatar en los manuales *Socios 1* (Difusión, 2015) y *Expertos* (Difusión, 2011), se presentan variantes que no se usan en Hispanoamérica, las cuales podrían dificultar la comprensión y la producción por parte del estudiante, si se encuentra en el continente americano. En la siguiente frase se ilustra este fenómeno: “Carlos debe alquilar un *piso* barato porque está en *paro*”. Si el estudiante se guía por la variedad española, las palabras en cursiva harán referencia a una residencia y al desempleo respectivamente. Por el contrario, si el estudiante está en América¹, la comprensión será confusa, puesto que se refiere a alquilar todo un nivel de una edificación (posiblemente para trabajo, por el significado de la oración en conjunto no pareciera indicar lo contrario), pero la oración subordinada causal menciona que se encuentra en huelga, en este caso, la relación lógica no sería clara o evidente.

Además, el aspecto más importante para tener en consideración es que para estudiantes de nivel básico el abordaje de variantes resulta una carga adicional. El hecho de encontrar un número significativo de variantes desde las primeras clases, tales como ‘camarero’, ‘piso’, ‘móvil’, las cuales son poco

¹ Se utilizará ‘América’ para hacer referencia al continente americano, así como a los países hispanoamericanos, ya que en la literatura esta es la denominación que se emplea.

productivas en América, representa “una sobrecarga cognitiva relevante, en un momento en el que el quantum de memoria está dedicado a aprender el vocabulario de sobrevivencia” (Ainciburu, 2014, p. 14).

Como hemos podido evidenciar², la oferta existente de materiales de enseñanza de español de negocios, que cuenta con fácil acceso y gran divulgación, es elaborada por editoriales españolas. Como se constata en investigaciones como la de García Fernández (2010), la predominancia de la variedad castellana (centro-norte peninsular) frente a las variedades americanas es significativa. En ese sentido, consideramos importante asegurarnos de que las demandas de los estudiantes, cuyos fines de aprendizaje estén enfocados a trabajar con hispanoamericanos, sean satisfechas; además de dar cuenta de la realidad de la mayoría de los hispanohablantes, puesto que el 90 %³ se encuentra en América.

3. Pregunta de investigación

¿Cuáles unidades léxicas podrían contribuir eficazmente al desarrollo de la competencia léxico-semántica de estudiantes anglófonos, (o cuya lengua vehicular sea el inglés), de español de negocios en Hispanoamérica, de niveles A1, A2 y B1 según el MCERL?

4. Objetivos

4.1. Objetivo general

Crear un inventario de unidades léxicas de español de negocios actual (lengua de especialidad) en Hispanoamérica para su enseñanza a estudiantes anglófonos, (o cuya lengua vehicular sea el inglés), de niveles A1, A2 y B1 según el MCERL, basado en propuestas previas que utilizan métodos de selección léxica objetiva.

² Ver Anexo 1.

³ Cálculo realizado con base en el informe del 2019: El español: una lengua viva. Instituto Cervantes.

4.2. Objetivos específicos

- Seleccionar las unidades léxicas (univerbales y pluriverbales) que sean pertinentes para la enseñanza de español de negocios (lengua de especialidad) en Hispanoamérica, para estudiantes anglófonos, o cuya lengua vehicular sea el inglés, de niveles A1, A2 y B1, partiendo de los trabajos de Santos Palmou (2017), Nelson (2000) y Mascull (2010).
- Contrastar las unidades léxicas de los manuales de español de negocios *Socios 1* y *Socios 2* con las unidades recopiladas, con el fin de analizar la correspondencia entre materiales publicados para la enseñanza y aquellos basados en corpus de documentos auténticos, que emplean selección objetiva del léxico.
- Delimitar el léxico considerando los fenómenos de sinonimia y polisemia hallados.
- Determinar la transparencia u opacidad de las unidades léxicas producto de fuentes en inglés, con el fin de proporcionar herramientas de selección para los usuarios del inventario.

5. Estado del arte

En nuestra revisión bibliográfica hemos evidenciado que existe interés por analizar manuales de enseñanza como objetivo de diversos estudios de ELE; tanto en investigaciones de pregrado como de posgrado se encuentran trabajos cuyo propósito es determinar la adecuación de los contenidos presentes en los manuales. Esto se debe a que los materiales didácticos más usados por los docentes de lenguas extranjeras son, en efecto, los manuales. Aunque los materiales auténticos hayan hecho su incursión hace ya bastante tiempo, los manuales aún están vigentes por las bondades que ofrecen. Entre ellas, podemos destacar la selección y la gradación de los contenidos para el nivel de lengua del estudiante, así como su organización didáctica.

Ahora bien, uno de los desafíos es precisamente que los materiales, y en general la programación curricular, tengan contenidos pertinentes para la enseñanza efectiva de la lengua. Es por ello que un número significativo de investigadores ha comenzado a analizar los escenarios en los que el estudiante necesitará desenvolverse en la vida real, qué contenidos debería dominar en esos entornos y cómo se deberían abordar, para que el proceso de enseñanza y aprendizaje sea exitoso.

Respecto a los contenidos, uno que había estado desatendido antes de los años setenta era el léxico, pues se consideraba que la progresión gramatical era más útil para el estudiante. Sin embargo, luego de la gran acogida de la obra de Michael Lewis, la atención al léxico comenzó a incrementarse⁴. Así que profesores e investigadores comenzaron a reconocer su importancia en el diseño curricular. De allí surgieron cuestionamientos como: ¿cuál es el vocabulario que responde a las necesidades de los estudiantes?, ¿qué palabras deberían enseñarse en un nivel específico?, ¿realmente el léxico presente en los materiales da cuenta de las necesidades de los estudiantes?, ¿cómo se debería didactizar el léxico?

⁴ Los postulados de las teorías de Lewis y los enfoques léxicos serán desarrollados en la sección del marco teórico.

Frente a estos cuestionamientos, se han desarrollado investigaciones que indagan sobre la selección léxica, así como su tratamiento didáctico. Debido a los alcances de esta investigación, nos concentramos en la selección léxica, debido a que es un amplio campo que requiere un estudio profundo y detallado, además de ser un aspecto fundamental para el establecimiento de contenidos en el currículo.

Una de las primeras investigaciones que encontramos relacionadas con el análisis de la selección léxica en manuales de ELE es la de Benítez (1994), titulada *Léxico real/léxico irreal en los manuales de español para extranjeros*. En ella se contrasta la correspondencia del léxico presentado en los manuales con el léxico disponible de hablantes en la vida real. El autor menciona las tres formas de limitar el léxico: selección subjetiva, basada en la fantasía del autor; selección objetiva, basada en las formas más frecuentes; selección objetiva corregida, la cual, además de la frecuencia de uso, tiene en cuenta la eficacia de la palabra. Aunque el autor no define la eficacia en términos teóricos o metodológicos, a lo largo del estudio se infiere que las palabras eficaces son las que se hallan en contextos reales y responden a necesidades e intereses de comunicación básica de los estudiantes.

En esta investigación se compara el léxico encontrado en los manuales de ELE más utilizados por profesores en ese momento y las listas de palabras resultantes de un estudio de disponibilidad léxica en la ciudad de Madrid⁵.

Ahora bien, una de las motivaciones de dicho estudio es la selección de léxico correspondiente al español estándar, según sus términos, un español que dé cuenta tanto de América como de España. Es por ello que se decide realizar el estudio en la ciudad de Madrid, según se argumenta, por contar con hablantes de diversos lugares, lo que configura el español estándar que defiende el autor.

⁵ Recordemos que los estudios de disponibilidad léxica buscan determinar las unidades léxicas que el hablante puede recuperar sin esfuerzo al momento de abordar un tema concreto. El léxico que cuesta más trabajo no estará disponible, así que no es considerado un léxico que, por ejemplo, deba ser incluido en manuales de niveles básicos.

Dentro de este análisis, a partir de siete manuales, se identifican las palabras relacionadas con dieciséis centros de interés clásicos en los estudios de disponibilidad léxica, se contabiliza el número de apariciones en el manual y se comparan estos resultados con los obtenidos en las encuestas de disponibilidad léxica realizadas a 257 estudiantes universitarios. Los resultados arrojan que en los manuales:

Se utiliza un gran número de voces que tienen un alto índice de disponibilidad [...] Pero, junto a ellas, se usan algunas de bajo índice y otras de índice cero. Estas últimas son formas que, en general, tienen uso en contextos muy precisos y, por tanto, son de poca productividad para el alumno. (p. 332)

En ese sentido, el autor menciona la importancia de incluir léxico que cuente con alto índice de disponibilidad, debido a que en los niveles básicos el estudiante deberá enfocarse en lo general más que en lo particular, porque las unidades léxicas más especializadas se abordarán en etapas posteriores. De igual manera, el autor menciona la importancia de tener en cuenta la cantidad de veces que estas se incluyen en el manual:

Otra característica común en todos estos manuales es la presencia en ellos de lexías que sólo son utilizadas una vez en todo el volumen. Ese uso mínimo nos parece que actúa desfavorablemente en el proceso de adquisición de dichas voces por parte del estudiante, porque esa adquisición será más rápida y segura cuanto mayor sea el número de veces que la forma se utilice. (p. 322)

Así, el autor concluye ratificando la importancia de que los manuales sean producto de una reflexión seria, apoyada en la lingüística. En definitiva, vemos que a lo largo de esta investigación se destaca la frecuencia de uso, el índice de disponibilidad léxica y la ocurrencia léxica en los manuales para favorecer los procesos de enseñanza y aprendizaje en ELE.

En investigaciones más recientes, encontramos la desarrollada por Corbacioğlu Gönezer (2015) titulada *Le français fondamental et la statistique lexicale et l'utilisation des mots fréquents dans les manuels préparés pour FLE*⁶. Este estudio propone una comparación lexicológica de cuatro manuales de francés como lengua extranjera, utilizados tanto en Turquía como en Francia y países francófonos. La autora emplea la estadística léxica con el fin de analizar el léxico común, el léxico total, además de la riqueza léxica en los manuales seleccionados, teniendo en cuenta la lista de palabras frecuentes resultado de las investigaciones de Niklas-Salminen (1997), las cuales siguen la línea de estudio del «francés fundamental»⁷.

Dentro de los grandes hallazgos, la autora destaca que «ser rico en léxico para los manuales no significa riqueza de utilización de palabras frecuentes»⁸. En otras palabras, el hecho de que un manual cuente con un número más elevado de palabras no significa que tenga una selección adecuada de palabras frecuentes. De hecho, en su estudio encontró que el manual que presentaba menor cantidad de palabras era el que tenía mayor número de palabras frecuentes. Por el contrario, el manual con mayor cantidad de palabras presentaba menor «proporción de existencia de palabras frecuentes»⁹. Como conclusión, la autora establece la necesidad de un equilibrio, ya que el primer manual tiene objetivos más claros de comunicación en la vida cotidiana (menor léxico), mientras que el segundo tiene un enfoque hacia la ampliación del bagaje léxico del aprendiente en contextos más generales (sin presentar un número elevado de palabras frecuentes).

⁶ El francés fundamental, la estadística léxica y la utilización de palabras frecuentes en manuales.

⁷ Es importante resaltar que el concepto de «francés fundamental» hace parte de los primeros estudios en el mundo que abordan la selección léxica para las clases de lenguas extranjeras, basados en corpus escritos y orales, así como en estadística léxica.

⁸ Traducción propia.

⁹ Categoría presentada por la autora.

Por su parte, Hidalgo (2017) realiza una tesis doctoral sobre disponibilidad léxica, titulada *La disponibilidad léxica como método de detección del vocabulario y de su selección en manuales: aplicación en una muestra de estudiantes sinohablantes de ELE*. Luego de hacer un estudio sobre la disponibilidad léxica de 440 estudiantes sinohablantes y analizar los resultados con estudios de disponibilidad léxica previos, tanto en China como en Hispanoamérica, compara el léxico presente en un manual publicado en España y otro en China, teniendo en cuenta la disponibilidad y la ocurrencia léxicas.

Asimismo, el autor aborda a profundidad la selección léxica. Presenta la necesidad de criterios objetivos, tanto cualitativos como cuantitativos, dentro de los cuales podemos encontrar: la utilidad, la rentabilidad, el rango, la frecuencia y la facilidad. Además, menciona la importancia de que las ocurrencias de léxico sean suficientes; así como la necesidad de tener una metodología coherente y sistemática para la implementación del léxico, porque de poco serviría la selección del vocabulario si no se le da el tratamiento adecuado en el aula.

La conclusión referida al análisis de material es que los dos manuales pueden ser mejorados en términos metodológicos para el tratamiento del léxico y la cantidad de ocurrencias en el nivel, puesto que el manual que presentaba mayor riqueza léxica carecía de ocurrencias, y el que presentaba más ocurrencias requeriría mejoras en el tratamiento. Podemos destacar que esta investigación analiza a profundidad tanto la frecuencia como la disponibilidad léxica. En sus hallazgos, el autor evidencia que ambas tienen limitaciones. Por un lado, la frecuencia léxica no siempre presenta palabras útiles e importantes en la vida cotidiana, pues estas pueden tener niveles bajos de frecuencia.

Por otro lado, la disponibilidad léxica, si bien responde a las insuficiencias de la frecuencia léxica, por presentar los términos que se activan al momento de abordar un tema específico, presenta «predominio de la categoría nominal y del carácter paradigmático en las respuestas [...], primacía del significante sobre el significado y una restricción de los resultados y aplicaciones a los niveles iniciales» (p. 185). No obstante, estas y otras dificultades, afirma, podrían ser subsanadas con mayores investigaciones sobre el tema.

Al igual que los investigadores anteriores, Santos Palmou (2017) pone de manifiesto la necesidad de utilizar métodos rigurosos para la selección objetiva de léxico y las carencias tanto de la frecuencia como de la disponibilidad léxica, así que realiza una propuesta integrando aportes previos en este campo para elaborar el vocabulario fundamental del español. Nos referiremos en detalle a este trabajo, porque es el punto de partida de nuestra investigación.

En esta tesis doctoral, denominada *Métodos de selección léxica aplicados a la enseñanza. El vocabulario fundamental del español* (2017), Santos Palmou analiza cuatro obras:

1) *A Frequency Dictionary of Spanish: Core Vocabulary for Learners* de Davis (2006), en el que considera «las 3 000 primeras unidades más frecuentes [...] las palabras de sus vocabularios temáticos están entre las 5 000 más frecuentes» (p. 365). La autora selecciona esta obra por ser una de las más completas y recientes en el campo de la frecuencia léxica.

2) *Léxico disponible. Procesamiento y aplicación a la enseñanza de ELE* de López Mereima (2008), la selección fue orientada por la accesibilidad a los datos de manera digital, su gran difusión y la adecuación de los índices de disponibilidad presentados para la enseñanza de ELE.

3) *Léxico disponible en el español de Galicia* de Tomé Cornejo (2015), elegido ya que propone 47 nuevos centros de interés, para suplir los vacíos existentes en la selección de léxico para la enseñanza de ELE, reduciendo así las limitaciones que presentaba la disponibilidad léxica en este campo.

4) El *Plan curricular del Instituto Cervantes* (PCIC) (Instituto Cervantes, 2006), el cual constituye «el texto de referencia para la selección de contenidos en la enseñanza y aprendizaje de ELE» (p. 345). Por ser un referente para investigadores y profesores, la autora plantea su trabajo como complemento de esta obra con el fin de tener una propuesta integral para la enseñanza de ELE.

En términos metodológicos, este estudio analiza las líneas investigativas de la frecuencia y la disponibilidad léxicas, así como los vocabularios fundamentales realizados en otras lenguas para llegar a una versión actualizada para la lengua española. Para cumplir

este objetivo, la autora se plantea los siguientes cuestionamientos: ¿cuántas palabras debemos seleccionar?, ¿qué palabras seleccionar y con qué criterios?, ¿el vocabulario fundamental podría considerarse como un método de selección léxica objetiva y efectiva?, ¿cuál es el vocabulario fundamental?, ¿cómo se llega a él?, ¿qué unidades forman el vocabulario fundamental?

En primer lugar, y con el fin de determinar la cantidad de palabras que se debería incluir para cada nivel del MCERL, la autora utiliza estudios sobre porcentajes de cobertura léxica de palabras frecuentes, los resultados sobre la comprensión de textos en estudiantes de inglés como lengua extranjera y la hipótesis sobre la existencia de un umbral léxico necesario para una óptima comprensión oral y escrita. Utiliza estudios en inglés, dado que los avances sobre este tema en español son muy limitados; además, encuentra que en diferentes lenguas la cobertura textual presenta cifras equivalentes a las de la lengua inglesa. Como conclusión, establece que este rango debe estar «entre 3 000 y 5 000 palabras, ya que permiten un porcentaje de cobertura léxica textual entre 95 % y 98 % y, por lo tanto, un nivel aceptable de comprensión textual»¹⁰ (p. 453), este rango está a su vez enmarcado en el nivel B1 del MCERL.

En segundo lugar, después de seleccionar los temas y las unidades léxicas que se ajustaban a parámetros de comparación unificados (no todas las fuentes tenían los mismos centros de interés), la autora analizó las convergencias y divergencias de los datos presentados en estas obras con el fin de determinar cuáles serían pertinentes para la construcción del vocabulario fundamental del español.

¹⁰ Traducción propia.

Como producto principal, esta investigación propone el vocabulario fundamental del español, en el que se tiene en cuenta el índice de disponibilidad léxica, analizado mediante histogramas de frecuencia, los cuales representan gráficamente «el comportamiento de los centros de interés» (p. 13). Los histogramas son utilizados por la autora para establecer a qué nivel del MCERL correspondería cada palabra según su índice.

En suma, se consideran «3 103 palabras frecuentes, junto con 2 449 palabras disponibles, que, cuando se fusionan, derivan en poco menos de 4 500 unidades diferentes, una vez que se descartan las repeticiones» (p. 454)¹¹. Estas palabras se presentan alfabéticamente; en una graduación temática, teniendo en cuenta las nociones específicas propuestas por el PCIC, así como los niveles de referencia del MCERL hasta el nivel B1. En estas nociones se presentan 2 557 palabras. Asimismo, la autora presenta el vocabulario fundamental organizado por categoría de palabras.

La autora argumenta que su propuesta es abierta y flexible, además de que no es la simple suma de disponibilidad y frecuencia léxicas, sino que es una:

Óptica más integral [que] ayuda a determinar mejor cuáles son las necesidades concretas existentes en cuanto al desarrollo de la competencia léxica y a la demarcación de los contenidos léxicos. Así podemos tener una visión más amplia, pero a la vez analítica y crítica. (p. 14)

De esta manera, podemos ver que esta propuesta reciente sobre selección léxica además incluye fundamentación desde varias líneas de investigación, con el fin de subsanar las carencias de cada una de ellas. Así, este trabajo constituye un gran paso en métodos léxico-métricos (objetivos) para la selección de léxico en el campo de la enseñanza de español general para extranjeros.

¹¹ Ibidem.

En lo que respecta a enseñanza de español de negocios, no encontramos referencias sobre investigaciones que desarrollen selección léxica objetiva. Es por ello que recurrimos a los avances que ha habido en otras lenguas. Sin lugar a dudas, en lengua inglesa es en la que más investigaciones se han realizado sobre lenguas de especialidad, con ayuda de la lingüística del corpus. Una de las investigaciones que más claramente ha puesto en evidencia la problemática de la falta de correspondencia del material de enseñanza de lenguas de negocios respecto a los usos de los hablantes en contextos reales es la de Nelson (2000).

En esta tesis doctoral, titulada *A Corpus-based Study of the Lexis of Business English and Business English Teaching Materials*, el autor desarrolla, por un lado, un corpus de materiales publicados para la enseñanza de inglés de negocios. Este corpus de 593 294 palabras se basa en los 33 libros más populares en ventas en siete distribuidoras de material de inglés como lengua extranjera; por otro lado, crea un corpus de alrededor de un millón de palabras, el cual contempla cuatro partes fundamentales: escritos sobre negocios, escritos para hacer negocios, conversaciones sobre negocios y conversaciones para hacer negocios. Los tipos de textos encontrados en cada sección se encuentran consolidados en la Tabla 1.

Tabla 1. Consolidado del corpus BEC (Nelson, 2000)

WRITING ABOUT BUSINESS		
PART OF CORPUS	TOKENS	CONTENTS
BUSINESS BOOKS	53,470	5 extracts from different books (approx. 10,000 words each) ^[17]
BUSINESS NEWSPAPERS	64,291	121 articles
BUSINESS JOURNALS & MAGAZINES	78,846	52 articles
TOTAL	196, 607	
WRITING TO DO BUSINESS		
PART OF CORPUS	TOKENS	CONTENTS
ANNUAL REPORTS	34,537	3 annual reports
BUS PRESS RELEASES	21,656	29 business press releases
BUSINESS CONTRACTS	29, 602	13 contracts/agreements
BUSINESS FAXES	23,105	114 faxes
BUSINESS LETTERS	26,793	94 letters
BUSINESS REPORTS	62,908	17 reports
COMPANY BROCHURES	23,239	13 company brochures
EMAILS	28,857	202 emails
JOB ADVERTISEMENTS	22,293	87 job advertisements
MANUALS	21,160	5 manuals
MEMOS	12,542	47 memos
MINUTES	34,805	15 sets of minutes
PRODUCT BROCHURES	26,175	19 product brochures
QUOTATIONS	8,997	21 quotations
MISCELLANEOUS	2,427	OHT, job description & agendas
TOTAL	379, 096	
TALKING ABOUT BUSINESS		
PART OF CORPUS	TOKENS	CONTENTS
INTERVIEWS	70,894	24 interviews
BUSINESS ON RADIO & TV	148,983	72 broadcasts
TOTAL	219, 877	
SPEAKING TO DO BUSINESS		
PART OF CORPUS	TOKENS	CONTENTS
JOB INTERVIEWS: 3 JOB INTERVIEWS 3 JOB ASSESSMENT INTERVIEWS	17,447 ^[18]	6 interviews
MEETINGS: 4 MEETINGS 5 MEETINGS 1 MEETING 4 MEETINGS 1 MEETING		15 MEETINGS technical financial orientation/planning sales and marketing presentation of new products
TOTAL WORDS:	126, 243	
NEGOTIATING	16, 450	4 negotiation sessions
TELEPHONE CALLS	30, 414	89 phone conversations
SPEECHES/ PRESENTATIONS	19,020	5 speeches
TRAINING SESSION	17, 867	1 session of technical training
TOTAL	227,441	

En esta investigación se establecen dos hipótesis principales: 1) El léxico utilizado en inglés de negocios es significativamente diferente del inglés general. Así que la pregunta principal que el autor establece es: ¿existe un léxico específico para el inglés de negocios? y, si lo hay, ¿cuál es?; 2) El léxico de inglés de negocios utilizado en el mundo real difiere significativamente del léxico utilizado en los materiales didácticos publicados de inglés de negocios. La pregunta a la que se da respuesta con esta hipótesis es: ¿se pueden encontrar diferencias léxicas significativas entre la lengua utilizada en los materiales publicados en inglés de negocios y la lengua realmente utilizada en los negocios?

Por la importancia de esta tesis para nuestro trabajo investigativo, presentamos en detalle la metodología planteada por el autor, partiendo de cada una de sus hipótesis. Para la primera hipótesis, el autor presenta los siguientes pasos principales:

- Creación de un corpus de inglés de negocios (BEC por sus siglas en inglés) y establecimiento de listas de frecuencias, para lo cual se utiliza el programa WordSmith 3. Luego, se realiza la lematización de estas listas empleando el programa Someya's.
- Identificación de palabras clave en el BEC. En este paso el investigador establece los parámetros para comparar sus resultados con el corpus nacional británico (BNC por sus siglas en inglés). Además, establece las palabras clave positivas y negativas, es decir, las palabras que, por su alta y baja frecuencia se destacan. Esto permite identificar las palabras propias del inglés de negocios y aquellas que solo corresponden al inglés general.
- Identificación de palabras clave fundamentales y palabras asociadas. El investigador, mediante la herramienta WordSmith 3, identifica palabras clave que aparecen en un contexto cercano de otras palabras: «palabras asociadas», las cuales difieren de las colocaciones, porque no se establece un límite de cercanía específico, sino que a través de fórmulas estadísticas se determina la cantidad de veces que aparecen las palabras asociadas en un número determinado de textos.

- Elección de palabras clave para su análisis. En esta sección el autor examina las casi mil palabras clave positivas obtenidas, para un análisis categorial en grupos semánticos. Un ejemplo de ello se presenta en la Tabla 2:

Tabla 2. Análisis categorial en grupos semánticos (Nelson, 2000)

<i>People in Business:</i> customer, manager, supplier, distributor, shareholder, employee, staff, partner, boss, management
<i>Business Activities:</i> business, investment, delivery, payment, development, production, communication, competition, takeover, distribution
<i>Business Actions:</i> sell, manage, receive, confirm, provide, send, develop, discuss, achieve, improve
<i>Business Descriptions:</i> high, big, low, global, international, local, competitive, corporate, strategic, financial
<i>Business Events & Entities:</i> sale, merger, trade, package, export, service, market, earnings, performance, product

- Análisis más detallado de palabras clave. Con base en la información obtenida, en este apartado se analizan los siguientes conceptos principales:
 - Importancia (*Keyness*): cómo una palabra cobra una importancia diferente en el BEC y el BCN;
 - Colocación: cuáles palabras suelen estar en contexto inmediato de otra;
 - Prosodia semántica: con la que se busca determinar si los colocativos (palabras que suelen acompañar una palabra clave) se encuentran en grupos o conjuntos semánticos distintos; connotación y patrones: se analiza si existen patrones de colocación que den cuenta de correlaciones entre los usos/significados de la palabra y las estructuras en las que se encuentra. Es decir, si existen patrones que muestren un lenguaje especializado. El investigador sigue la línea de trabajo de Pickett (1988, 1989) para establecer:

- Palabras de negocios especializadas: palabras específicas de un campo de negocios.
 - Léxico subtécnico: palabras con un significado específico en el área de negocios, que difieren del inglés general.
 - Inglés general: palabras pertenecientes al inglés general que no se utilizarían en contextos de negocios.
- Distribución macrogenérica: se considera una categoría general que abarca varios subgéneros, cada macrogénero abarca varios géneros más pequeños, pero aún puede identificarse como una categoría general. Por ejemplo, las cartas comerciales de macrogéneros pueden contener varios subgéneros, pero aun así deben ser reconocidas como una categoría general.

El autor anota que el propósito principal de la investigación fue el desarrollo del corpus de inglés de negocios, así que el corpus de materiales publicados es más limitado. Con esto establecido, presenta los pasos seguidos para sustentar la hipótesis número dos. A continuación, se presentan los pasos principales de manera condensada:

- Creación de una lista de frecuencias del corpus de material publicado en inglés de negocios (PMC por sus siglas en inglés) usando el programa WordSmith 3.
- Lematización de la lista obtenida utilizando el programa Someya's (especificación de una palabra representante de todas las formas flexionadas de una misma palabra).
- Creación de una lista de palabras clave para el PMC utilizando la función estadística de verosimilitud (*Log Likelihood*), la cual permite realizar inferencias acerca de un valor a partir de un conjunto dado. Esta función es utilizada para determinar los asociados, analizar la prosodia semántica y los patrones léxicos. Esta lista fue analizada en relación con el corpus de inglés general BNC.
- Creación de una lista de palabras clave para el PMC utilizando la función estadística de verosimilitud (*Log Likelihood*), pero en este caso tomando como referencia el BEC.

- Con las mediciones anteriores se crearon dos listas de palabras clave diferentes para el PMC:

Las palabras clave para el PMC usando el BNC (inglés general) como corpus de referencia y

Las palabras clave del PMC usando el BEC (Business English) como corpus de referencia.

Las dos listas de palabras clave representan dos aspectos diferentes del estudio. La lista de palabras clave de PMC (BNC) muestra palabras en el PMC que aparecen significativamente más en los materiales publicados en inglés de negocios que en inglés general. La lista de palabras clave de PMC (BEC) muestra palabras que aparecen significativamente más en los materiales de inglés de negocios publicados que en el inglés de negocios de BEC. Por lo tanto, la lista PMC (BNC) muestra las diferencias entre los materiales publicados y el inglés general, mientras que la lista PMC (BEC) muestra las diferencias entre dos corpus de "Business English". Los pasos que se siguieron para esta fase de la investigación fueron:

- Clasificación gramatical de ambas listas.
- Análisis de las categorías gramaticales más grandes en ambas listas.
- Análisis de prosodias semánticas y unidades de patrones.

En sus conclusiones, Nelson ratifica sus dos hipótesis y presenta los siguientes hallazgos. (Por tratarse de cuestiones fundamentales para esta investigación, presentamos en detalle las conclusiones que más contribuyen a nuestro trabajo).

Con respecto a la primera hipótesis, existe un léxico que se podría establecer específicamente como inglés de negocios, el autor encuentra que:

En términos de frecuencia pura, el inglés de negocios parece similar al inglés general, con solo una pequeña cantidad de léxico comercial que aparece entre las palabras más frecuentes. Además, estas palabras relacionadas con los negocios también tenían una frecuencia real muy baja en comparación con los elementos léxicos más frecuentes. Sin embargo, esta apariencia de similitud se

disipó cuando se usó una frecuencia *inusual* en lugar de una frecuencia real para determinar el léxico de negocios. Por lo tanto, si bien el inglés comercial está rodeado en gran medida por el mismo léxico que el inglés "cotidiano", cierto léxico clave de negocios y subnegocios aparece significativamente más a menudo en el entorno empresarial que fuera de él¹². (Capítulo 10)

Así las cosas, el autor presenta las características del léxico encontrado. Por un lado, establece que el léxico de negocios es notablemente homogéneo y que además puede encapsularse en categorías semánticas limitadas, lo cual apoya nuestra propuesta de que sí es posible limitar el léxico para facilitar su enseñanza y dejar de percibir «el vértigo de lo infinito» del léxico como explicábamos en el planteamiento del problema.

Por otro lado, el autor manifiesta que el léxico de negocios hallado se caracteriza por ser en gran medida positivo, superficial, dinámico, no emotivo y que además se aleja de asuntos personales, sociedad, familia, hogar, actividades personales, fines de semana y estados claramente negativos. Asimismo, encontró que las palabras utilizadas para expresar estados profundos, reflexivos y emotivos ocurrieron significativamente menos. Frente a este hallazgo, consideramos que puede haber un factor cultural importante que analizaremos en los resultados. En nuestra investigación, a través del juicio de expertos planteado en la metodología, se establecerán las nociones específicas relacionadas que deberían incluirse en la enseñanza de español de negocios.

¹² Los fragmentos presentados de esta investigación son traducciones propias, cuya fuente fue recuperada de la página web: <http://users.utu.fi/micnel/thesis.html>.

Teniendo en cuenta que el documento se encuentra disponible en versión de página web, no agregamos la página del fragmento, sino el capítulo.

En lo que concierne a la organización del léxico, el autor encuentra que:

El inglés de negocios consiste en grupos semánticos interrelacionados que operan de manera ordenada, [...] y que existen patrones claros entre el léxico y los grupos de significado recurrentes. Los elementos léxicos atraen algo de léxico hacia ellos, mientras que otro léxico se aleja, como los lados positivo y negativo de un imán. (Capítulo 10)

De igual manera, identifica que existen «prosodias semánticas específicas de inglés de negocios, e incluso las palabras que tienen ciertas prosodias "globales" en inglés general adoptan ciertas prosodias semánticas "locales" cuando operan en el entorno empresarial». (Capítulo 10)

Con respecto a la organización de su corpus de inglés de negocios, corrobora que hacer la distinción entre "saber" y "actuar" resulta fructífero, debido a que se presentan diferencias al hablar y escribir *para hacer* negocios, al hablar y al escribir *sobre* negocios. Según el autor, esto resulta especialmente cierto a nivel de palabras individuales. En conclusión, el autor afirma que el léxico de inglés de negocios es:

Un todo estructurado y relativamente homogéneo. Poco aparece en el léxico del inglés de negocios por casualidad y está enmarcado por una infraestructura que crece desde el nivel de la palabra a través de la colocación, agrupación (*clustering*) prosodia semántica, género y hasta un orden supragenérico, hasta que se encuentra con el inglés general (Capítulo 10).

Asimismo, agrega que el inglés de negocios no es un lenguaje especializado *per se*, tampoco la simple unión del inglés general más componentes de lengua especializada. Por un lado, afirma que hay gran cantidad de léxico del lenguaje cotidiano que está inserto en el inglés de negocios, pero también bastante léxico del inglés general que definitivamente no hace parte del inglés de negocios; por otro lado, manifiesta que el inglés de negocios difiere, en niveles léxicos, gramaticales y semánticos, del inglés general, reconociendo esto en términos relativos, debido a que existe gran cantidad de formas de uso cotidiano insertas en el inglés de negocios.

En suma, Nelson considera que el inglés de negocios debería verse como «un estado autónomo, que tiene sus propias idiosincrasias y maneras de hacer las cosas» (Capítulo 10). Adicionalmente, marca diferencias entre el inglés británico, de donde gran parte de su estudio resulta, y el inglés americano.

En cuanto al análisis de corpus de manuales, el autor manifiesta que el léxico encontrado en el PMC fue más simple, más concreto, menos variado, más cortés y mucho más centrado en la interacción humana que el encontrado en el BEC. A diferencia de lo que se esperaba, encuentra agrupaciones semánticas muy similares, aunque menores en cantidad y menos variadas que en el BEC. El autor concluye que:

Los materiales presentaron claramente el mundo de los negocios visto a través de los ojos de los escritores de materiales. Los negocios de la vida real son un concepto mucho más amplio, que contiene un entorno mucho más complejo y rico en léxico que es menos educado, menos personal y menos concreto. (Capítulo 10)

De esta manera, evidenciamos el avance en investigaciones sobre material publicado de lenguas extranjeras, disponibilidad y frecuencia léxicas. Lo que nos arroja la evidencia es que, si bien la selección léxica subjetiva contempla léxico frecuente, también se incluyen unidades léxicas poco rentables. Asimismo, la riqueza léxica no se traduce en rentabilidad, así que la selección léxica objetiva y el tratamiento riguroso del léxico (asegurando la ocurrencia y la didactización adecuadas) permitirán favorecer su enseñanza y aprendizaje.

6. Justificación

La gran demanda de enseñanza de español con objetivos específicos, especialmente de negocios, requiere que se ofrezcan programas diseñados para las necesidades de los estudiantes inmersos en un mundo globalizado y cada vez más interconectado. En ese sentido, es necesario que se preste especial atención al aspecto clave de la enseñanza de español de negocios: el léxico.

Inicialmente, se podría argumentar que la exposición a material auténtico y casos de la vida real, así como la enseñanza del léxico de manera implícita, podría ser suficiente para que el estudiante logre un buen desempeño lingüístico en entornos laborales. No obstante,

al emprender esta tarea con estudiantes de nivel básico en la vida real, nos topamos con las dificultades que implica la utilización de material auténtico.

Por un lado, el hecho de que sean materiales específicos de negocios hace que el léxico presentado sea de un nivel muy superior al del estudiante. Por otro lado, la selección de léxico presentada en materiales auténticos no siempre da cuenta de las palabras de mayor frecuencia utilizadas por los hablantes nativos. Esto genera que las palabras que el estudiante aprende con materiales auténticos no sean rentables, teniendo en cuenta su nivel de lengua y las necesidades inmediatas que tiene. Lo anterior se confirma en la investigación de Izquierdo Gil (2006), quien asegura que la presencia de documentos auténticos de origen literario, en manuales escolares franceses, no le aportan al estudiante significativamente a comunicarse en contextos de la vida cotidiana.

Se debe agregar que las unidades léxicas están insertas en contextos socioculturales diferentes y además varían por fenómenos diatópicos. Por lo tanto, la utilidad de ellas dependerá de los lugares donde el estudiante quiera desenvolverse. Como lo presentamos en el planteamiento del problema, las variantes de España pueden resultar una sobrecarga cognitiva si el estudiante se encuentra en América. Es por ello que en nuestra investigación nos enfocamos en las variantes frecuentes en el continente americano. No obstante, dada la dimensión y la cantidad de países hispanohablantes, nos centramos en los países con mayor número de hablantes según el informe *El español: una lengua viva* del Instituto Cervantes (2019), a saber: México, Colombia, Argentina y Perú.

Además, desde nuestra experiencia, muchos estudiantes que toman clases de español para trabajar en Hispanoamérica comienzan por cursos de español general y solo después de tener un nivel intermedio o avanzado se aproximan al español de negocios y/o a la especificidad de su trabajo. Consideramos que este proceso es una oportunidad desaprovechada, pues a medida que el estudiante avanza en su estudio del español debería comenzar a satisfacer sus necesidades tanto personales como profesionales.

Si bien el estudiante requiere acceder a una lengua especializada, en un primer momento debe suplir las necesidades básicas de comunicación tal y como ocurre con los estudiantes de español general; por supuesto, esto no implica que se deje de lado la especificidad de su aprendizaje: el enfoque en contextos profesionales. Además, como se

demuestra en la investigación de Nelson (2000), el inglés de negocios (al igual que podríamos deducir de otras lenguas), tiene un componente tanto de lengua especializada como de lengua cotidiana.

Del mismo modo, Moreno García (2015) plantea que, aunque en términos generales debemos buscar el vocabulario más frecuente del español para la enseñanza del léxico, es necesario realizar una selección según las necesidades de los estudiantes: «las necesidades del grupo pueden determinar una selección poco frecuente, pero exigida por fines específicos» (p. 461). En ese sentido, es imprescindible hacer la selección de vocabulario más frecuente y disponible dentro de esos fines específicos en los que el estudiante esté interesado, aunque no pertenezca al vocabulario más frecuente del español general.

Para la selección de léxico pertinente en niveles iniciales podríamos pensar en implementar pruebas de disponibilidad léxica en hablantes nativos, utilizando centros de interés relacionados con el español de negocios. De hecho, consideramos que podría ser una oportunidad investigativa para futuros trabajos, ya que tampoco hemos podido encontrar registro de estudios de este tipo. Sin embargo, en la amplia y minuciosa investigación de Hidalgo (2017), se pudo comprobar que «los manuales presentan cifras más altas en riqueza léxica que la[s] lista[s] de léxico disponible» (p. 581).

Dicho de otra manera, la disponibilidad léxica puede carecer de riqueza léxica si se compara con el léxico que ofrecen los manuales u otra fuente especializada para la enseñanza. Esta dificultad se expresa de manera flagrante en nuestra investigación, puesto que nuestro objetivo es analizar la mayor cantidad de unidades léxicas que nos permita cubrir un alto porcentaje de palabras útiles para que los estudiantes se puedan comunicar eficazmente en Hispanoamérica.

En suma, a pesar de los contradictores que pueda tener el uso de material manipulado para la enseñanza de una lengua extranjera, consideramos que la selección léxica, y por ende la creación de material didáctico, es pertinente para suplir las necesidades de los estudiantes a la hora de aprender español de negocios.

Hemos expuesto las dificultades que acarrea el uso de materiales auténticos en niveles iniciales, así mismo, evidenciamos que tomar la línea de disponibilidad léxica para

nuestros objetivos resultaría insuficiente. En virtud de ello, consideramos que el estudio enfocado en la frecuencia léxica, apoyado en investigaciones basadas en la lingüística del corpus, así como en manuales de enseñanza especializada sería un trabajo más fructífero.

Dentro de los aportes a la enseñanza y aprendizaje de lenguas extranjeras, podemos destacar la oportunidad de dejar de ver el léxico como un *continuum* infinito e inaprehensible, ya que los estudios han demostrado que, por ejemplo, en la lengua inglesa, de un corpus de inglés hablado y escrito, que cuenta con 10 millones de palabras, tan solo las 2 mil primeras presentan el porcentaje más alto de cobertura textual: 83 % (O'Keeffe et al., 2007).

Esto significa que con las 2 mil primeras palabras más frecuentes los hablantes nativos comunican la mayor cantidad de mensajes. El segmento de 2 mil palabras que le sigue tan solo tiene un porcentaje de cobertura del 5 %, lo cual sugiere que la atención debería estar focalizada en esas 2 mil primeras palabras, pues le permitirían al estudiante comunicar gran cantidad de mensajes con relativa facilidad en un sinnúmero de contextos.

En cuanto al francés, Jacqueline Picoche y Jean-Claude Rolland (2002), unos de los lingüistas más dedicados al estudio del léxico en el mundo francófono en los últimos años, aseguran que de los 70 mil vocablos del corpus del Tesoro de la lengua francesa (*Trésor de la langue française-TLF*) bastan 6 707 palabras para cubrir el 98 % del corpus. Esto implica que es posible determinar un número limitado de las palabras más usadas en una lengua, lo que permitiría un abordaje pertinente y sistemático del léxico en los procesos de enseñanza y aprendizaje de la lengua.

En cuanto al español, Rojo (2008) plantea que esta lengua requeriría unas 5 000 formas para dar cuenta del 81, 22 % del corpus CREA. Un corpus que cuenta con unos 152 millones de formas. Además, subraya la importancia y utilidad de los corpus en la enseñanza de lenguas extranjeras. De esta manera, comprobamos los postulados de Santos Palmou (2017) sobre la cantidad de palabras recomendadas para cubrir un alto porcentaje textual (entre 3 000 y 5 000 para un nivel B1). Este hecho ratifica la posibilidad de seleccionar el léxico para que los estudiantes de español de negocios puedan mejorar significativamente su proceso de aprendizaje.

incorporar bloques léxicos (*chunks*), ya que la lengua, a diferencia de como solía concebirse, no se compone de unidades adscritas a la gramática, sino que está construida a partir de segmentos de uso frecuente. De esta manera, vemos la necesidad de construir un inventario de unidades léxicas, que incluya no solo las univerbales, sino también las pluriverbales como compuestos nominales, colocaciones, construcciones con verbo soporte, locuciones y combinaciones libres frecuentes, porque son las unidades que cuestan más trabajo en la enseñanza y aprendizaje por las peculiaridades sintácticas y léxicas que presentan.

A este respecto, Higuera (2006) asegura la importancia del aprendizaje de unidades pluriverbales, en vista de que, si el estudiante no sabe que ‘cometer’ es el colcativo para ‘cometer un error’, producirá frases como *‘hacer un error’, por la interferencia de su lengua materna: *to make a mistake*. Esta es otra de las razones por las cuales decidimos basarnos en propuestas en lengua inglesa, porque como afirma Penadés (1999), resulta más provechoso enfocarse en las combinaciones léxicas que difieran de la lengua materna del estudiante, que las que no, debido a que el estudiante no comienza su proceso de aprendizaje desde cero, por el contrario, tiene un gran bagaje gracias a su lengua materna. Por estas razones, evidenciamos la necesidad de incorporar las combinaciones desde niveles básicos, lo que le dará mayor precisión y fluidez al estudiante; gracias al aprendizaje de segmentos, no tendrá que buscar cada palabra por separado.

Ahora bien, las combinaciones de palabras no solo están dadas por las colocaciones, sino también por locuciones, construcciones con verbo soporte (según los postulados de García-Page [2010]) y compuestos (tal como Gómez de Enterría [2001] lo plantea). Como ejemplos de locuciones encontramos ‘ponerse al día’; construcciones con verbo soporte, ‘tomar una decisión’; compuestos sintagmáticos nominales, ‘cuenta de ahorros’, y para compuestos léxicos nominales, podemos ver unidades como ‘tarjeta débito’.

En conclusión, consideramos fundamental la selección rigurosa de unidades léxicas tanto univerbales como pluriverbales. Como vemos, la combinatoria léxica ofrece una variedad importante con la que los estudiantes se encontrarán en su día a día; su abordaje permitirá mejorar significativamente los procesos de enseñanza y aprendizaje de español de negocios.

7. Marco teórico

7.1. Enseñanza y aprendizaje del español para fines específicos: el caso del español de negocios

La necesidad de aprender lenguas extranjeras para desempeñarse en ámbitos laborales cada día va en aumento, aunque no sea un tema nuevo. Desde tiempos inmemoriales, los intercambios comerciales requerían conocimiento de la lengua de la contraparte. Con el tiempo, los intercambios, así como la comunicación, se han sofisticado, lo cual ha generado que se creen circunstancias específicas de comunicación que requieren lenguas de especialidad. Según Gómez de Enterría (2001), en estas lenguas de especialidad existen algunos rasgos de carácter estructural, como la morfología y la sintaxis, que se comparten con la lengua común, pero también características pragmáticas y funcionales reflejadas en «el léxico y en la producción de textos como rasgos lingüísticos propios» (p. 8). Así, vemos que los límites de las lenguas de especialidad suelen ser difusos puesto que también se constituyen a partir de la lengua de uso general.

En la creación de las lenguas de especialidad, dependiendo del lugar donde se desarrollen los avances científicos o tecnológicos, se acuñarán los términos correspondientes a la lengua del país que aporta estas innovaciones. Esto genera que en otras lenguas se adopten extranjerismos, préstamos lingüísticos, neologismos, calcos, entre otros; «fenómenos que en tiempos actuales en su mayoría proceden del inglés» (Gómez de Enterría, 2001, p. 9). De esta manera, evidenciamos por qué a las lenguas de especialidad se les asigna el carácter interidiomático; en ellas se incluyen procesos de creación, asimilación y reestructuración lingüística tanto en la lengua de origen como en la lengua receptora. Sin embargo, esto no significa que se dejen de lado aspectos culturales, porque en los procesos de asimilación se agregan cargas culturales que se manifiestan en la lengua.

En el campo de la enseñanza de lenguas podemos ver que se menciona el término *lenguas para fines específicos*, ya que se consideran más cercanas a la especificidad de la situación y/o función comunicativa, en contraposición a las *lenguas de especialidad*, las cuales hacen referencia a subsistemas de recursos específicos, lingüísticos y no lingüísticos (Rodríguez-Piñero y García, 2009). En ese sentido, en la enseñanza de lenguas para objetivos específicos, si bien se tienen en cuenta las lenguas de especialidad, puesto que son la base que permite referenciar

significados específicos, lo más relevante es acercar a los estudiantes a discursos y situaciones en los cuales puedan desarrollar las habilidades que requieren.

Luego de aclarar los conceptos de lenguas de especialidad y lenguas para fines específicos, nos adentramos en el español. Para Martín Peris y Sabater (2011), el *español para los negocios*, hace parte de la categoría de *español para usos profesionales*, que a su vez se enmarca en el *español para fines específicos*. Dicho de otra manera, el *español para los negocios* constituye una modalidad específica de la *enseñanza de español como lengua extranjera*, la cual establece objetivos específicos para desarrollar la competencia comunicativa del aprendiente en ámbitos profesionales ligados a los negocios. La clasificación anterior la podemos visualizar en la Figura 1:



Figura 1. Lenguas para fines específicos.

Así, con el fin de llevar a cabo un proceso de enseñanza y aprendizaje eficaz es necesario identificar las competencias que los estudiantes requieren para un desempeño óptimo. Esta ardua tarea se ha venido adelantado tanto por el MCERL, el PCIC, así como por el Plan Curricular de Español de Negocios de la Fundación Comillas (PCENFC), desarrollado por Martín Peris y Sabater (2011). En estos documentos de referencia se establecen las competencias lingüísticas y culturales que los aprendientes deberían desarrollar para lograr eficacia en sus interacciones. Dentro de estos planteamientos tenemos la competencia léxico-semántica, la cual requiere especial atención en su abordaje pedagógico, especialmente en el caso de las lenguas para fines específicos.

7.2. La competencia léxico-semántica y la enseñanza de léxico

En la historia de la enseñanza de lenguas extranjeras ha habido giros paradigmáticos sobre cuál debe ser la manera de aprender una lengua y qué enfatizar en el proceso. Iniciaremos desde los aportes de Chomsky (1976), dado que es la base sobre la cual se forjan los nuevos acercamientos al léxico¹³. Desde los postulados chomskianos, se le daba un papel primordial a la estructuración mental que un hablante desarrollaba para consolidar una lengua. Esto implicaba que, si las estructuras de la lengua extranjera eran integradas por parte del aprendiente, este podía realizar selecciones libres de palabras para comunicarse. En lo que concierne a la didáctica, estos principios se reflejaban mediante un énfasis extraordinario en la gramática, es decir, en la estructura, porque se consideraba que el estudiante podría construir su discurso mediante la organización de palabras de acuerdo con el sistema gramatical de la lengua.

Ahora bien, con las afirmaciones de Wilkins (1972), esta perspectiva comenzó a cambiar radicalmente: «Muy poco puede ser comunicado sin gramática, sin vocabulario nada puede ser comunicado»¹⁴ (Como se cita en Lewis, 1993). Esta sentencia, a simple vista muy sencilla, representa un cambio significativo en la forma de concebir la enseñanza de lenguas. Se reconoce que la enseñanza y el aprendizaje de la gramática no garantiza que el estudiante se pueda comunicar eficazmente. Ello se evidencia en nuestra interacción con estudiantes, ya que hay quienes sienten gran frustración al conocer las reglas del sistema, pero a la vez son incapaces de mantener una conversación con un hablante nativo.

¹³ Reconocemos la diferencia entre ‘vocabulario’ y ‘léxico’, el primero, asociado al conocimiento, aprehensión y uso por parte del individuo, y el segundo, relacionado con el conjunto de unidades léxicas delimitadas por una región geográfica, una actividad determinada, etc. No obstante, para abordar los aspectos teóricos, seguimos la terminología utilizada por los autores, con el fin de que la información presentada sea fidedigna. Con respecto a nuestro trabajo, siempre nos referimos a ‘léxico’ pues no proponemos tratamientos pedagógicos en el aula, sino su delimitación, mediante un inventario.

¹⁴ Traducción propia.

A partir de estos postulados, se infiere que la capacidad creativa de cada hablante es más reducida de lo que se pensaría; lo cual, en términos didácticos, es una gran oportunidad, pues el aprendiente de una lengua extranjera no está a la deriva, ni está condenado a realizar producciones erróneas, basadas en la estructura formal de su lengua materna, sino que por el contrario puede acercarse a las producciones de un nativo, aprendiendo los segmentos más recurrentes.

En ese sentido, el autor considera que la lengua consiste en léxico gramaticalizado, no gramática lexicalizada, puesto que el corazón de la lengua no es la gramática, sino el léxico que permite construir significado. Para ilustrar su punto, Lewis presenta la importancia de considerar «la lengua como un fenómeno social, definido más socialmente que individualmente» (1993, p. 90). Es por ello que algunos elementos léxicos, aunque gramaticalmente adecuados, por su falta de frecuencia en la comunidad de habla, resultan extraños y poco realistas en el uso, debido a que son «unidades independientes sancionadas socialmente. Muchas son palabras (univerbales), pero muchas consisten en unidades de varias palabras (pluriverbales)» (1993, p. 90). Esto amplía el espectro y permite ver que en el aprendizaje de lenguas no solo las palabras son importantes, sino que también es esencial darles valor a las unidades pluriverbales. Se comienza a reflexionar sobre qué enseñar y cómo hacerlo.

Teniendo en cuenta que el léxico se vuelve el centro de atención para la enseñanza de lenguas y que las unidades léxicas son la base de su estudio, es relevante aclarar qué se considera *saber una palabra* y qué implicaciones tiene su enseñanza y aprendizaje. Para Marta Higuera (2006 [1996]):

Saber una palabra implica tener conocimiento no sólo del significado y referente, sino también de su denotación; cómo se relaciona con otras palabras que podrían haber aparecido en ese lugar (las relaciones paradigmáticas); cómo se combina con otras (sus colocaciones o relaciones sintagmáticas); es tener suficiente información gramatical sobre ella (categorial y morfológica); es conocer sus usos metafóricos, su registro, la frecuencia de uso, la información cultural que transmite para una comunidad de hablantes, si pertenece a alguna expresión idiomática o institucionalizada y también, por qué no, qué equivalentes tiene en otras lenguas que conozcamos. (p. 14)

Como se puede observar, en los enfoques léxicos, memorizar listas de palabras y aprender una sola acepción, como se concebía el léxico de manera tradicional, queda totalmente relegado, al resultar aun más productivo saber la mayor cantidad de acepciones de palabras polisémicas y, por lo tanto, frecuentes, que conocer aquellas palabras que por su concreción aportan poca rentabilidad al aprendiente. Frente a ello, Jacqueline Picoche (1993) afirma que en los procesos de enseñanza, en lugar de evitar las palabras polisémicas, por considerarlas complicadas, deberían tenerse en cuenta para su didactización, ya que son las que más le ayudarán al aprendiente tanto a comprender como a realizar mejores producciones orales y escritas.

Higueras, por su parte, plantea que «la adquisición del léxico es un proceso cualitativo, gradual, multidimensional, procesual y dinámico» (2006, p. 13), lo cual ratifica la importancia de dejar de considerar la lengua y el léxico de forma compartimentalizada. Esto es, comprender que los fenómenos lingüísticos están insertos en comunidades diversas en constante evolución y con particularidades culturales fundamentales.

Esa construcción social hace que cada individuo no utilice combinaciones radicalmente diferentes, sino que opte por unidades establecidas y frecuentes, así «el aprendizaje del léxico no sólo se produce por unidades léxicas simples, sino que juegan en él un papel muy relevante la percepción, memorización y recuperación de segmentos léxicos, integrados por varias palabras» (Higueras, 2006, p. 9). Asimismo, O’Keeffe et al. (2007) aseguran que el léxico propuesto para niveles básicos que no incluya segmentos frecuentes será incompleto, puesto que hay consenso en la necesidad de su enseñanza.

En ese sentido, Higueras (2006) afirma que debería haber oportunidad tanto para el aprendizaje directo como indirecto. Nos parece que esta postura es balanceada y da cuenta de las realidades que se viven en el aula, pues, por un lado, pretender que todo el léxico sea enseñado de manera explícita implicaría una tarea colosal, y poco productiva para el estudiante; por otro lado, contemplar el aprendizaje implícito, sin descartar la importancia del explícito, refleja también perspectivas psicolingüísticas que demuestran que en la adquisición de lenguas no todos los procesos son conscientes.

Hay que mencionar además que tampoco se busca que los aprendientes entren al mundo del léxico, a simple vista caótico y que, por su cuenta, traten de organizarlo y

entenderlo (esto se considera un trabajo lingüístico), sino que puedan comprender el sistema léxico y que, a partir de analizar, comprender e interactuar, puedan utilizarlo efectivamente. Para Higuera, «se trata de que los alumnos desarrollen gradualmente sistemas no para encajar piezas y construir segmentos, sino para identificar las partes constituyentes dentro de esos segmentos» (2006, p. 11).

En suma, la autora nos plantea las principales teorías del Enfoque léxico en cuatro principios:

Primacía de la enseñanza del léxico en detrimento de la gramática; atención, por parte de profesores y alumnos, al reconocimiento y la memorización de segmentos léxicos o *chunks* para mejorar la fluidez y precisión del alumno y para permitir que opere tanto el principio de idiomática como el principio de selección libre; en tercer lugar, importancia de la organización sintagmática u horizontal de las palabras, es decir al cotexto y al contexto y, por consiguiente, a las colocaciones; y, por último, énfasis en la importancia del aprendizaje incidental del léxico. (Higuera, 2006, p. 11)

Es necesario analizar la base de los enfoques léxicos: la unidad léxica. Higuera la define como «un ítem que consiste en una o más palabras (las unidades que van separadas por espacios en la escritura y por pausas en la cadena oral), que forman una unidad inseparable semántica y sintácticamente» (2006, p. 14). Existen varias formas de clasificar el léxico; una de ellas es si son individuales o contemplan más elementos. Así, tenemos unidades univocales, que constan, como su nombre lo indica, de unidades individuales. Lewis (1993) muestra la distinción de palabras con bajo contenido informativo, por ejemplo ‘a’ y ‘por’, y palabras con alto contenido informativo, tales como ‘empresa’, ‘negocios’.

No obstante, agrega que hay numerosas investigaciones que ponen de manifiesto que una gran cantidad de lengua es almacenada en unidades mayores que las palabras individuales. Es por ello que este autor ofrece una clasificación de ítems de multipalabras, las cuales tienen existencia independiente. Dentro de este grupo se incluyen las colocaciones, las locuciones, los compuestos nominales, las construcciones con verbo soporte y las combinaciones libres frecuentes, unidades que serán tenidas en cuenta en la presente investigación, como se observa en la Figura 2.



Figura 2. Consolidado de unidades léxicas analizadas.

7.3. Las unidades léxicas pluriverbales

Existen varias posturas teóricas frente a las unidades léxicas pluriverbales, puesto que su delimitación es difusa. Incluso, para autores como Castillo Carballo (en Alvar Ezquerro, M., & Corpas Pastor, G. [Coords.], 1999) Corpas Pastor (1996), Ruiz Gurillo (2001), Penadés Martínez (1999), García-Page Sánchez (2010) y Romero Aguilera (2014), las unidades léxicas tienen diferentes grados de fijación e idiomatismo que determinarán hacia cuál categoría se acercan más.

Por todo ello, presentamos el panorama de la clasificación de las unidades léxicas, sin adentrarnos en cada una de ellas, debido a que en nuestro inventario léxico no incluimos la categorización de las unidades pluriverbales. Otra razón por la cual no delimitamos según categorías léxicas nuestro inventario es que esto podría afectar la cantidad de unidades seleccionadas, por aspectos metalingüísticos, pero en el campo de los negocios estas unidades serían de suma importancia.

Así las cosas, evidenciamos que para Ruiz Gurillo (2001) «las colocaciones constituyen preferencias estilísticas en las lenguas de carácter más o menos regular, pero mucho menos estables y fijas que las locuciones» (p. 35). Las define como «unidades fraseológicas de pleno derecho. Son sintagmas usuales y estables, aunque menos consolidados que las locuciones». (p. 35). Siguiendo los postulados de Corpas (1996), pone como ejemplos de colocaciones: ‘desempeñar un cargo’, ‘error garrafal’, ‘fuente fidedigna’, entre otros.

Romero Aguilera (2014) establece que son «unidades fraseológicas, de significado más o menos transparente, formadas por dos unidades léxicas que coaparecen de manera habitual y arbitraria, y que, debido a su fijación en la norma, presentan ciertas restricciones combinatorias impuestas por el uso» (p. 40). Ilustra con unidades como ‘calor sofocante’, ‘plenamente satisfecho’ o ‘cometer sacrilegio’.

Penadés Martínez (1999) toma como referencia la definición de Corpas (1996):

A las unidades fraseológicas formadas por dos unidades léxicas en relación sintáctica, que no constituyen, por sí mismas, actos de habla ni enunciados; y que, debido a su fijación en la norma, presentan restricciones de combinación establecidas por el uso, generalmente de base semántica: el colocado autónomo semánticamente (la base) no sólo determina la elección del colocativo, sino que, además, selecciona en éste una acepción especial, frecuentemente de carácter abstracto o figurativo. (p. 59)

En ese sentido plantea como colocaciones: ‘dejar en la calle’, ‘dar en el quid’ o ‘dar su merecido’.

En las anteriores definiciones y ejemplos están presentes la frecuencia y un grado de fijación (en diferente medida) en la norma, como las características constantes. Higuera (2006), por su parte, clasifica las colocaciones en dos grupos, no sin antes definir las como «un tipo de unidad léxica pluriverbal que comparte ciertas características de combinaciones libres, por un lado, y con las expresiones idiomáticas, por otro» (2006, p. 14).

Los dos grupos que caracteriza son colocaciones prototípicas y colocaciones no

prototípicas. Las primeras presentan todas las características con las que delimita las colocaciones: 1) restricción léxica, 2) direccionalidad, 3) tipicidad, 4) fijación arbitraria en la norma, 5) regularidad sintáctica, 6) transparencia semántica, 7) institucionalización (pertenencia a una comunidad) y 8) frecuencia de coaparición. Menciona que, aunque las colocaciones no prototípicas solamente presentan los ítems 4, 5, 6, 7 y 8, son las que resultan más útiles en términos didácticos, ya que para un estudiante de ELE las combinaciones que hablan de, por ejemplo, actividades diarias tales como ‘sacar la basura’, ‘planchar la ropa’, ‘lavar los platos’, etc., serían más rentables, aunque no todas ellas sean consideradas colocaciones, sino combinaciones libres frecuentes.

García-Page (2010), por su parte, rebate la idea de que ‘tomar una decisión’ sea una colocación y plantea la existencia de construcciones con verbo soporte, las cuales se caracterizan por poseer un componente semánticamente vacío. En el caso de ‘tomar una decisión’, la unidad ‘tomar’ carece de significado, por lo que se convierte en un verbo que apoya la construcción. Además, manifiesta que las locuciones expresan propiedades, caracterizaciones o valoraciones y de alguna manera un sentido figurado, mientras que las construcciones con verbo soporte podrían ser más literales, aunque abre la posibilidad de que algunas formas puedan corresponder a ambas categorías:

Algunas expresiones de doble nacionalidad ponen en relación una locución y un predicado de verbo soporte, no una colocación léxica [...]. La doble nacionalidad de la expresión ‘tomar nota’ consiste en el doble análisis que puede recibir: como construcción de verbo soporte, parafraseable por el verbo léxico ‘anotar’, y como locución, con el sentido de «aprehender, fijarse bien, reconocer un error para corregirlo o evitarlo»; como locución, admite el incremento léxico buena (tomar buena nota), no así cuando funciona como predicado de verbo soporte. (García-Page, 2010, p. 17)

En relación con los compuestos nominales, Ruiz Gurillo (2001) afirma que son abundantes y se desarrollan sobre todo en el español técnico en vista de que se refieren a conceptos o referentes nuevos, por lo que los neologismos son bastante frecuentes. En el caso del español de negocios, hace alusión a ‘sectores de producción’, ‘fondos de inversión’, los cuales designan conceptos específicos. Asimismo, asegura que «no todos presentan el

mismo grado de convencionalización, puesto que algunos, como ‘opciones de compra’, ‘activo financiero’ [...] se están estableciendo en estos momentos con un sentido propio en determinadas parcelas técnicas del español» (p. 33).

Romero Aguilera (2014), por su parte, presenta las dificultades frente a la cercanía entre los compuestos y las colocaciones, especialmente aquellas con el patrón *sustantivo + preposición + sustantivo*. No obstante, basándose en los postulados de Ferrando (2002), brinda un rasgo distintivo de los compuestos sintagmáticos que permite diferenciarlos de las colocaciones: «desempeñan una función denominativa o designativa, es decir, funcionan como una única unidad de sentido y aluden a una sola realidad» (p. 58). De igual modo, asegura que estos tienen mayor idiomática que las colocaciones.

Asimismo, Gómez de Enterría (2001) asegura que las unidades sintagmáticas contribuyen significativamente a los vocabularios tecnológicos, pues se forman gracias a desplazamientos semánticos que ayudan a identificar un objeto en concreto. Así, los compuestos nominales son unidades bastante frecuentes en las lenguas de especialidad.

Aunque algunos autores mencionan que las locuciones nominales desempeñarían la misma función y que habría que prescindir de la categoría de compuestos nominales, nos alineamos con la postura de Higuera (2006), debido a que las locuciones pueden ser esquivadas por sus equivalentes gramaticales.

Por un lado, si aceptáramos la postura de locuciones nominales, unidades como ‘el mismo que viste y calza’ deberían o podrían ser incluidas, lo que haría mucho más extenso nuestro inventario, perjudicando la cobertura léxica que nos plantea Santos Palmou (2017), quien contempla entre 3 000 y 4 000 unidades hasta el nivel B1. Por otro lado, la inclusión de compuestos nominales en nuestro estudio se argumenta por la tecnicidad y el nivel de especialización que se da en el español de negocios, tal como sostienen Ruiz Gurillo (2001) y Gómez de Enterría (2001).

Consideramos que las locuciones, al tener mayor grado de idiomática y ser parte del bagaje cultural de una comunidad de habla, podrían generar malentendidos. Es por ello que deberían tener un tratamiento didáctico según las necesidades particulares de los estudiantes. Al no haber unidad lingüística en el cien por ciento del léxico, acudir a la

enseñanza de las locuciones implicaría inclinarse a uno u otro isolecto¹⁵. Por nuestra parte, buscamos la selección de unidades representativas en el español de los países con mayor número de hablantes, sin particularizar ninguno. Por esta razón, solo tomamos aquellas locuciones que tienen un bajo grado de idiomática y que definitivamente corresponden al registro formal o estándar que se espera en los niveles básicos de español de negocios.

En definitiva, más que por las categorías de las unidades pluriverbales, nuestra selección léxica estará delimitada por la clasificación en términos del nivel de lengua, la pertinencia en América, los criterios de facilidad de aprendizaje, y la necesidad de abordar las relaciones léxicas (sinonimia, antonimia y polisemia).

¹⁵ Para los creadores de materiales y los docentes sí sería relevante identificar su pertinencia y utilidad.

7.4. Selección léxica

Luego de analizar la importancia del léxico y las unidades que lo componen, surge la pregunta: ¿qué léxico enseñar? Para Bartol (2010), el énfasis en la enseñanza del léxico requiere la selección de las unidades por enseñar y, por lo tanto, aboga por la necesidad de «una selección que permita escalonar el aprendizaje del léxico» (p. 87). Esto es, identificar y organizar las unidades léxicas de manera progresiva y sistemática, con el fin de que el estudiante mejore su capacidad comunicativa.

Asimismo, el autor describe los criterios que deberían guiar el proceso de selección: la utilidad. «Debe seleccionarse para cada etapa de aprendizaje el vocabulario que sea útil al alumno» (p. 88). Para este criterio el autor explica las diferentes posturas que se han tomado frente a la utilidad de las palabras. El primer paso fue la creación de glosarios que contenían un mínimo de palabras para comunicar una gran cantidad de mensajes, lo cual define como «cobertura, entendida esta como el espacio semántico y situacional que es capaz de cubrir una palabra» (p. 88).

La segunda postura que expone es la dupla frecuencia = utilidad. A pesar del hecho de que las listas de frecuencia dejen por fuera palabras que si bien presentan baja frecuencia, son fundamentales para la comunicación cotidiana. El autor presenta los resultados de López Morales (1999), en los que se encontró que palabras tan comunes (que se deberían enseñar en los niveles básicos), como ‘cuchara’ o ‘bicicleta’, no se encontraban dentro de la selección de palabras con alta frecuencia. Ello pone de manifiesto lo inapropiado que resulta considerar la frecuencia como única fuente para determinar la utilidad del léxico.

De igual modo, expone la visión de René Michéa (1949) sobre la utilidad: las palabras útiles lo son a un tema, debido a que están estrechamente ligadas a él. Así que plantea palabras temáticas y aтемáticas, las primeras se encuentran unidas, como su nombre lo indica, al tema en cuestión. Mientras que las segundas son independientes y tienen mayor representatividad en los léxicos de frecuencias.

En propuestas más recientes, el autor hace referencia al estudio de Nation (1990), el cual incluye: «a) el rango o índice de estabilidad b) las necesidades lingüísticas, c) la

accesibilidad y familiaridad de las palabras, d) la cobertura, e) la regularidad y f) la facilidad de aprendizaje» (p. 89). En esta última se hace bastante énfasis, pues es la que requiere más atención en términos didácticos. El autor rescata los postulados de Izquierdo Gil (2004), quien resalta la importancia del análisis contrastivo para determinar los cognados y las palabras con alto nivel de familiaridad para el estudiante.

Así, es preciso resaltar que las dificultades que presenta el análisis de frecuencias léxicas se pretendió superar con los estudios de disponibilidad léxica. Estos estudios, en lugar de determinar las palabras útiles por medio de la frecuencia, analizan las respuestas de informantes, luego de la activación de centros de interés específicos. Dentro de los estudios más relevantes se encuentran los de Humberto López Morales, quien ha sido el líder en el proyecto panhispanico Dispalex, el cual busca «Elaborar diccionarios de Disponibilidad Léxica para las diversas zonas del mundo hispanico» (Dispalex, página web).

Algunas de las ventajas de la disponibilidad léxica es que se basan en teorías psicolingüísticas que permiten dar cuenta de la activación de vocablos gracias a estímulos temáticos, recuperar índices de disponibilidad de cada vocablo y, por lo tanto, tener un criterio de selección objetiva de vocabulario. Asimismo, el hecho de que se pueda organizar el léxico por centros de interés y que estos se relacionen con los temas propuestos por el MCERL, hace que se puedan abordar todos los ámbitos (Bartol, 2010).

Adicionalmente, podemos establecer tres parámetros sobre la disponibilidad léxica: 1) la tipicidad, 2) la edad de adquisición y 3) la familiaridad. La primera se relaciona con la teoría de los prototipos, que da cuenta de la forma de organizar el mundo, además, junto con la segunda son las responsables de la unidad del léxico, ya que establecen diferencias y similitudes entre zonas, la tercera puede variar dependiendo de la zona, el tiempo o incluso variables sociales (Como se cita en Bartol, 2010). No obstante, aunque los aportes de la disponibilidad léxica son significativos, también presenta limitaciones, especialmente relacionadas con el tipo de palabras obtenidas (de tipo nominal, sobre todo), la imposibilidad de dar cuenta de todos los centros de interés que permitan abordar la realidad humana, así como de su dificultad de realización con informantes.

En suma, se ha evidenciado que la utilidad, la cobertura y la frecuencia son de los aspectos más relevantes a la hora de seleccionar el léxico. No obstante, existen fenómenos que se entretajan en medio de ellos, por lo que resulta preciso revisarlos en más detalle. Cuando se analiza cuáles son las unidades léxicas más frecuentes, se encuentra que, como menciona Picoche (1993), son aquellas que suelen presentar un alto grado de polisemia.

Es importante mencionar que el léxico, desde una perspectiva psicolingüística, no se halla en listados ordenados alfabéticamente. Por el contrario, presenta una serie de asociaciones que dan cuenta de organizaciones categoriales (aunque culturales, presentan formas básicas compartidas gracias al conocimiento del mundo). Vemos entonces que el léxico se organiza a través de relaciones semánticas (Baralo, 2007). A pesar de que no sepamos aún cómo funciona el procesamiento exacto en el interior del cerebro, se sabe que estas relaciones permiten el aprendizaje del léxico. Por nuestra parte, nos enfocamos en los fenómenos de polisemia, sinonimia y antonimia por ser las relaciones básicas más rentables lingüísticamente y las que podrían aportar de manera significativa al fortalecimiento de la competencia léxico-semántica en los estudiantes de niveles A1, A2 y B1.

7.5. La sinonimia, la antonimia y la polisemia

En el estudio del léxico, las relaciones entre los significados de las unidades léxicas han tomado un lugar central. Otaola (2004) afirma “son tres los principales tipos de relaciones estructurales entre los significados de los signos: la sinonimia, la hiponimia-hiperonimia y la antonimia. Constituyen elementos claves en la estructuración léxica de las lenguas” (p. 267). Asimismo, establece que en el lenguaje lógico-semántico se asocia la sinonimia con identidad, igualdad o similitud, mientras que la antonimia con oposicionalidad, contradicción y contrariedad semántica.

Para hablar de la sinonimia es importante enfocar nuestro análisis, puesto que, al ser uno de los grandes temas de la semántica, su extensión es significativa. La sinonimia puede abordarse según su objeto de análisis así: sinonimia léxica, sinonimia sintáctica o sinonimia discursiva (Otaola, 2004). Para efectos de delimitación de la presente investigación, consideramos la sinonimia léxica para determinar las unidades léxicas recomendadas; aquellos sinónimos que presenten significados o matices particulares no serán analizados para determinar la unidad más frecuente, mientras que aquellos que presenten un significado uniforme serán objeto de análisis para hallar la unidad más frecuente, por lo tanto, rentable.

En la literatura podemos ver que no hay consenso frente a la existencia de la sinonimia. Se pueden evidenciar posturas diametralmente opuestas como las de Leech (1997), Palmer (1978), Coseriu (1977), quienes no reconocen su existencia, y Casas Gómez (1999), Gutiérrez Ordóñez (1992), Salvador (1985), Trujillo (1988), entre otros, quienes la sostienen y ratifican (como se cita en Otaola, 2004).

La sinonimia puede ser analizada a través de criterios de diferenciación tales como:

- a) Un término es más general que el otro: ‘pelo’ / ‘cabello’
- b) Un término es más intenso que el otro: ‘horrendo’ / ‘horrible’
- c) Un término es más emotivo que el otro: ‘cariño’ / ‘afecto’
- d) Un término implica aprobación o censura moral mientras que el otro es neutro: ‘cicatero’ / ‘ahorrativo’
- e) Un término es más profesional que el otro: ‘amigdalitis’ / ‘anginas’
- f) Un término es más literario que lo otro: ‘estío’ / ‘verano’
- g) Un término es más coloquial que el otro: ‘barriga’ / ‘vientre’

- h) Un término es más local o dialectal que otro: ‘zafa’ / ‘palangana’
- i) Un término pertenece al habla infantil y no el otro: ‘pipí’ / ‘orina’

(Ullmann, 1972 en Otaola, 2004, p. 296)

También podemos ver que existen otras maneras por las cuales se aprecia su diferenciación:

- 1) Algunas series de sinónimos pertenecen a dialectos diferentes.
- 2) Palabras que se usan en «estilos» o «registros» diferentes.
- 3) Palabras que pueden diferir sólo en los significados
- 4) Palabras que tienen restricciones de distribución, es decir, que se encuentran sólo en conjunción con otras palabras.
- 5) Palabras que son próximas en significado, o que sus significados se traslapan. (Otaola, 2004, p. 297)

Varios de estos criterios tienen detractores, los cuales argumentan que se trata de fenómenos de homonimia, hiperonimia y de relaciones paradigmáticas que no se asocian estrictamente con la sinonimia. Desde nuestra perspectiva (y para efectos de esta investigación), la sinonimia será abordada partiendo de los criterios

e) y 5) por las siguientes razones:

- I. Consideramos que los sinónimos que pertenecen a dialectos diferentes son variantes diatópicas pertenecientes a sociolectos específicos y, por lo tanto, no es posible conmutarlos. La conmutación ha sido el método que tradicionalmente se ha utilizado para identificar los rasgos semánticos diferenciales para los sinónimos. De hecho, esta investigación surge por la necesidad de identificar el léxico más frecuente en Hispanoamérica, debido a que la utilización de variantes españolas como “sinónimos” en el contexto americano sería artificial y poco productivo para los estudiantes de ELE.
- II. El léxico que analizamos está dentro de un mismo campo: los negocios y está gradado hasta nivel B1. Dentro de las palabras positivas de Nelson (2000) y las de Santos Palmou (2017), el registro que se encuentra es estándar y hay ausencia de matices más sofisticados como los significados emotivos o valorativos, habla coloquial, entre otros.
- III. Dado que uno de nuestros criterios es la frecuencia de uso en los cuatro países

con mayor número de hablantes en América, privilegiamos aquellas unidades léxicas que presentan mayor frecuencia absoluta en estos países. Así, los criterios de generalidad, intensidad o moralidad no son relevantes para nuestro estudio. En nuestro análisis se consideran sinónimos aquellas unidades léxicas que comparten un mismo referente, presentan amplio uso en América, aunque su índice total de frecuencia sea diferente.

Llegados a este punto, debemos reflexionar sobre las implicaciones de la sinonimia y la traducción. En los diccionarios consultados (Spanishdict y Collins) es posible evidenciar que una entrada en una de sus acepciones puede tener varios sinónimos. Por ejemplo, la unidad léxica *issue* presenta en su primera acepción: ‘asunto’, ‘tema’, ‘cuestión’. Para el tratamiento en el aula, abordar estas tres unidades léxicas representaría una carga cognitiva significativa para el estudiante. Así como lo presenta Ainciburu (2014), en relación con las variantes diatópicas, consideramos que la exposición a una gran variedad de unidades léxicas, que tienen un mismo referente en la lengua del estudiante, podría ser infructuoso en los niveles básicos, en razón de que el objetivo del estudiante es acceder a la comunicación inmediata, más allá de los valores estilísticos que una u otra unidad léxica le pueda aportar.

Así, para el caso de la sinonimia, escogeremos aquellas unidades con mayor frecuencia absoluta en la mayoría de los países hispanoamericanos seleccionados.

En el ejemplo previo presentamos como variante recomendada la unidad léxica ‘tema’, por su frecuencia absoluta.

En definitiva, en nuestra investigación, tanto las variantes diatópicas como los sinónimos tienen un mismo tratamiento, todo con el fin de filtrar las unidades que sean más productivas y pertinentes, además de que ofrezcan mayor rentabilidad y utilidad lingüística a nuestros estudiantes. No obstante, hay que mencionar que si existe una variante transparente dentro de las opciones generadas, esta se mantiene y se agrega la variante con resultado de frecuencia absoluta mayor. Esto considerando los factores que facilitan el aprendizaje (Hidalgo, 2017):

- Fonemas semejantes
- Combinaciones de letras semejantes
- Acento de intensidad siempre en la misma sílaba

- Coherencia en la relación entre sonido y grafía
- Regularidad en la inflexión
- Regularidad en la derivación
- Transparencia de las partes de la palabra (prever = «ver con antelación»)
- Palabras de uso general con registro neutro
- Una forma y un significado. (p. 168)

Esto no implica que los sinónimos no deban ser abordados en clase, ni que el estudiante no deba aprenderlos. Por el contrario, lo que se busca es presentar una variante recomendada, que debería aparecer con mayor ocurrencia, por ejemplo, en los materiales de español de negocios. Los sinónimos que presentamos se podrían incorporar como aprendizaje incidental.

Con respecto a la antonimia, ha sido mucho menos estudiada que la sinonimia, pero hay un acuerdo significativo en varias de sus características, las cuales se encuentran dentro del concepto de la “oposicionalidad”. Dentro de ellas encontramos:

1. Relación de negación. El antónimo niega el significado de su término positivo, aunque a veces no esté lexicalizado
2. Oposición binaria
3. Total graduabilidad. La mayoría son adjetivos, aunque también hay algunos verbos
4. Denotación de grados de propiedades como la longitud, la velocidad, entre otras
5. Presencia en polos extremos de un mismo eje opositivo

(Otaola, 2004)

En consonancia con estos aspectos, para la presente investigación se consideran los antónimos léxicos y se prescinde de los antónimos gramaticales o de negación propia, debido a las siguientes razones:

- I. Podemos evidenciar que existen antónimos creados con rasgos morfológicos, es decir, antónimos gramaticales en los que se utiliza la prefijación para la expresión de la negación: ‘continuo’/ ‘discontinuo’, ‘legal’ / ‘ilegal’, ‘posible’ / ‘imposible’. Al ser

gramaticales, su abordaje en la clase de ELE se puede realizar a través de la enseñanza de las posibilidades de la formación de palabras y el estudio morfológico, lo cual resultaría mucho más productivo que el aprendizaje de ítems completos. Además, la transparencia de estas unidades léxicas permite que los estudiantes anglófonos (o cuya lengua vehicular sea el inglés) puedan hacer transferencias positivas de manera espontánea, sin la necesidad de una enseñanza explícita. Lo mismo ocurre con las formas léxicas y su propia negación, como en ‘intervención’ / ‘no intervención’; ‘acción’ / ‘no acción’. Aunque, «el uso de este tipo de antónimos está creciendo actualmente» (Otaola, 2004, p. 311), no consideramos necesaria su inclusión en nuestro inventario, dada la facilidad de formación.

- II. Los antónimos léxicos resultan más complicados de transferir o inferir entre la lengua materna del estudiante y la lengua meta. Podemos evidenciar este fenómeno con la dupla: ‘ganar’ / ‘perder’. El aprendizaje del primero no hace manifiesto el aprendizaje del segundo, por lo que su enseñanza explícita sí resulta rentable para el estudiante.

Asimismo, con el fin de seleccionar el léxico pertinente para los niveles A1, A2 y B1, se consideran solamente los antónimos en las categorías de adjetivos y verbos, ya que como afirma Otaola (2004) representan la mayoría de antónimos.

El lineamiento final que tenemos en cuenta para la selección de antónimos en nuestro estudio es la relación de inversión, planteada por esta autora: «Los inversos son opuestos en pares de palabras que exhiben la inversa de una relación entre ítems léxicos. Uno es inverso del otro. Son los pares: ‘comprar’ / ‘vender’; ‘marido’ / ‘esposa’». (p. 317)

Con relación a la polisemia podemos ver que, al igual que con la sinonimia, existen algunos autores que no reconocen su existencia. Además, por su estrecha relación con la homonimia, se ha generado gran debate sobre sus límites y alcances. Algunos autores consideran que ambas se refieren a variantes de la lengua en diversos contextos, mientras que otros les conceden características y criterios diferenciadores para su análisis lingüístico y lexicográfico.

No obstante, dos aspectos indiscutibles son, por un lado, que en todas las lenguas naturales ocurre la asignación de diferentes significados a un mismo significante y, por otro lado, que en la mente del hablante se da un proceso de selección de la unidad léxica,

independientemente de todas las acepciones que esta pueda tener. Es decir, no todas las acepciones aparecen al mismo tiempo, sino que el contexto discursivo determina cuál es la acepción adecuada: en el uso se actualiza la acepción requerida en términos oracionales y discursivos; aunque esto esté sujeto a la ambigüedad cuando el hablante no es suficientemente claro.

Ahora bien, en términos lexicográficos vemos que la homonimia y la polisemia permiten procedimientos de organización y selección de entradas y acepciones en los diccionarios. Cuando se extrema al máximo la polisemia se obtienen muchas menos entradas de lo habitual en los diccionarios comunes; mientras que, si se adopta el criterio de la homonimia, habrá muchas más entradas léxicas de las reconocidas en los diccionarios corrientes (Otaola, 2004). Esto lo evidenciamos en los diccionarios que consultamos para la selección de nuestro inventario, debido a que hay una inclinación hacia la reducción de entradas y la ampliación de acepciones, es decir, adoptan el criterio de la polisemia, lo que permite dar cuenta de mayores opciones para la comprensión de una unidad léxica. Debido a que la mayoría de sus usuarios son aprendientes de estas lenguas, se ofrecen en una misma entrada todas las acepciones posibles y frecuentes.

En nuestro estudio se incorpora la polisemia, en vista de que se toman todas las acepciones que aparecen en los diccionarios¹⁶. Prestamos especial atención a este fenómeno lingüístico, porque, como lo plantea Picoche (1993), la polisemia es de los aspectos que más se deberían considerar en la enseñanza sistemática del léxico, pues además de ser las unidades léxicas más frecuentes, su enseñanza explícita favorece la integración efectiva. Así, la inclusión de la polisemia en nuestro inventario pretende ofrecer un recurso para que los docentes y creadores de materiales puedan seleccionar las acepciones adecuadas para la enseñanza en sus respectivos cursos o proyectos.

En conclusión, podemos ver que las relaciones semánticas son de suma importancia para analizar, seleccionar y gradar el léxico. Además, nos permiten comprender aspectos psicolingüísticos, así como analizar las implicaciones lingüísticas y lexicográficas fundamentales para la selección léxica objetiva.

¹⁶ Siempre y cuando pertenezcan a ámbitos profesionales y corporativos.

7.6. Las variantes en el español de negocios

La lengua española es casi indivisible de América, pues su gran esplendor se da en este continente. «Es una realidad lingüística fuerte y consistente cuyo olvido provocaría inmediatamente una grave descompensación en la visión de lo que es actualmente la lengua española, sea cual fuere el fin específico con que nos enfrentamos a ella» (Bravo, 2004). Es por ello que su atención en la enseñanza como lengua extranjera o lengua segunda se hace fundamental. No obstante, ¿es posible delimitar este español teniendo en cuenta que es hablado por más de 470 millones de personas?

La buena noticia, tanto para estudiantes como para estudiosos de la lengua, es que «en el caso del español —y esta es una de nuestras ventajas—, es mucho mayor lo compartido que lo diferente (incluyendo el uso activo y el conocimiento pasivo) (Andión, 2015, p. 160). Así, a pesar de que sea la segunda lengua más hablada en el mundo, por número de habitantes, es lo suficientemente homogénea para que todos los hispanohablantes nos podamos comprender prácticamente sin dificultad.

Ahora bien, al referirnos al español hablado en el continente americano, es preciso definir si se trata de ‘español *de* América’ o ‘español *en* América’. Para algunos autores, el primero hace referencia a «algo propio de América, mientras que el *en*, con su carácter simplemente locativo, solo conlleva la presencia en un lugar» (Montes Giraldo, 1992, p. 338). Para otros autores, el segundo término presenta una idea de lengua que aglutina a veinte naciones independientes mientras que el primer término parece no tener la equivalencia a todas las modalidades presentes en el continente (como se cita en López Fernández, 2015).

No obstante, para Montes Giraldo, el español de América sí es un referente: «el español de América no es un simple trasplante de algo ajeno, sino entidad que ha crecido con las savias del Nuevo continente, decimos y diremos ‘español de América’ para relieves su definitiva originalidad americana» (1992, p. 338). Aunque coincidimos con estos postulados, en nuestro trabajo, al no hacer un estudio exhaustivo para identificar una variante denominada americana, sino de variantes frecuentes en los cuatro países con mayor número de habitantes del continente americano: México, Colombia, Argentina y Perú, optamos por la denominación ‘español en América’.

Luego de esta aclaración, vale la pena precisar la importancia de las variedades para cualquier estudio de español de negocios que pretenda usarse con fines didácticos. Moreno Fernández (1999) lo plantea en los siguientes términos: «Por lo general, los autores de manuales y los profesores de lenguas con fines específicos se comportan en su tarea como si semejante variación no existiera o como si fuera un componente despreciable» (p. 19). Esto se da por las dificultades que su estudio acarrea como veremos más adelante.

Ahora analicemos las características del léxico que podrían diferir del español ibérico. Eva Bravo (2004) presenta variaciones en la pronunciación, en la morfosintaxis y finalmente características léxico-semánticas. En estas últimas hace distinción entre americanismos, los llamados ‘arcaísmos’ y los indigenismos de uso general. Los primeros, los define como «palabras del fondo patrimonial del español que tienen un significado específico y general en el español americano. Son términos heredados de una variedad dialectal peninsular o bien fruto de la necesidad para designar la realidad americana». (p. 197). En cuanto a los llamados ‘arcaísmos’, menciona la imprecisión del término al considerárselo solo desde el punto de vista peninsular, ya que cuentan con bastante uso y rendimiento en el español americano. Finalmente, los indigenismos son palabras que dan cuenta de la realidad americana y que fueron poco a poco difundiendo en el español general.

Asimismo, la autora asegura que estas variantes son pertinentes para un nivel avanzado siempre y cuando las necesidades profesionales lo requieran: «El alumno que tenga expectativas, pongamos por caso, en el mundo de los negocios, deberá conocer y saber utilizar este mecanismo con más detalle que aquella cuya única demanda sea una visita turística» (p. 197).

Frente a los americanismos, Andi3n (2015) plantea la importancia de organizar el l3xico mediante campos l3xicos para su mejor didactizaci3n: «Lo m3s recomendable para dise1nar un listado de posibles americanismos para insertarlos en una variedad preferente europea o estandarizada es trabajar con campos l3xicos. Ello propiciar3 crear una asociaci3n cognitiva en la memoria que facilite su recuperaci3n» (p. 164). Asimismo, pone de manifiesto la importancia de no guiarse exclusivamente por la frecuencia l3xica, puesto que se podr3an presentar desequilibrios, si se considera el n3mero de habitantes, sino tener en cuenta varias 3reas ling33sticas:

Lo m3s conveniente es considerar palabras que permitan hablar de 3reas ling33sticas americanas completas o varias de ellas. En cuanto al l3xico y sin dejar de reconocer que no existe una correspondencia exacta entre isoglosas ling33sticas y pa3ses, podemos diferenciar varias 3reas: Espa1a, M3xico y Centroam3rica (Guatemala, Honduras, El Salvador, Nicaragua, Costa Rica), el Caribe (Panam3, Cuba, Rep3blica Dominicana, Puerto Rico, Venezuela), Los Andes (Colombia, Per3, Ecuador, Bolivia), el R3o de la Plata (Argentina, Uruguay, Paraguay) y Chile. Es evidente que, en cada zona, los pa3ses tienen un peso demogr3fico desigual, lo que aporta una diferente representatividad zonal a los t3rminos –a veces muy significativa–. Por quedarnos en una misma 3rea ling33stica, no es lo mismo un mexicanismo, usado por m3s de 121 millones de hablantes, que un nicarag3ismo avalado por una poblaci3n de seis millones de personas. (p. 165)

Sumado a esto, y en relaci3n con las lenguas de especialidad abordadas previamente, vemos que la variaci3n ling33stica no solo est3 dada por usos propios de un gremio, sino tambi3n por aspectos diat3picos. Tenemos que en las lenguas de especialidad hay diferencias en los planos fon3tico, gramatical, l3xico, discursivo, entre otros, puesto que la variaci3n, m3s all3 de tratarse exclusivamente de lenguas de especialidad, est3 determinada por los fen3menos propios de las lenguas vivas. Moreno Fern3ndez (1999) asegura al respecto que «el plano l3xico-sem3ntico [...] ofrece muestras de variaci3n, que en una buena parte se deben a la existencia de variedades de especialidad marcadas geoling33sticamente» (p. 15).

Asimismo, esta variaci3n est3 presente no solamente en palabras de la vida cotidiana o registros informales, tambi3n vemos que «las terminolog3as de muchos 3mbitos

especializados no están unificadas en el mundo hispánico, dando lugar a una heterogeneidad que afecta a los estudiantes de español con fines específicos» (Moreno Fernández, 1999, p. 16). Pone de ejemplo al sector automotriz, en el cual se puede evidenciar variantes como ‘manubrio’ ‘timón’, ‘volante’, ‘guía’ para el «objeto para dar la dirección al automóvil». Por lo que motiva a ampliar los conocimientos y el tratamiento de las variedades para cursos de español con fines específicos.

Además, el autor presenta la importancia de los préstamos lingüísticos en la variación lingüística de las lenguas de especialidad:

El anglicismo se está extendiendo en los lenguajes de especialidad con mayor intensidad si cabe que en la lengua general: unas veces por necesidad (nuevos conceptos, nuevos objetos, nuevas técnicas, originadas muchas de ellas en países anglohablantes), otras veces como marca de grupo, puesto que el dominio de ciertos anglicismos estaría vedado a los iniciados en ciertos ámbitos profesionales (pensemos en el léxico de la aviación), otras veces simplemente por el prestigio inherente al uso de unidades foráneas, aunque sean innecesarias. (p. 17)

En suma, vemos que, aunque los retos sean significativos, es posible hacer un acercamiento riguroso sobre las variantes en el español de negocios, siempre teniendo en cuenta que las lenguas de especialidad responden a fenómenos lingüísticos, dados por la lengua misma y, por consiguiente, requieren atención tanto por parte de especialistas como de los estudiantes de ELE.

8. Marco metodológico

8.1. Paradigma y diseño de investigación

El presente estudio se enmarca en los métodos mixtos de investigación, gracias a que nos ofrecen la oportunidad de incorporar análisis tanto cualitativo como cuantitativo para obtener una selección léxica pertinente. Según Creswell y Plano (2011), los métodos mixtos de investigación combinan o fusionan datos de ambos tipos, de manera tal que no se trata de la mera sumatoria de análisis independientes de tipo cualitativo o cuantitativo, sino la integración de ambas perspectivas en toda la investigación: desde la filosofía investigativa, la orientación, el diseño de la investigación, el análisis hasta las conclusiones. Así, sus resultados pueden proveer un panorama mucho más profundo del tema de estudio.

En nuestro caso, evidenciamos que el acercamiento cualitativo nos permitió la identificación de las nociones específicas del PCIC analizadas por Santos Palmou (2017) que se relacionan directamente con el español de negocios (específicamente a la lengua de especialidad), a través de la técnica denominada juicio de expertos. No obstante, un análisis cualitativo del inventario presentado por esta autora no sería suficiente para determinar las variantes más pertinentes en Hispanoamérica (México, Colombia, Argentina y Perú). Por esta razón, fue necesario optar por un enfoque cuantitativo que, a través de la revisión en corpus, nos permitiera identificar aquellas variantes con mayor frecuencia en estos países.

Ahora bien, aunque el desarrollo de corpus ha tenido gran avance en la lengua española, la representatividad de España, comparada con Hispanoamérica, es mucho mayor. Es por ello que en los casos donde no fuera clara la frecuencia de una palabra para su uso en Hispanoamérica, se realizó un análisis cualitativo profundo con el fin de determinar cuál variante sería la más recomendada. Para ello, se tuvieron como referencia los factores que facilitan el aprendizaje consolidados por Hidalgo (2017). Adicionalmente, se tuvo en cuenta un acercamiento cualitativo: la intuición del hablante nativo, en este caso, la de la investigadora, ya que como García Salido y Alonso Ramos (2018) mencionan:

Las intuiciones sobre la frecuencia léxica de los hablantes nativos coinciden hasta cierto punto con los datos de frecuencia extraídos de corpus (McGee, 2006; Siyanova & Schmitt, 2008; y sobre colocaciones en particular, Siyanova & Spina, 2015), si bien existe una variabilidad considerable en cuanto al grado de intuición de cada individuo (Schmitt, 2010). (p. 162)

En ese sentido, evidenciamos la utilidad de los métodos mixtos de investigación, pues las carencias halladas desde un enfoque fueron suplidas por el otro, lo cual permitió generar, a su vez, una nueva perspectiva. Para esta selección se establecieron criterios como la frecuencia léxica, la disponibilidad léxica (el español fundamental, en términos de Santos Palmou [2017]), los factores que facilitan el aprendizaje y la visión de hablantes nativos especializados en la enseñanza de EFE y profesionales nativos de los negocios. Con lo anterior se logró un análisis más exhaustivo.

Dado que los criterios principales para el análisis son de naturaleza cuantitativa (frecuencia léxica y estadísticas arrojadas por el análisis de corpus) y que estos se apoyan en criterios de orden cualitativo, se optó por desarrollar la investigación mediante un diseño incrustado. Como Díaz (2014) ilustra, en el diseño incrustado «Uno de los datos se convierte en el soporte del otro. Dada la necesidad de dar respuesta a diferentes preguntas, cada una requiere diferentes datos» (p. 14):



Figura 3. Diseño incrustado de métodos mixtos (Díaz, 2014).

A continuación, presentamos las fuentes de análisis sobre las cuales se creó nuestro inventario.

8.2. Fuentes de análisis

Para nuestro estudio hicimos una cuidadosa elección de investigaciones con el fin de dar un primer paso en la selección léxica para la enseñanza de español de negocios a estudiantes de niveles A1, A2 y B1. Cada una de estas propuestas presenta características relevantes que justifican su selección.

Por un lado, se retomó la investigación de Santos Palmou (2017), puesto que presenta una mediación entre la frecuencia léxica y la disponibilidad léxica (la segunda surgida por las carencias de la primera). Como consolidación, hace una propuesta para obtener el vocabulario fundamental del español. Su propuesta es coherente y articulada para la enseñanza a público extranjero. Además, el hecho de que haya planteado este vocabulario fundamental dentro de las nociones específicas del PCIC hace que tenga mucha más pertinencia para un desarrollo curricular sistemático y planificado. Su presentación, fácil acceso y manejo justifican su selección como punto de referencia fundamental en lengua española para nuestra investigación.

Por otro lado, decidimos recurrir a fuentes en lengua inglesa por las siguientes razones:

1) No existen corpus de español de negocios con los que se puedan contrastar los resultados de los materiales publicados para la enseñanza de español de negocios con los usos reales. Aunque hubiéramos querido emprender la labor de realizar un corpus de español de negocios en América, se habrían desbordado los alcances de esta investigación.

2) La mayoría de las personas que requieren el español para desempeñarse en el mundo de los negocios tienen el inglés como lengua materna o lengua primaria (de mayor uso). En ese sentido, era necesario hacer un ejercicio contrastivo que permitiera dar cuenta de las realidades del mundo comercial de manera integral.

Conviene destacar que el inglés es la primera lengua extranjera que más se aprende internacionalmente para desempeñarse en el mundo corporativo, por lo tanto, los repertorios

lingüísticos de los estudiantes usualmente están mediados por la lengua inglesa. Es innegable que en un mundo globalizado los países están cada vez más interconectados y que la lengua inglesa ha cobrado un papel preponderante en el sector comercial y tecnológico. Su influencia ha sido tan significativa que el número de anglicismos incorporados y usados en el mundo comercial hispano es bastante alto.

El inglés es el idioma número uno en el sector de negocios, según el informe del British Council (2018):

Para las empresas multinacionales, el inglés es el idioma de trabajo diario. Esto es especialmente cierto cuando la empresa se traslada por primera vez, cuando habrá una alta proporción de empleados en el extranjero. Más tarde, cuando se contratan más empleados locales, la compañía podría volverse bilingüe. Pero, incluso en ese caso, el inglés sigue siendo el idioma utilizado en las reuniones de alta gerencia transnacional y para las comunicaciones internacionales internas. (p. 25)

3) Aunque en español ha habido progresos en estudios léxicos, los estudios enfocados a su enseñanza aún resultan muy limitados. Hidalgo (2017) lo plantea en los siguientes términos:

[si bien] el número de estudios que cotejan repertorios léxicos va en aumento, es cierto que todavía no son muchos los trabajos que abordan la cuestión relativa a la disponibilidad léxica y la selección léxica en manuales de ELE, por lo menos no con una manifestación práctica, tangible y concreta. (p. 143)

Por el contrario, los avances en lengua inglesa sobre la enseñanza tanto de inglés de negocios como de léxico son numerosos y han aportado significativamente a la didáctica de lenguas extranjeras, especialmente las lenguas para fines específicos. Así las cosas, consideramos que existen dos fuentes en lengua inglesa que nos proporcionan un acercamiento realista al mundo de los negocios: el inventario de las palabras clave positivas (aquellas palabras que por su alta frecuencia se destacan) identificadas en el corpus de inglés de negocios de Nelson (2000) y las unidades pluriverbales presentes en el manual de inglés *Business Vocabulary in Use. Elementary to pre-intermediate* (Mascull, 2010).

El primero lo seleccionamos ya que consideramos que da cuenta de aspectos básicos de la realidad del mundo de los negocios. Después de una primera revisión general, corroboramos que las traducciones al español de estas palabras también serían de uso cotidiano en la comunicación corporativa en el mundo hispano. Incluso, algunas de estas palabras en inglés suelen ser incorporadas en el ámbito de los negocios sin ninguna traducción, constituyéndose en anglicismos comunes. Cabe subrayar que estas palabras responden a categorías que suelen ser comunes en la estructura de la empresa. En su investigación, Nelson realiza una organización general que se podría resumir en gente corporativa, actividades de negocios, acciones y descripciones comerciales y entidades y eventos de negocios. Así, al estar inmersos en la cultura occidental, cada vez más interconectada, las estructuras generales y las realidades comerciales son compartidas. No obstante, somos conscientes de la carga histórica y cultural del léxico, así que excluimos: 1) las palabras que corresponden a la tecnología, puesto que estas cambian a una velocidad inalcanzable y se pueden evidenciar palabras que no son productivas actualmente; y 2) palabras que hacen referencia a instituciones y entidades propias del mundo anglófono u otras realidades ajenas al mundo hispanoamericano, porque no las consideramos pertinentes para nuestro propósito.

Además, al ser menos de mil (de un corpus de casi un millón de palabras) da cuenta de las palabras que más se utilizan en entornos comerciales y, por lo tanto, las primeras que deberían enseñarse o incorporarse en niveles básicos. Santos Palmou (2017), por su parte, utiliza el índice de disponibilidad léxica para establecer los niveles del MCERL en los que se deberían incluir las palabras encontradas, puesto que son las palabras que un hablante nativo más utilizaría en el centro de interés activado.

En la misma línea, consideramos que las palabras positivas más frecuentes en lengua de negocios deberían ser las primeras en contemplarse para español de negocios de niveles A1, A2 y B1. Aunque Hidalgo (2017) ilustra que en la historia de los estudios sobre frecuencia léxica se ha llegado a la conclusión de que «la frecuencia no proporciona un orden didáctico o pedagógico adecuado, es decir, no ofrece una jerarquía de las unidades» (p. 171), consideramos que la delimitación hecha por Nelson (2000) de las palabras positivas puede ser un criterio de selección objetiva válido. Estas unidades léxicas, además de tener un índice de frecuencia léxica alto en el mundo de los negocios, presentan un alto contenido semántico (no

como las palabras gramaticales cuyo contenido semántico es bastante bajo y que suelen tener un alto índice de frecuencia); es decir, son aquellas palabras que definitivamente pertenecen a español de negocios. Además, el inventario que proponemos será solo una base que requerirá un análisis detallado por parte del docente, quien deberá seleccionar y didactizar las unidades léxicas, según las necesidades de los estudiantes.

En otras palabras, en nuestra investigación no utilizamos las palabras más frecuentes del corpus de Nelson (2000) (que en su mayoría suelen ser palabras gramaticales, como en la mayoría de corpus lingüísticos), sino «aquellas palabras que aparecen significativamente más en inglés comercial que en inglés general – palabras clave positivas–» (Nelson, 2000, Research overview).

El segundo inventario fue seleccionado por dos razones principales: 1) Era necesario contrastar la información obtenida en la investigación de Nelson (2000) con contenidos producto de otros corpus significativos, más específicamente en manuales para la enseñanza. 2) Era imprescindible incorporar unidades léxicas pluriverbales significativas para el mundo corporativo.

Además, este manual fue elaborado con base en los corpus de mayor reconocimiento y envergadura en el mundo como el corpus internacional de Cambridge (CIC por sus siglas en inglés). Este corpus cuenta con más de 321 millones de palabras y en él se incluye tanto inglés de negocios como corpus de aprendientes de inglés de negocios. Al ser un documento diseñado para la enseñanza de inglés de negocios, ya incluye unidades pluriverbales en contextos de enseñanza con fines específicos.

Consideramos que la enseñanza de las unidades pluriverbales requiere contemplar la lengua materna y o vehicular de los estudiantes: el inglés. Tal y como Panadés (1999) e Higuera (2006) afirman, la selección de unidades léxicas debería estar determinada por la frecuencia, pero también por las diferencias que presenta la lengua materna del estudiante respecto al español. Es precisamente este hecho uno de los muchos que reivindica el uso de material en inglés en nuestra investigación, puesto que para seleccionar las unidades pluriverbales significativas para estudiantes anglófonos, o cuya lengua vehicular sea el inglés, se debe tener en cuenta su lengua de base, o aquella que conozca, en nuestro caso el inglés.

Al respecto, Penadés (1999) asegura:

Los aprendices de una L2 no pueden ser vistos como un territorio fraseológicamente virgen, ya que tienen almacenadas un conjunto de ellas, propias de su lengua materna¹⁷, las cuales, inevitablemente, juegan un papel, tanto positivo como negativo, en la adquisición de la L2. (p. 61)

Moreno García (2015) menciona que dentro de las características que debería tener el léxico presentado a los estudiantes está la importancia de la complejidad/dificultad adecuada al nivel. Esto cobra importancia cuando reconocemos que en los procesos de aprendizaje es necesario adecuar el aducto o *input* a los estudiantes, para que se le dé al estudiante un poco más de lo que sabe sin que sea tan avanzado, pero tampoco tan básico que no tenga algún progreso en la lengua. Como nuestra propuesta está enfocada en los niveles básicos (A1, A2 y B1), las palabras que se aconseja incluir son los cognados y estructuras transparentes (menos opacas) que permitan mayor apropiación por parte del estudiante, pero también aquellas unidades léxicas que suelen presentar interferencia por la lengua materna del estudiante y que sean palabras de uso frecuente.

¹⁷ También consideramos que aplica para lenguas extranjeras o segundas que los estudiantes hayan aprendido.

8.3. Fases de la investigación

Nuestra investigación se desarrolló en cuatro fases, las cuales se pueden visualizar en la Figura 4:

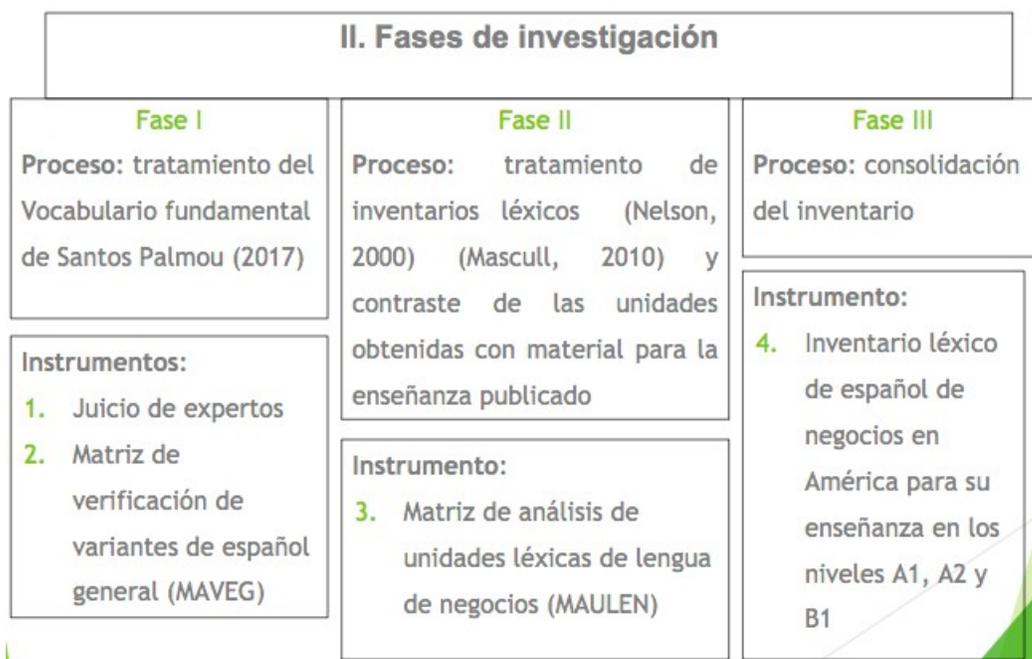


Figura 4. Fases de la investigación.

8.3.1. Fase I. Tratamiento del *Vocabulario fundamental* de Santos Palmou (2017)

Como hemos mencionado, las lenguas de especialidad y aun más las lenguas para fines específicos no solo se conforman de terminología específica, sino que también incluyen aspectos del español general que permiten la comunicación. Asimismo, las lenguas generales presentan aspectos que definitivamente no se presentan en las lenguas de negocios. Nelson (2000) propone estas distinciones de la siguiente manera:

El inglés de negocios no existe como una entidad separada por sí mismo usando completamente su propio léxico. Está, como todos los léxicos especializados, ligado a la lengua general que forma las palabras más frecuentes utilizadas en el idioma. En la lista lematizada de las 100 palabras más frecuentes encontradas en el BEC (su corpus de inglés de negocios), solo se pueden encontrar siete palabras que podrían considerarse relacionadas con los negocios. (Capítulo 9)

Es por ello que fue necesario establecer cuáles nociones específicas se considerarían parte de la lengua de especialidad, intuyendo que habría un *continuum* entre la lengua de especialidad y el español general. Para ello, implementamos un juicio de expertos con el fin de determinar las nociones específicas del PCIC que deberían contemplarse para la enseñanza de español de negocios.

8.3.1.1. Juicio de expertos

Los juicios de expertos son pruebas para determinar la validez de contenido y fiabilidad de una investigación (Escobar y Cuervo, 2008; Robles y Rojas, 2015). Constituye una «opinión informada de personas con trayectoria en el tema, que son reconocidas por otros como expertos cualificados en éste, y que pueden dar información, evidencia, juicios y valoraciones» (Escobar y Cuervo, 2008, p. 29). La selección de los jueces es considerada una de las partes esenciales de este método de medición, pues de acuerdo con el perfil de los jueces es posible dar cuenta de la cuestión por analizar de una manera más precisa.

Al condensar los postulados de Escobar y Cuervo (2008), Pedrosa et al. (2013), Robles & Rojas (2015) y Galicia et al. (2017), evidenciamos que algunos criterios frecuentes para la selección de jueces son: 1) Conocimientos en investigación sobre el tema por analizar; 2) Grados académicos; 3) Reconocimiento del medio; 4) Disponibilidad para la realización de la prueba y 5) Experiencia profesional. No obstante, este último, según Galicia et al. (2017) es poco tenido en cuenta. Para esta investigación consideramos importante tanto la experiencia académica como profesional en el campo de estudio. Es por ello que los jueces seleccionados presentaban fortalezas en los dos campos.

Asimismo, Robles & Rojas (2015) plantean la posibilidad de realizar Biogramas o considerar el Coeficiente de competencia experta como mecanismos objetivos de presentación de los jueces. En el primero se muestra la biografía del experto a partir de la cual «se infiere su adecuación y pertinencia para su actividad de experto» (p. 3). En el segundo «se parte de las personas que inicialmente se han considerado expertos para que con su opinión y autovaloración indiquen su nivel sobre el conocimiento acerca del objeto de investigación» (p. 3). Para este estudio utilizamos biogramas teniendo en cuenta formación académica y experiencia profesional, tanto en la enseñanza como en el ámbito de los negocios. Del mismo modo, consideramos importante incluir la visión de expertos en enseñanza de español como lengua extranjera para fines específicos, así como de hablantes nativos en el sector comercial.

Respecto a la cantidad de jueces, Escobar y Cuervo (2008), así como Robles y Rojas (2015), mencionan que no hay consenso en el número de jueces que deberían incluirse en el juicio de expertos. El rango sugerido es entre 2 y 20 jueces, según su nivel de dominio del tema tratado. Ahora bien, Tristán-López (2008) demuestra que es posible tener un índice de

validez de contenido aceptable con un número relativamente reducido. En su estudio confirma que con entre 3 y 6 jueces es posible hallar un índice de validez suficiente, si se siguen los pasos sugeridos por Lawshe (1975) y se realiza el análisis estadístico que este autor propone. Es por ello que seguimos sus postulados y realizamos ajustes, según las particularidades del estudio.

A continuación, se presentan los pasos que se realizaron:

1. Se convocó a un panel de validez de contenido integrado por expertos que tienen dominio del tema, desde el punto de vista profesional y de la enseñanza de ELE.
2. Se sometieron al escrutinio de los especialistas los ítems del cuestionario, donde se presentaron los títulos de las nociones específicas del PCIC. Los especialistas debieron clasificar cada noción en tres categorías: 1) *esencial*, 2) *importante, aunque no indispensable* y 3) *no necesario*, en la enseñanza de español de negocios.
3. De acuerdo con los resultados del juicio de expertos, se seleccionaron las nociones específicas que tuvieron un porcentaje superior al 60 % en la categoría de *esenciales en la enseñanza de español de negocios*.

Mediante el programa SPSS se identificaron la media y el índice de desviación típica para determinar la opinión de los jueces en función de la valoración dada a cada una de las nociones (1, 2 o 3).

Para el primer paso decidimos incorporar cinco jueces. Este número estuvo guiado por los postulados de Tristán-López (2008) y sobre el presupuesto de que la elección de un número impar permitiría resolver las discrepancias que se pudieran presentar entre los expertos. En la Tabla 3 se presenta el consolidado de expertos de según sus perfiles:

Tabla 3. Consolidado de resultados de jueces expertos

Perfil de los expertos	Número de expertos
Profesores de español lengua extranjera para fines específicos	2
Profesionales nativos en lengua española expertos en el ámbito comercial	3
Total	5

En la Tabla 4 presentamos los biogramas de los cinco expertos:

Tabla 4. Biogramas de jueces expertos

Biograma de experto N.º 1	
Nombre	Pedro Miguel Cruz Niño
Lengua materna	Español
Estudios superiores realizados	Pregrados en: -Relaciones internacionales de la Universidad del Rosario y Contaduría Pública de la Universidad Santo Tomás -Maestría en Finanzas de la Universidad de los Andes
Tiempo de experiencia laboral:	15 años
Área de experticia	Contabilidad
Biograma de experto N.º 2	
Nombre	Diana María Castillo Cárdenas
Lengua materna	Español
Estudios superiores realizados	-Pregrado en Ingeniería Industrial de la Escuela Colombiana de Ingeniería -Maestría en Finanzas de la Universidad de los Andes
Tiempo de experiencia laboral	10 años
Área de experticia	Finanzas
Biograma de experto N.º 3	
Nombre	Sebastián Urrego Garzón
Lengua materna	Español
Estudios superiores realizados	-Pregrado en Negocios internacionales de la Universidad Santo Tomás -Maestría en Negocios internacionales del Instituto Europeo de Posgrados.

Tiempo de experiencia laboral	5 años
Área de experticia	Planificación comercial
Biograma de experto N.º 4	
Nombre	Gloria Viviana Nieto Martín
Lengua materna	Español
Estudios superiores realizados	<ul style="list-style-type: none"> -Licenciatura en español-inglés Universidad Pedagógica Nacional -Máster en Lexicografía hispánica de la Universidad de León -Máster en Lingüística aplicada a la enseñanza de español como lengua extranjera de la Universidad de Jaén -Máster en Formación de profesores de español como lengua extranjera de la Universidad de León -Maestría en Lingüística española del Instituto Caro y Cuervo - Estudiante de Doctorado en Traductología, traducción profesional y audiovisual de la Universidad de Alicante
Tiempo de experiencia laboral:	18 años
Área de experticia:	Gramática, lexicografía, diseño de materiales didácticos
Biograma de experto N.º 5	
Nombre	Liliana Rojas Valbuena
Lengua materna	Español
Estudios superiores realizados	<ul style="list-style-type: none"> - Pregrado en lenguas en la Universidad Pedagógica Nacional de Bogotá. - Magíster de Lingüística española en el Instituto Caro y Cuervo de Bogotá.

	<p>-Estudios de Lingüística en la Universidad de Toulouse “Le Mirail”: Licence, Maitrise y DEA en Sciences du Langage. Licenciatura en FLE (Francés Lengua Extranjera).</p> <p>-Especialización en Enseñanza de Español como Lengua Extranjera en la Universidad Autónoma de México.</p>
Tiempo de experiencia laboral	20 años
Área de experticia	Español para fines específicos

En lo que concierne a los medios para implementar el juicio de expertos, nos inclinamos por la utilización de herramientas virtuales, ya que, como Galicia et al. (2007) aseguran:

La propuesta para utilizar [una] herramienta virtual trata de facilitar el proceso para el investigador y para los jueces; concretar la cantidad de dimensiones o variables que se pretende medir; clarificar los criterios para el proceso de validación; especificar qué se espera del proceso; plantear claramente el objetivo del instrumento; explicar a qué se refiere cada una de las dimensiones que lo componen; y facilitar el registro de la información. (p. 52)

La herramienta utilizada fue el programa de formularios de Google. Por su fácil manejo, permitió que tanto la investigadora como los jueces pudieran acceder y diligenciar el instrumento adecuadamente (ver Anexo 2). A continuación (ver Figuras 5 y 6), presentamos la visualización que tiene el formulario y un ejemplo del cuerpo del mismo.

Nociones específicas del Plan curricular del Instituto Cervantes (PCIC) para español de negocios



Respetado juez:

Usted ha sido seleccionado para diligenciar el instrumento "Nociones específicas del Plan curricular del PCIC para español de negocios" que hace parte de la investigación "Inventario léxico de español de negocios en América para su enseñanza en los niveles A1, A2 y B1". Las respuestas que nos brinde serán fundamentales para garantizar la validación del inventario seleccionado en nuestra investigación.

El objetivo del presente instrumento es determinar cuáles nociones específicas (inventarios de -unidades léxicas- palabras y sus combinaciones) deberían incluirse para la enseñanza de ESPAÑOL DE NEGOCIOS a extranjeros que deseen aprender la lengua para desenvolverse en entornos comerciales. Para evitar sesgar su respuesta solamente le presentamos el título de la noción, no las palabras contenidas en ella.

Teniendo en cuenta su experiencia académica y profesional, debe seleccionar si la noción específica es: «Esencial en la enseñanza de español de negocios», «Importante en la enseñanza de español de negocios, aunque no indispensable» o «No necesaria en la enseñanza de español de negocios».

Sus respuestas serán confidenciales y se utilizarán solamente para fines académicos e investigativos.

¡Agradecemos su valiosa colaboración!

Tiempo promedio para diligenciar el formulario: 15 minutos

Cordialmente,

Yenny Urrego Jiménez
Estudiante de la Maestría en enseñanza de español como lengua extranjera y segunda lengua
Instituto Caro y Cuervo

Email address *

Valid email address

Figura 5. Presentación del cuestionario de juicio de expertos.

Nociones específicas del Plan curricular del Instituto Cervantes para español de negocios

* Required

Identidad personal

Para identificarse: documentación, datos y objetos personales *

- Esencial en la enseñanza de español de negocios
- Importante en la enseñanza de español de negocios, aunque no indispensable
- No necesaria en la enseñanza de español de negocios

Nacionalidades *

- Esencial en la enseñanza de español de negocios
- Importante en la enseñanza de español de negocios, aunque no indispensable
- No necesaria en la enseñanza de español de negocios

Back

Next

Page 4 of 22

Never submit passwords through Google Forms.

This content is neither created nor endorsed by Google. [Report Abuse](#) - [Terms of Service](#) - [Privacy Policy](#)

Google Forms

Figura 6. Cuerpo del cuestionario de juicio de expertos.

8.3.1.2. Matriz de verificación de variantes por nociones específicas (MAVENE)

Luego de determinar las nociones específicas presentes en Santos Palmou (2017) que corresponden a la lengua de especialidad, se verificó que las unidades léxicas resultantes fueran pertinentes en Hispanoamérica, mediante la consulta de su frecuencia en Corpes XXI. Las unidades léxicas que aparecieran en al menos dos países seleccionados por nosotros fueron catalogadas como variantes recomendadas. El Corpus del Español de Mark Davis lo contemplamos solamente en los casos en los que no hubiera suficiente información que permitiera determinar la variante recomendada con certeza. Asimismo, en aquellos casos en los que se presentaron españolismos se hizo la traducción con los diccionarios Collins y Spanishdict, puesto que proveen variantes adaptadas a Hispanoamérica.

Esta revisión se desarrolló a través del instrumento 2 que corresponde a una matriz con tres dimensiones. En la primera dimensión se seleccionan unidades léxicas, donde se incorporaron las nociones específicas categorizadas como *esenciales* en el juicio de expertos. La segunda corresponde al análisis de variantes mediante corpus. Finalmente, en la tercera se seleccionó la variante recomendada, con el análisis de la frecuencia de cada una de las variantes previamente halladas. Por último, aparece un espacio para registrar observaciones relacionadas con el análisis efectuado por el investigador. En la Tabla 5 se presenta el instrumento empleado.

Tabla 5. Matriz de verificación de variantes por nociones específicas (MAVENE)

I. Selección de unidades léxicas de español general		II. Análisis de Variantes				III. Resultado	Observaciones	
Noción específica	Unidad léxica presente en Santos Paimou (2017)	Variante(s)	Fuente(s) consultadas			Variante más recomendada por su frecuencia (en dos o más países seleccionados)		
			Corpus XXI	Mark Davis	Propuesta propia			
Para identificarse: documentación, datos y objetos personales	apellido/s	apellido/s	X			apellido/s		
		carne de conducir	X			licencia de conducir		
	carne de conducir	licencia de conducir	X					
		licencia de conductor	X					
	carne de estudiante	carne de estudiante	X	X		carne de estudiante		
		carne de estudiante	X	X				
	carne/s	carne/s	X	X		carne		
		carner	X	X				
	cartera	cartera	X	X		billettera		
		billettera	X	X				
	código postal	código postal	X			código postal	Esta unidad léxica presenta muy baja frecuencia en los dos corpus consultados. Consideramos que es un aspecto cultural, ya que el código postal no suele ser muy usado en Latinoamérica. Evidenciamos que solo en España, Estados Unidos y México se encuentra una frecuencia considerable	
	dirección	dirección	X			dirección		
	DNI / documento nacional de identidad	DNI / documento nacional de identidad	identificación	X	X		cédula (de identidad)	Aunque la unidad léxica con frecuencia absoluta mayor es 'identificación', los contextos en los que aparece no se relacionan con el documento en mención, razón por la cual se presenta la unidad léxica que le sigue en frecuencia
			carne de identidad	X	X			
tarjeta de identificación			X	X				
cédula (de identidad)			X	X				

8.3.2. Fase II. Tratamiento de inventarios léxicos (Nelson, 2000) (Mascull, 2010) y contraste de las unidades obtenidas con manuales

Como mencionamos previamente, en nuestro estudio utilizamos inventarios o materiales producto de investigaciones basadas en la lingüística del corpus: la lista de palabras positivas de inglés de negocios de Nelson (2000), que corresponde al resultado de su corpus de inglés de negocios (BEC) y la obra de Mascull (2010), la cual se basa en el corpus internacional de Cambridge (CIC). Con el fin de obtener un inventario consolidado, realizamos un análisis detallado para seleccionar las unidades léxicas univerbales y pluriverbales que fueran pertinentes para la enseñanza de español de negocios en Hispanoamérica en la actualidad, para estudiantes anglófonos, o cuya lengua vehicular sea el inglés, de niveles A1, A2 y B1. A continuación, se presentan las dimensiones de nuestra matriz y el proceso que se llevó a cabo.

8.3.2.1. Selección de unidades léxicas de negocios

1) Limpieza de términos tecnológicos (v.gr. *VCR*¹⁸, *cassette*, *telex*¹⁹), referencias geográficas y culturales propias del mundo anglófono, o ajeno al mundo hispanoamericano (v.gr. *inlet*²⁰, *FOOTSIE*²¹). Asimismo, se prescindió de prefijos y unidades léxicas que presentaran rasgos morfológicos y gramaticales de la lengua inglesa (v.gr. *supplier's*²², *may*²³).

2) Identificación de las palabras positivas de inglés de negocios de Nelson (2000) que se encuentran en el libro de Mascull (2010). El objetivo de este paso fue contrastar las unidades léxicas y determinar:

- a) La diferencia en términos de tiempo, si la hubiera, entre estos dos documentos, este último fue publicado diez años después.
- b) Extraer unidades léxicas pluriverbales asociadas a las unidades léxicas univerbales. La herramienta que utilizamos fue Anatext ©, desarrollada por Olivier Kraif (2012) en la *Université Stendhal Grenoble 3*. Este procesador de textos permite realizar análisis lexicométricos, específicamente la identificación de concordancias y coocurrencias, objeto fundamental en nuestro estudio.

¹⁸ Videocasetera.

¹⁹ Sistema telegráfico.

²⁰ Playa que sirve para desembarcar.

²¹ Índice bursátil de la Bolsa de Valores de Londres.

²² Correspondería a la forma “del proveedor”.

²³ Se asocia a una expresión para la cortesía, por ejemplo, *May I ask you?* La cual se manifestaría a través de mecanismos gramaticales como: ¿podría preguntarte?

8.3.2.2. Transferencia al español

1) Traducción de las unidades léxicas univerbales y pluriverbales, teniendo en cuenta variedades hispanoamericanas. El proceso de traducción se apoyó en los diccionarios Collins y Spanishdict. El primero lo hemos elegido porque es uno de los diccionarios con mayor trayectoria en lengua inglesa. Collins es un editor importante de contenido educativo y lingüístico con una trayectoria de más de 200 años. Asimismo, se basa en corpus de gran tamaño y vastas bases de datos de idiomas (incluido el español latinoamericano), que son analizados por lexicógrafos expertos.

El segundo lo hemos contemplado dado que es uno de los diccionarios especializados en español que cuenta con mayor infraestructura digital y, por lo tanto, tiene amplia información sobre variedades del español de uso real de los hablantes, especialmente hispanoamericanos.

Cabe aclarar que solo tenemos en cuenta las acepciones que se relacionan con el mundo corporativo y no se incluyen todas las acepciones propuestas en estas fuentes documentales, dado que esta matriz se enfoca exclusivamente en el español de negocios.

8.3.2.3. Análisis de variantes

Se utilizaron herramientas virtuales: el Corpus del español del siglo XXI, uno de los corpus con porcentajes de muestras de Hispanoamérica más significativos existentes en el momento y el Corpus del Español de Mark Davis, por ser uno de los corpus más reconocidos. Se decidió utilizar en primera medida el corpus Corpes XXI, debido a que Santos Palmou (2017) toma como base la frecuencia hallada por Davis (2006), así que, teniendo que cuenta que se buscaba triangular la información, este último se utilizó como recurso de verificación solamente, no como fuente primaria.

8.3.2.4. Contraste con material para la enseñanza publicado

Se tomaron los manuales de mayor divulgación de español de negocios (*Socios 1* y *Socios 2*), que además han sido objeto de varias investigaciones, con el fin de determinar la correspondencia entre materiales publicados para la enseñanza y aquellos basados en corpus de documentos auténticos. Este análisis contempla unidades léxicas univerbales y pluriverbales *de manera integral*, con base en los glosarios que ofrecen estos manuales. Es decir, si solo una parte de la unidad léxica se encuentra en los glosarios, se considera que la unidad no se encuentra presente. Por ejemplo, a pesar de que las unidades léxicas ‘sistema’, ‘negocio’, ‘datos’ y ‘acceso’ están en los glosarios, no se hallaron las unidades pluriverbales: ‘sistema de negocio’ o ‘datos de acceso’, por lo tanto, se registraron como no presentes.

El análisis de material publicado solo se llevó a cabo mediante el instrumento MAULEN, ya que se buscó indagar específicamente sobre la lengua de especialidad (de negocios), mas no en el español general. Razón por la cual no fue incluido en el instrumento MAVENE.

8.3.2.5. Variante recomendada

En este apartado se les brindan a los usuarios del inventario las variantes recomendadas para la enseñanza, teniendo en cuenta las acepciones relacionadas con el español de negocios.

8.3.2.6. Transparencia u opacidad léxica con respecto al inglés

Identificar la transparencia u opacidad de las unidades léxicas recomendadas. Como hemos mencionado en el marco teórico, autoras como Higuera (2006) y Penadés (1999) defienden la utilidad de incorporar las colocaciones que difieran de la lengua materna del estudiante para lograr un abordaje más provechoso. Frente a este punto, el aprendizaje incidental se podría enfocar en las unidades transparentes, mientras que el aprendizaje explícito y con mayor número de ocurrencias podría ser de aquellas unidades léxicas opacas. Este análisis es una herramienta que se les provee a los usuarios de nuestro inventario con el objetivo de que puedan acceder de manera rápida a las unidades léxicas a las que se les debería dar mayor prioridad. El instrumento que utilizamos para llevar a cabo la fase II es una matriz

con secciones interrelacionadas para el ejercicio de registro y análisis de información (ver Tabla 6).

Tabla 6. Matriz de análisis de unidades léxicas de lengua de negocios (MAULEN)

I. Selección de unidades				II. Transferencia al español		V. Variante recomendada	VI. Transparencia u opacidad léxica con el inglés		Observaciones
Número de palabra	Palabras positivas de inglés de negocios de Nelson (2000)	Palabra presente en Mascull		Colocaciones, compuestos y combinaciones libres frecuentes	Traducción (es)		Opaca	Transparente	
		Sí	No						
1	business	X		business	negocio	negocio	X		Unidad léxica tomada de la serie Socios
				to start a business	montar un negocio	montar un negocio	X		
					empezar un negocio				
					poner un negocio				
					iniciar un negocio				
2	company	X		company	empresa	empresa	X		
				compañía	compañía		X		
3	customer/client	X		customer/client	cliente	cliente	X		
4	product	X		product	producto	producto		X	
				consumer product	producto al consumidor	producto de consumo	producto de consumo	X	
					producto de consumo				

En suma, podemos evidenciar la utilidad de la incorporación de los métodos mixtos de investigación, puesto que se tienen en cuenta criterios no solamente cuantitativos, sino también cualitativos que a su vez generan una nueva visión sobre las unidades léxicas y su selección. Cada una de las fases buscó la delimitación y selección de léxico objetivas, con el fin ofrecer un inventario pertinente en términos diatópicos, de la lengua materna, y/o vehicular del público meta y del nivel de lengua de los aprendientes.

8.3.3. Fase III. Consolidación del inventario

En esta fase se realizó la consolidación de los hallazgos en las fases anteriores, se organizaron los resultados que son relevantes para los usuarios y su manipulación de fácil acceso. Se decidió presentarlos en tres inventarios para que se pueda aprovechar de mejor manera el contenido encontrado. Finalmente, se proporcionó un inventario consolidado que presenta las unidades léxicas univerbales y pluriverbales en español organizadas alfabéticamente.

8.4. Análisis de la información

En la Fase I se hizo el tratamiento del *Vocabulario fundamental* de Santos Palmou (2017), en el cual implementamos dos instrumentos: un juicio de expertos y una matriz de verificación de variantes por nociones específicas (MAVENE). El juicio de expertos se desarrolló con el propósito de identificar las nociones específicas *esenciales* en la enseñanza de español de negocios. Después de su implementación, mediante la herramienta Formularios de Google, realizamos el análisis de la información utilizando el software estadístico *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) de IBM. En él analizamos el porcentaje de cada categoría, la media y la desviación típica, con el objetivo de, por un lado, determinar las nociones específicas *Esenciales en la enseñanza de español de negocios* así como *Importantes en la enseñanza de español de negocios, aunque no indispensables*. Por otro lado, quisimos identificar aquellas nociones que tienen mayor desviación típica, con el fin de validar la selección de nociones que fueron categorizadas como *Esenciales en la enseñanza*, foco de nuestra investigación.

Para determinar tanto las nociones *Esenciales en la enseñanza de español de negocios* como *Importantes en la enseñanza de español de negocios, aunque no indispensables* establecimos un rango igual o superior al 60 %, al ser un porcentaje que evidencia un buen grado de acuerdo entre los expertos. Es decir que se seleccionaron aquellas nociones en las que el 60% de los jurados coincidía en señalarla como esencial o importante.

Luego de la identificación de las nociones específicas *esenciales*, estas fueron incluidas en la matriz MAVENE, con el fin de analizar las unidades léxicas presentes en cada noción. Cada unidad fue buscada, en primer lugar, en el Corpes XXI para validar su frecuencia en los países hispanoamericanos meta: México, Colombia, Argentina y Perú. Cuando se hallaba frecuencia significativa y/o presencia en dos o más de los países seleccionados, como en el caso de ‘apellido’ (ver Figura 7), se mantuvo la variante inicial (ver Tabla 7).

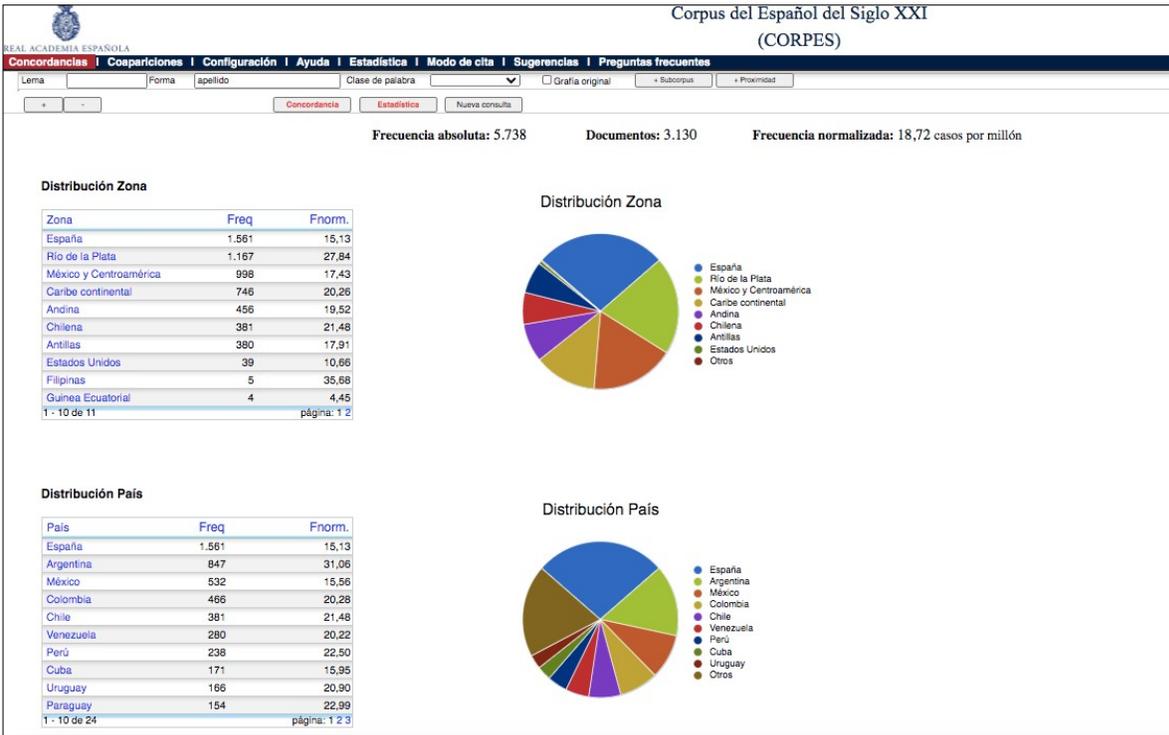


Figura 7. Muestra de búsqueda en Corpes XXI de 'apellido'.

Tabla 7. Ejemplo del tratamiento de variante sin cambio

I. Selección de unidades léxicas de español general		II. Análisis de Variantes			III. Resultado	Observaciones
Noción específica	Unidad léxica presente en Santos Palmou (2017)	Variante(s)	Fuente(s) consultadas		Variante más recomendada por su frecuencia (en dos o más países seleccionados)	
			Corpes XXI	Mark Davis		
Para identificarse: documentación, datos y objetos personales	apellido/s	apellido/s	X		apellido/s	

En los casos en que la frecuencia léxica era bastante baja o nula en los países meta, como en la unidad léxica 'piscifactoría' (ver Figura 8), se buscó la unidad léxica en el diccionario Spanishdict, con el fin de identificar su traducción al inglés y posterior traducción al español, ya que esta herramienta presenta un gran número de variantes diatópicas (ver Figuras 9 y 10).

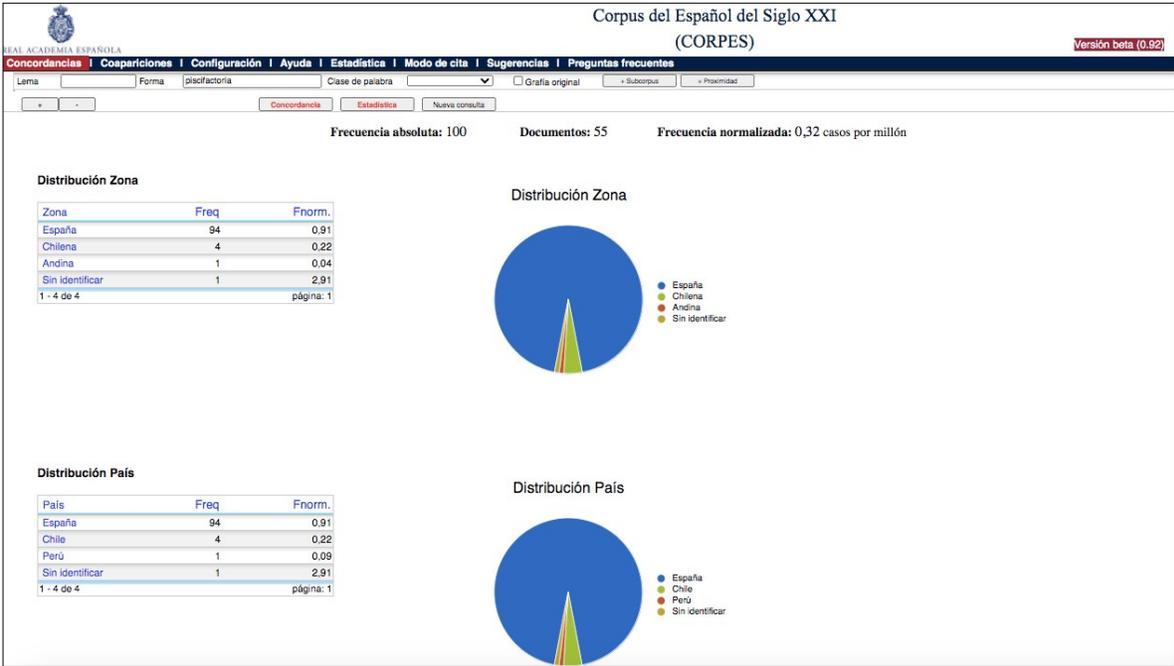


Figura 8. Muestra de búsqueda en Corpes XXI de 'piscifactoría'.

SpanishDict Translation Conjugation Vocabulary Grammar Premium ...

piscifactoría

piscifactoría 🔊 ➦ Add to list

fish farm 🔊

Dictionary Examples

piscifactoría

FEMININE NOUN

1. (general)

a. fish farm

¿Estas lubinas son salvajes? - No, son de piscifactoría. — Are these sea bass wild? - No, they come from a fish farm.

Copyright © Curiosity Media Inc.

piscifactoría

NOUN

Figura 9. Muestra de traducción al inglés para la obtención de variantes diatópicas con la herramienta Spanishdict I.

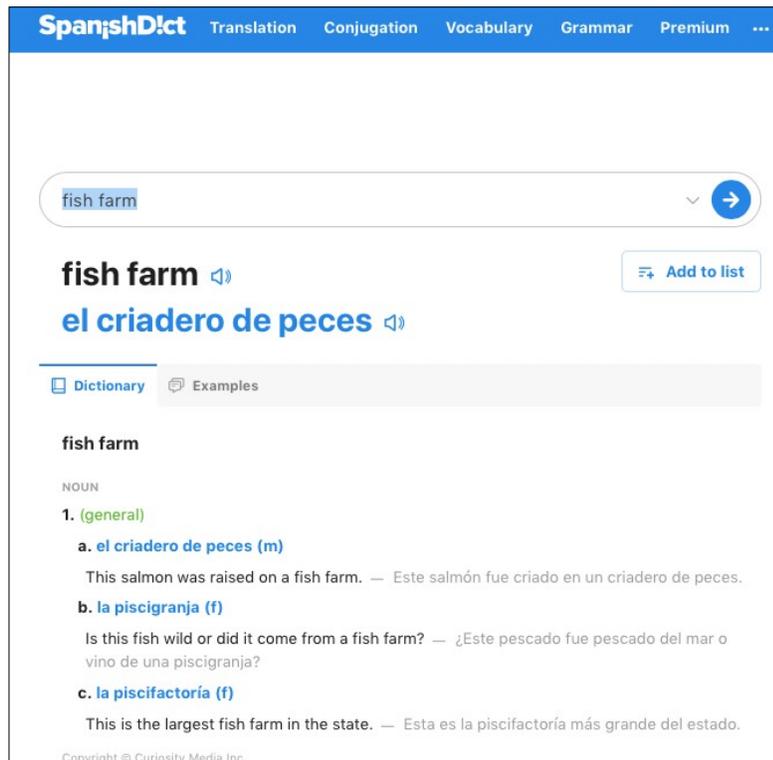


Figura 10. Muestra de traducción al español para la obtención de variantes diatópicas con la herramienta Spanishdict II.

Las variantes arrojadas en Spanishdict fueron analizadas en Corpes XXI, con el fin de determinar la más frecuente en dos o más de los países seleccionados, la unidad léxica más frecuente fue incluida en la columna *Variante recomendada*. En este caso fue ‘criadero de peces’ por estar presente en Colombia y Perú (ver Figura 11); la variante ‘piscigranja’, al estar presente solo en Perú, no se seleccionó (ver Figura 12):

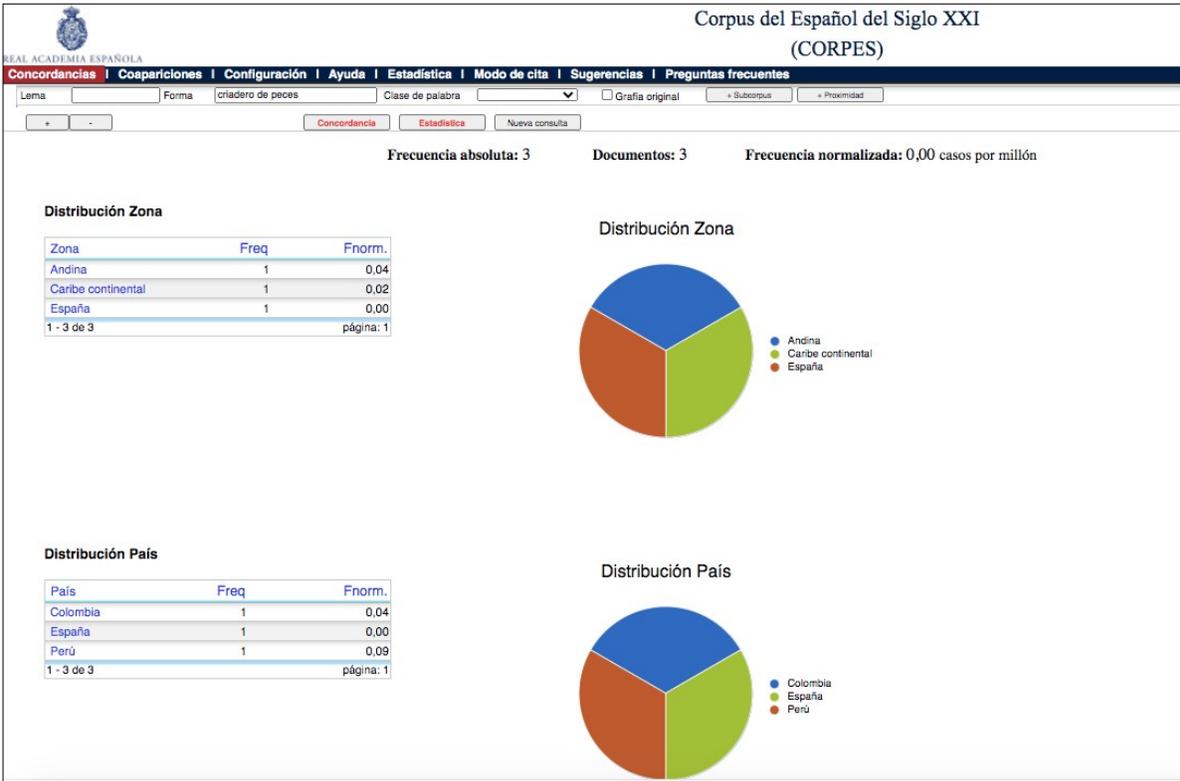


Figura 11. Muestra de búsqueda en Corpes XXI de 'criadero de peces'.



Figura 12. Muestra de búsqueda en Corpes XXI de 'piscigranja'.

Para aquellas unidades en las que no se encontró información concluyente, se consultó el Corpus del Español de Mark Davis con el fin de tomar una decisión más acertada. Este fue el caso de, por ejemplo, ‘dependiente’ y ‘vendedor’. Como se observa en las Figuras 13, 14, 15 y 16, fue necesario también identificar el contexto, pues la frecuencia en ocasiones se veía alterada por el significado de la unidad léxica. En el caso de ‘dependiente’ puede usarse con el sentido de “depender de algo o alguien” o con el significado de “persona que vende productos”. Dado que la frecuencia en los países seleccionados con la primera acepción era reducida, e inequívoca con la unidad léxica ‘vendedor’ (además de ser más frecuente), se decidió elegir esta última como variante recomendada.

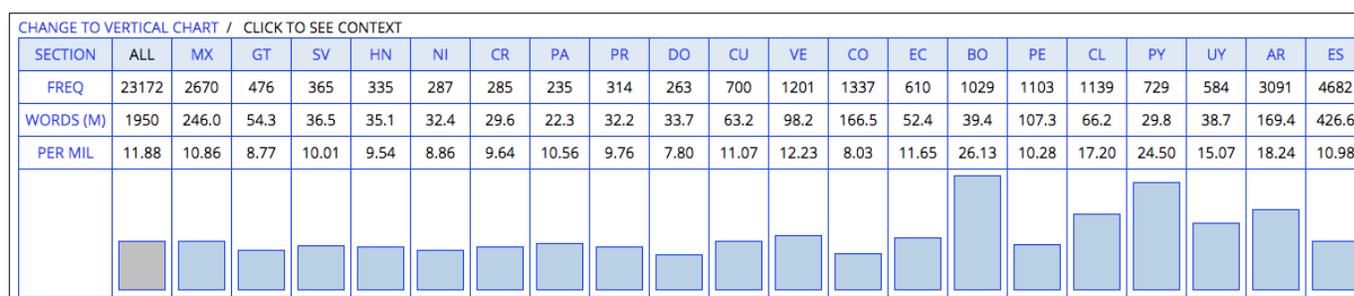


Figura 13. Muestra de la frecuencia léxica en el Corpus del Español de Mark Davis de ‘dependiente’.

Corpus del Español: Web/Dialects

SEARCH FREQUENCY CONTEXT HELP

FIND SAMPLE: 100 200 500 1000
PAGE: << < 1 / 222 > >>

CLICK FOR MORE CONTEXT [?] SAVE LIST CHOOSE LIST CREATE NEW LIST [?] SHOW DUPLICATES

1	B NI	pabloemiliobarreto.wordpress.com	A B C	se vio afectado y sufrió cambios en los años 90' s hacia una solidaridad paternalista y dependiente . Se vió a Nicaragua y su revolución como un hec
2	B ES	crashoil.blogspot.com	A B C	es en ese contexto de recortes que la Agencia de Información de la Energía, dependiente del Departamento de Energía de los EE.UU., dejó de recog
3	B PE	afp.pe	A B C	y cada fin de mes realizar su aporte, o de lo contrario si es dependiente , verificar que su empleador lo haga por usted dentro de los cinco días útiles
4	B MX	viveyefeliz.com	A B C	en estas relaciones, personalidades problemáticas o con perturbaciones emocionales de las cuales la persona dependiente se cuelga para continua
5	G ES	diariodeavila.es	A B C	que se reconoce y que tiene vigencia a lo largo de la vida del dependiente . De esta manera, contestó las críticas vertidas ayer por el PSOE en las
6	G MX	amediavoz.com	A B C	se habla es postiza Yo que ya soñaba con hablar le de amor Oh el dependiente tan cómico con su bigote y sus cejas artificiales Dio un grito cuando y
7	G CO	uniandes.edu.co	A B C	crece, es difícil soportar lo, saber que se debe medicar, que es dependiente ... En la familia intentamos que llevara la mejor vida posible. Sus
8	G MX	imagen.com.mx	A B C	de San Agustín Amatengo, Leninguer Carballido Morales. El coordinador de esa corporación, dependiente de la Procuraduría General de Justicia del
9	B PE	revista.movistar.com.pe	A B C	que le hacía saber que se comportaban igual que su personaje - - una fármaco dependiente mal hablada e infiel -, algo que la actriz no consideraba
10	G CL	espaciosfm.cl	A B C	por Prensa SAG Funcionarios del Servicio Agrícola y Ganadero (SAG), organismo dependiente del Ministerio de Agricultura, liberaron un pudú, Pudu
11	G UY	scielo.edu.uy	A B C	lo hemos hecho solo durante cuatro semanas en el nivel de secundaria. La variable dependiente , para ver la eficacia del modelo de enseñanza, era l
12	B ES	pikaramagazine.com	A B C	inteligente, rebelde y autónoma que lucha contra un destino elegido de esposa y princesa dependiente En el mencionado artículo destacaba las pot
13	B ES	papelpsiquico.com	A B C	paraliso del merchandasing para un aficionado a la serie. En mi caso el dependiente se despidió de mí con un alegre Hasta la vista en español. Lo ún
14	B AR	fm10sarmiento.com.ar	A B C	de Capitán Sarmiento y Partido Socialista, creando la Dirección Municipal de Vivienda como organismo dependiente de la Secretaría de Obras Públic
15	G US	...encontrarelservidor.blogspot.com	A B C	yo devolviéramos las atenciones. Bebíamos y hablábamos hasta que la tienda cerraba y la dependiente nos sacaba con amabilidad. Luego tomában
16	G ES	resvescardiol.org	A B C	de óxido nítrico (NO) que da lugar a una disminución de la dilatación dependiente de NO. Otras alteraciones de la biología molecular, como los aum
17	G MX	fedicaria.org	A B C	convencional. Aquí el funcionamiento de la escuela y de las instituciones culturales no es dependiente de la economía, aunque se estudien y analice
18	G ES	proteccioncivil.org	A B C	corporal. En el pasado era conocida como diabetes de adulto, diabetes no insulino dependiente o diabetes resistente a la cetosis. Diabetes nefrogér
19	B CU	bureado.com	A B C	OpenLDAP. Para algo muy rápido, quizás sirva algo así, aunque es bastante dependiente de otras listas de control de acceso que ya estén configura

Figura 14. Muestra del contexto en el Corpus del Español de Mark Davis de 'dependiente'.

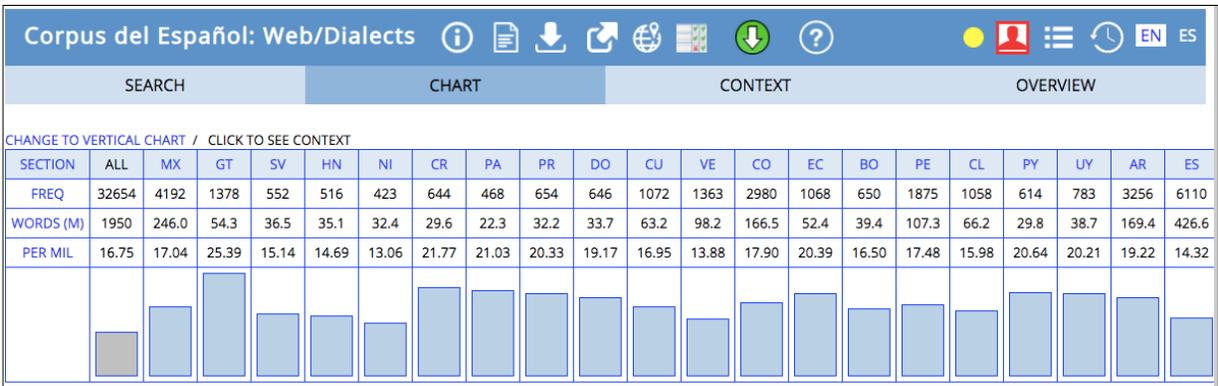


Figura 15. Muestra de frecuencia léxica en el Corpus del Español de Mark Davis de 'vendedor'.

The screenshot shows the 'CONTEXT' tab of the 'Corpus del Español: Web/Dialects' interface. It displays a list of 20 search results for the word 'vendedor'. Each result includes a row number, a source code (GAR), a domain, a language code (A B C), and a snippet of text where the word is highlighted in green. The text snippets are related to online commerce, shipping, and customer service.

SEARCH	FREQUENCY	CONTEXT	HELP
FIND SAMPLE: 100 200 500 1000			
PAGE: << < 1 / 309 > >>			
CLICK FOR MORE CONTEXT <input type="checkbox"/> [?]			
SAVE LIST CHOOSE LIST <input type="text"/> CREATE NEW LIST <input type="text"/> [?]			
SHOW DUPLICATES			
1	GAR	adhillac.com.ar	A B C extranjero para el comercio de negros, bien se verifique en el país del vendedor o en el del comprador, sea absolutamente libre de derechos, dándo
2	GAR	adhillac.com.ar	A B C llamado ahora Fernando VII, se promovieron dudas sobre si podría permitir se al vendedor la extracción de veinte mil pesos en que fue celebrada la
3	GAR	adhillac.com.ar	A B C trabajo del pueblo y desde luego la población, los recursos del Estado vendedor, estarán en las manos del Estado navegante. 13) Orden dictada por
4	GAR	agepeba.org	A B C hacia la compra, y el que controla se queda con los beneficios del vendedor porque tiene capacidad de fijar el precio, contenidos y calidad. Ante un r
5	GAR	atxomola.fullblog.com	A B C en Internet proceso de aprendizaje obtiene el tiempo que necesita y va a ser un vendedor del Internet negocio exitoso.
6	GAR	alt-tab.com.ar	A B C un paquete por el valor de 30 dólares nosotros pagaremos los 30 dólares al vendedor y en la aduana tenemos que pagar 2,50 dólares (5 dólares de
7	GAR	alt-tab.com.ar	A B C envío es gratuito y standard. Por otro lado debemos mirar la reputación del vendedor, a la derecha en una columna. Esto nos da la seguridad que es
8	GAR	alt-tab.com.ar	A B C detalla las formas de envío: (Clic para ampliar) En este caso el vendedor sólo envía de forma standard y gratuita, otros vendedores ofrecen servicios
9	GAR	alt-tab.com.ar	A B C te llegará un mail de confirmación de la compra, también podemos contactar al vendedor para pedir le, por ejemplo, el tracking number: Este vende
10	GAR	alt-tab.com.ar	A B C a el vendedor para pedir le, por ejemplo, el tracking number: Este vendedor me contestó en un par de horas y me envió el tracking number de mi
11	GAR	alt-tab.com.ar	A B C te dice que el tracking es inválido? ¡ No te desesperes! Posiblemente el vendedor no haya despachado aún el paquete, o si lo hizo, todavía no han
12	GAR	alt-tab.com.ar	A B C si es así. En mis compras fueron así por eso mismo hable con el vendedor y acordamos que el enviaría el costo de la compra por un valor menor.
13	GAR	alt-tab.com.ar	A B C las 2 boletas (espero que se entienda). hay que hablar con el vendedor para buscar un buen precio para no pagar tanto en la aduana. Pregunto hoy
14	GAR	alt-tab.com.ar	A B C , me dicen lo de argentina y bla bla bla.. Llamo al vendedor, le digo que me pase su mail de paypal. Le mando 3 pagos
15	GAR	alt-tab.com.ar	A B C , si este está nuevo (caja cerrada) no importa que digas que el vendedor te lo vendió por 10 dólares, ellos te van a cobrar en base a
16	GAR	alt-tab.com.ar	A B C y ya me deprimí. Encontré un Samsung Galaxy S2 libre a u\$400 de un vendedor calificado y todo. Hace 2 semanas compré ese mismo modelo a 270
17	GAR	alt-tab.com.ar	A B C esos 3000 restantes en comprar se otra cosa y dar le de comer al vendedor, a su familia y etc.. El país entero subsidia a 200 familias y
18	GAR	alt-tab.com.ar	A B C un paquete por el valor de 30 dólares nosotros pagaremos los 30 dólares al vendedor y en la aduana tenemos que pagar 2,50 dólares (5 dólares de
19	GAR	alt-tab.com.ar	A B C de costo de envío? Hola! El costo de envío te lo declara el vendedor. Para poner ese mixer en Buenos Aires, deberías hacer le llegar a el
20	GAR	alt-tab.com.ar	A B C .Para poner ese mixer en Buenos Aires, deberías hacer le llegar al vendedor los 400 dólares, y una vez enviado el equipo, en aduana pagarías 175

Figura 16. Muestra del contexto en el Corpus del Español de Mark Davis de 'vendedor'.

En la Fase II se desarrolló el tratamiento de inventarios léxicos (Nelson, 2000); (Mascull, 2010); así como el contraste de las unidades obtenidas con manuales de negocios (*Socios 1* y *Socios 2*), este proceso se llevó a cabo en el instrumento MAULEN. En primer lugar, se contrastó cada una de las unidades léxicas de Nelson (2000) con el manual de Mascull (2010), este contraste buscaba verificar los posibles cambios en términos cronológicos y validar las diferencias entre material publicado y corpus de negocios.

Además, la verificación buscaba seleccionar el mayor número de unidades léxicas pluriverbales. Gracias a la herramienta Anatext © se lograron incluir unidades que incluso no se encontraban en el glosario de la obra y que consideramos relevantes para la lengua de especialidad tales como *row material costs*: 'costos de materia prima', *technical problems* 'problemas técnicos' entre otros. En segundo lugar, se utilizaron los diccionarios Spanishdict y Collins para obtener la traducción al español de las unidades léxicas univerbales y

pluriverbales halladas. En varias ocasiones se agregaron propuestas propias que corresponden a la experiencia de la investigadora en el mundo de la enseñanza de español para negocios.

Con base en estas unidades léxicas, se realizó un contraste utilizando la herramienta Corpes XXI. En el desarrollo del ejercicio se encontraron los fenómenos de polisemia, sinonimia y, por supuesto, variantes diatópicas. Aunque nuestro estudio inicialmente estaba enfocado en las variantes diatópicas, se encontraron entradas como se evidencia en la Tabla 8.

Tabla 8. Ejemplo del tratamiento de la polisemia

I. Selección de unidades léxicas de negocios				II. Transferencia al español				III. Análisis de variantes		IV. Contraste con material para la enseñanza publicado		V. Variante recomendada		VI. Transparencia u opacidad léxica con el inglés	
Número de palabra	Palabras positivas de inglés de negocios de Nelson (2000)	Palabra presente en Mascull (2010)		Colocaciones, compuestos y combinaciones libres frecuentes	Traducción (es)	Traducción (es) obtenida(s) de			Fuente(s) consultada(s) para determinar variante recomendada		Unidad léxica presente en Socios 1 y 2		Opaca	Transparente	
		Sí	No			Spanishdict	Collins	Propuesta propia	Corpes XXI	Corpus de Mark Davis	Sí	No			
251	turnover	X		turnover	facturación	X	X				X		facturación	X	
					volumen de negocios	X	X					X	volumen de negocios	X	
					renovación de personal/mercancías/bienes/existencias	X	X					X	renovación de personal/mercancías/bienes/existencias	X	
					movimiento de personal/mercancías/bienes	X	X					X	movimiento de personal/mercancías/bienes	X	

Como vemos, las acepciones encontradas son válidas para contextos corporativos y no podrían ser escogidas según su frecuencia léxica, debido a que su significado es distinto. Por esta razón, todas ellas aparecen seleccionadas como variantes recomendadas. En ese sentido, en los casos de polisemia, se mantuvieron las acepciones que estuvieran relacionadas con el ámbito corporativo en interacciones inmediatas. En el caso de la sinonimia, se procedió a seleccionar la unidad léxica que tuviera mayor frecuencia, como se muestra en la Tabla 9.

Tabla 9. Ejemplo del tratamiento de la sinonimia

I. Selección de unidades léxicas de negocios				II. Transferencia al español				III. Análisis de variantes		IV. Contraste con material para la enseñanza publicado		V. Variante recomendada		VI. Transparencia u opacidad léxica con el inglés	
Palabras positivas de inglés de negocios de Nelson (2000)	Palabra presente en Mascull (2010)		Colocaciones, compuestos y combinaciones libres frecuentes	Traducción (es)	Traducción (es) obtenida(s) de			Fuente(s) consultada(s) para determinar variante recomendada		Unidad léxica presente en Socios 1 y 2		Opaca	Transparente		
	Sí	No			Spanishdict	Collins	Propuesta propia	Corpes XXI	Corpus de Mark Davis	Sí	No				
applicant		X	applicant	solicitante	X	X		X			X	candidato	X		
				candidato	X	X		X		X					
				aspirante	X	X		X			X				
				postulante	X			X			X				

Sin embargo, en algunos casos las unidades léxicas presentaban connotaciones o matices diferenciadores además de relevantes en el mundo de los negocios, por lo que se decidió mantenerlas (en negro) como se observa en las Tablas 10, 11, 12 y 13.

Tabla 10. Ejemplo del tratamiento de la sinonimia con unidades complejas I

I. Selección de unidades léxicas de negocios				II. Transferencia al español			III. Análisis de variantes		IV. Contraste con material para la enseñanza publicado		V. Variante recomendada		VI. Transparencia u opacidad léxica con el inglés			
Número de palabra	Palabras positivas de inglés de negocios de Nelson (2000)	Palabra presente en Masculi (2010)		Colocaciones, compuestos y combinaciones libres frecuentes	Traducción (es)	Traducción (es) obtenida(s) de			Fuente(s) consultada(s) para determinar variante recomendada		Unidad léxica presente en Socios 1 y 2		Opaca	Transparente		
		Sí	No			Spanishdict	Collins	Propuesta propia	Corpus XXI	Corpus de Mark Davis	Sí	No				
25	information	X			información	información	X	X			X	X	información		X	
					comprobar información	comprobar información	X			X	X		X	comprobar información		
					check information	cotejar la información	X			X	X		X	cotejar la información	X	
					consultar la información	consultar la información	X			X	X		X	consultar la información		
					give information	dar información	X			X	X		X	dar información	X	
					ofrecer información	ofrecer información			X	X	X		X	ofrecer información		
					brindar información	brindar información			X	X	X		X	brindar información		
					ask for information	solicitar información	X			X	X		X	solicitar información	X	
					pedir información	pedir información			X	X	X		X	pedir información		
					obtener información	obtener información			X	X	X		X	obtener información		
					get the information	conseguir información	X			X	X		X	conseguir información	X	
					sacar información	sacar información	X			X	X		X	sacar información		
					confirm information	confirmar información	X			X	X		X	confirmar información		X
					receive information	recibir información	X			X	X		X	recibir información	X	
					show information	mostrar información	X			X	X		X	mostrar información	X	
send information	enviar información	X			X	X		X	enviar información	X						
factual information	información objetiva	X			X	X		X	información objetiva	X						
piece of information	información basada en hechos	X			X	X		X	información basada en hechos	X						
	data	X			X	X		X	data	X						

Tabla 11. Ejemplo del tratamiento de la sinonimia con unidades complejas II

I. Selección de unidades léxicas de negocios				II. Transferencia al español			III. Análisis de variantes		IV. Contraste con material para la enseñanza publicado		V. Variante recomendada		VI. Transparencia u opacidad léxica con el inglés		
Número de palabra	Palabras positivas de inglés de negocios de Nelson (2000)	Palabra presente en Masculi (2010)		Colocaciones, compuestos y combinaciones libres frecuentes	Traducción (es)	Traducción (es) obtenida(s) de			Fuente(s) consultada(s) para determinar variante recomendada		Unidad léxica presente en Socios 1 y 2		Opaca	Transparente	
		Sí	No			Spanishdict	Collins	Propuesta propia	Corpus XXI	Corpus de Mark Davis	Sí	No			
31	payment	X			payment	pago	X	X			X	X	pago	X	
					abono	abono	X	X			X	X	abono	X	
					remuneración	remuneración	X	X			X	X	remuneración	X	
					plazo	plazo	X	X			X	X	plazo	X	
					pension payment	pago de pensión	X	X			X	X	pago de pensión	X	
					make payments	realizar pagos	X			X	X		pagar	X	
					pagar	pagar	X			X	X		pagar	X	
					efectuar pagos	efectuar pagos	X			X	X		pagar	X	
cash payment	pago al contado	X	X		X	X		X	X						
	pago en efectivo	X			X	X		X	X		X				

Tabla 12. Ejemplo del tratamiento de la sinonimia con unidades complejas III

I. Selección de unidades léxicas de negocios				II. Transferencia al español			III. Análisis de variantes		IV. Contraste con material para la enseñanza publicado		V. Variante recomendada		VI. Transparencia u opacidad léxica con el inglés		
Número de palabra	Palabras positivas de inglés de negocios de Nelson (2000)	Palabra presente en Masculi (2010)		Colocaciones, compuestos y combinaciones libres frecuentes	Traducción (es)	Traducción (es) obtenida(s) de			Fuente(s) consultada(s) para determinar variante recomendada		Unidad léxica presente en Socios 1 y 2		Opaca	Transparente	
		Sí	No			Spanishdict	Collins	Propuesta propia	Corpus XXI	Corpus de Mark Davis	Sí	No			
376	shipment		X		shipment	envío	X	X			X	X	envío	X	
					embarque	embarque	X	X			X	X	embarque	X	
					transporte	transporte	X	X			X	X	transporte	X	
					cargamento	cargamento	X	X			X	X	cargamento	X	
					remesa	remesa	X	X			X	X	remesa	X	
	consignación	X	X		X	X		X	X		X				

Tabla 13. Ejemplo del tratamiento de la sinonimia con unidades complejas IV

I. Selección de unidades léxicas de negocios				II. Transferencia al español			III. Análisis de variantes		IV. Contraste con material para la enseñanza publicado		V. Variante recomendada		VI. Transparencia u opacidad léxica con el inglés			
Número de palabra	Palabras positivas de inglés de negocios de Nelson (2000)	Palabra presente en Masculi (2010)		Colocaciones, compuestos y combinaciones libres frecuentes	Traducción (es)	Traducción (es) obtenida(s) de			Fuente(s) consultada(s) para determinar variante recomendada		Unidad léxica presente en Socios 1 y 2		Opaca	Transparente		
		Sí	No			Spanishdict	Collins	Propuesta propia	Corpus XXI	Corpus de Mark Davis	Sí	No				
822	faithfully	X			fielmente	X	X				X	X	fielmente	X		
					lealmente	X	X					X	X	lealmente	X	
					con exactitud	X	X					X	X	con exactitud	X	
					atentamente	X	X					X	X	atentamente	X	

En este último ejemplo (Tabla 13) vemos que, si bien la primera acepción era ‘fielmente’ (*faithfully*), es una de las palabras más frecuentes del corpus de negocios de Nelson (2000) (de un millón de palabras) porque corresponde a la despedida en comunicaciones formales, por esta razón solo se tiene en cuenta la unidad léxica ‘atentamente’.

En otros casos, las unidades léxicas presentaban diversas acepciones (polisemia), las cuales, a su vez, tenían unidades sinónimas como se evidencia en la Tabla 14.

Tabla 14. Ejemplo del tratamiento de polisemia y sinonimia en una misma unidad léxica

I. Selección de unidades léxicas de negocios				II. Transferencia al español				III. Análisis de variantes		IV. Contraste con material para la enseñanza publicado		V. Variante recomendada		VI. Transparencia u opacidad léxica con el inglés	
Número de palabra	Palabras positivas de inglés de negocios de Nelson (2000)	Palabra presente en Mascull (2010)		Colocaciones, compuestos y combinaciones libres frecuentes	Traducción (es)	Traducción (es) obtenida(s) de			Fuente(s) consultada(s) para determinar variante recomendada		Unidad léxica presente en Socios 1 y 2		Opaca	Transparente	
		Sí	No			Spanishdict	Collins	Propuesta propia	Corpes XXI	Corpus de Mark Davis	Sí	No			
810	tender		X	tender	oferta	X	X		X		X		licitación	X	
					licitación	X	X		X		X				
					moneda	X	X				X				
					ofrecer	X	X		X		X				
					presentar	X			X		X				
					presentarse a un concurso	X			X				X		
					presentarse a una licitación	X			X				X		

En estos casos se seleccionaron todas las acepciones como variantes recomendadas (por presentar carácter polisémico relevante para el español de negocios). En los casos de unidades léxicas sinónimas se identificó la más frecuente y se dejó como variante recomendada.

Cuando los sinónimos correspondían a otras unidades léxicas equivalentes en inglés, solo se seleccionaba aquella que ofreciera la forma más directa y transparente, como en el caso de *additionally* que se ilustra en la Tabla 15.

Tabla 15. Ejemplo del tratamiento de unidades transparentes

I. Selección de unidades léxicas de negocios				II. Transferencia al español				III. Análisis de variantes		IV. Contraste con manuales para la enseñanza publicada		V. Variante recomendada		VI. Transparencia u opacidad léxica con el inglés			
Número de palabra	Palabras positivas de inglés de negocios de Nelson (2000)	Palabra presente en Mascull (2010)		Colocaciones, compuestos y combinaciones libres frecuentes	Traducción (es)	Traducción (es) obtenida(s) de			Fuente(s) consultada(s) para determinar variante recomendada		Unidad léxica presente en Socios 1 y 2		Opaca	Transparente			
		Si	No			Spanishdict	Collins	Propuesta propia	Corpus XXI	Corpus de Mark Davis	Si	No					
824	additionally		X	additionally	adicionalmente	X						X	adicionalmente		X		
					además	X	X				X			X	además	X	
					aun más	X	X					X		X	aun más	X	

Como vemos, para los sinónimos ‘además’ y ‘aun más’ (en negro) existen unidades léxicas en inglés más específicas como *also* y *even more*, por lo tanto, no se les dio prioridad.

Cuando las unidades aparecían en varias entradas, se marcó como variante recomendada la que tuviera más similitudes en forma y significado con la palabra positiva de Nelson (2000) (ver Tablas 16 y 17).

Tabla 16. Unidades léxicas repetidas en varias entradas, ejemplo 1A

I. Selección de unidades léxicas de negocios				II. Transferencia al español				III. Análisis de variantes		IV. Contraste con manuales para la enseñanza publicada		V. Variante recomendada		VI. Transparencia u opacidad léxica con el inglés		
Número de palabra	Palabras positivas de inglés de negocios de Nelson (2000)	Palabra presente en Mascull (2010)		Colocaciones, compuestos y combinaciones libres frecuentes	Traducción (es)	Traducción (es) obtenida(s) de			Fuente(s) consultada(s) para determinar variante recomendada		Unidad léxica presente en Socios 1 y 2		Opaca	Transparente		
		Si	No			Spanishdict	Collins	Propuesta propia	Corpus XXI	Corpus de Mark Davis	Si	No				
599	rate	X		rate	tarifa	X	X				X		tarifa	X		
					precio	X	X				X		precio	X		
					tasa	X	X			X		X		tasa	X	
					índice	X	X			X		X				

Tabla 17. Unidades léxicas repetidas en varias entradas, ejemplo 1B

I. Selección de unidades léxicas de negocios				II. Transferencia al español				III. Análisis de variantes		IV. Contraste con manuales para la enseñanza publicada		V. Variante recomendada		VI. Transparencia u opacidad léxica con el inglés		
Número de palabra	Palabras positivas de inglés de negocios de Nelson (2000)	Palabra presente en Mascull (2010)		Colocaciones, compuestos y combinaciones libres frecuentes	Traducción(es)	Traducción(es) obtenida(s) de			Fuente(s) consultada(s) para determinar variante(s) recomendada(s)		Unidad léxica presente en Socios 1 o 2		Opaca	Transparente		
		Si	No			Spanishdict	Collins	Propuesta propia	Corpus XXI	Corpus de Mark Davis	Si	No				
586	price	X			precio	X	X				X		precio	X		
					ponerle un precio a	X	X			X		X		ponerle un precio a	X	
					etiquetar	X	X			X		X				
					valorar	X	X			X		X		valorar	X	
					total price	X	X			X		X		costo total	X	
					precio total	X	X			X		X				
					bajo precio	X	X			X		X		bajo precio	X	
					precio bajo	X	X			X		X				
					price war	X	X			X		X		guerra de precios	X	
					price list	X	X			X		X		lista de precios	X	
					low-price	X	X			X	X	X				
					barato	X	X			X	X	X				
					económico	X	X			X	X	X				
					expensive	X	X			X	X	X		X		caro

En las Tablas 16 y 17 vemos que se repite la unidad ‘precio’; teniendo en cuenta que esta se asocia más a *price* que a *rate* se privilegió la primera entrada. Lo mismo ocurre en las Tablas 18 y 19.

Tabla 18. Unidades léxicas repetidas en varias entradas, ejemplo 2A

I. Selección de unidades léxicas de negocios				II. Transferencia al español					III. Análisis de variantes		IV. Contraste con manuales de negocios		VI. Transparencia u opacidad léxica en inglés				
Número de palabra	Palabras positivas de inglés de negocios de Neison (2000)	Palabra presente en Masculi (2010)		Colocaciones, compuestos y combinaciones libres frecuentes	Traducción(es)	Traducción(es) obtenida(s) de			Fuente(s) consultada(s) para determinar variante(s) recomendada(s)		Unidad léxica presente en Socios 1 y 2		Opaca	Transparente			
		Si	No			Spanishdic t	Collins	Propuesta propia	Corpus XXI	Corpus de Mark Davis	Si	No					
697	change	X			change	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—		
					—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	
					—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
					—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
					—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
					—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
					—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
					—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
					—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
					—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
					—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
					—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
					—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
					—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—

Tabla 19. Unidades léxicas repetidas en varias entradas, ejemplo 2B

I. Selección de unidades léxicas de negocios				II. Transferencia al español					III. Análisis de variantes		IV. Contraste con manuales de negocios		VI. Transparencia u opacidad léxica con el inglés		
Número de palabra	Palabras positivas de inglés de negocios de Neison (2000)	Palabra presente en Masculi (2010)		Colocaciones, compuestos y combinaciones libres frecuentes	Traducción(es)	Traducción(es) obtenida(s) de			Fuente(s) consultada(s) para determinar variante recomendada		Unidad léxica presente en Socios 1 y 2		Opaca	Transparente	
		Si	No			Spanishdic t	Collins	Propuesta propia	Corpus XXI	Corpus de Mark Davis	Si	No			
688	exchange	X			exchange	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
					—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
					—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
					—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
					—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
					—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
					—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
					—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
					—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
					—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—

En estos ejemplos se repite la unidad ‘cambiar’, como se asocia más a *change* que a *exchange* se privilegió la primera.

Otro fenómeno identificado fue que la agrupación por sinónimos no resultaba pertinente en algunos casos, pues cada unidad léxica tenía connotaciones sutiles o ligeros cambios de significado que impedían hacer una selección precisa. Es por ello que se decidió tener en cuenta los criterios de aprendizaje planteados por Hidalgo (2017), con el fin de realizar una selección léxica adecuada para los niveles A1, A2 y B1 (en azul), y dejar para un posterior abordaje las otras unidades halladas (en negro), tal como se presenta en las Tablas 20, 21, 22 y 23.

Tabla 20. Ejemplo de unidades transparentes I

I. Selección de unidades léxicas de negocios				II. Transferencia al español					III. Análisis de variantes		IV. Contraste con manuales de negocios		VI. Transparencia u opacidad léxica con el inglés		
Número de palabra	Palabras positivas de inglés de negocios de Neison (2000)	Palabra presente en Masculi (2010)		Colocaciones, compuestos y combinaciones libres frecuentes	Traducción(es)	Traducción(es) obtenida(s) de			Fuente(s) consultada(s) para determinar variante recomendada		Unidad léxica presente en Socios 1 y 2		Opaca	Transparente	
		Si	No			Spanishdic t	Collins	Propuesta propia	Corpus XXI	Corpus de Mark Davis	Si	No			
809	net		X	net	net	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
					—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	
					—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	
					—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	
					—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	
					—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	

Tabla 21. Ejemplo de unidades transparentes II

I. Selección de unidades léxicas de negocios				II. Transferencia al español				III. Análisis de variantes		IV. Contraste con material para la enseñanza publicado		V. Variante recomendada		VI. Transparencia u opacidad léxica con el inglés	
Número de palabra	Palabras positivas de inglés de negocios de Nelson (2000)	Palabra presente en Masculi (2010)		Colocaciones, compuestos y combinaciones libres frecuentes	Traducción (es)	Traducción (es) obtenida(s) de			Fuente(s) consultada(s) para determinar variante recomendada		Unidad léxica presente en Socios 1 y 2		Opaca	Transparente	
		Sí	No			Spanishdict	Collins	Propuesta propia	Corpus XXI	Corpus de Mark Davis	Sí	No			
288	conference	X		conference	conferencia	X	X		X		X		conferencia		
					reunión	X	X		X		X				X
					congreso	X	X		X		X		X		X
					asamblea	X	X		X		X		X		X

Tabla 22. Ejemplo de unidades transparentes III

I. Selección de unidades léxicas de negocios				II. Transferencia al español				III. Análisis de variantes		IV. Contraste con material para la enseñanza publicado		V. Variante recomendada		VI. Transparencia u opacidad léxica con el inglés		
Número de palabra	Palabras positivas de inglés de negocios de Nelson (2000)	Palabra presente en Masculi (2010)		Colocaciones, compuestos y combinaciones libres frecuentes	Traducción (es)	Traducción (es) obtenida(s) de			Fuente(s) consultada(s) para determinar variante recomendada		Unidad léxica presente en Socios 1 y 2		Opaca	Transparente		
		Sí	No			Spanishdict	Collins	Propuesta propia	Corpus XXI	Corpus de Mark Davis	Sí	No				
758	comment		X	comment	comentario	X	X				X		comentario		X	
					observación	X	X				X				X	
					comentar	X	X						X			X
					hacer comentarios	X							X			X
					observar	X	X						X			X

Tabla 23. Ejemplo de unidades transparentes IV

I. Selección de unidades léxicas de negocios				II. Transferencia al español				III. Análisis de variantes		IV. Contraste con material para la enseñanza publicado		V. Variante recomendada		VI. Transparencia u opacidad léxica con el inglés		
Número de palabra	Palabras positivas de inglés de negocios de Nelson (2000)	Palabra presente en Masculi (2010)		Colocaciones, compuestos y combinaciones libres frecuentes	Traducción (es)	Traducción (es) obtenida(s) de			Fuente(s) consultada(s) para determinar variante recomendada		Unidad léxica presente en Socios 1 y 2		Opaca	Transparente		
		Sí	No			Spanishdict	Collins	Propuesta propia	Corpus XXI	Corpus de Mark Davis	Sí	No				
822	faithfully	X		faithfully	fielmente	X	X						X		fielmente	
					lealmente	X	X							X		lealmente
					con exactitud	X	X							X		con exactitud
					atentamente	X							X			atentamente

En otros casos donde la frecuencia de una unidad léxica era superior a aquella con características que facilitan el aprendizaje (transparencia en algún grado), se decidió incluirlas a ambas, ya que, si bien para el estudiante resultaría más sencillo aprender únicamente esa unidad léxica, en la interacción es más probable que se encuentre con la otra forma. En ese sentido, se recomienda que la transparente se incluya para nivel bajo, A1 por ejemplo, y la más frecuente en niveles superiores. Esta situación se ejemplifica en las Tablas 24 y 25.

Tabla 24. Ejemplo de transparencia y frecuencia léxica I

I. Selección de unidades léxicas de negocios				II. Transferencia al español				III. Análisis de variantes		IV. Contraste con material para la enseñanza publicado		V. Variante recomendada		VI. Transparencia u opacidad léxica con el inglés		
Número de palabra	Palabras positivas de inglés de negocios de Nelson (2000)	Palabra presente en Masculi (2010)		Colocaciones, compuestos y combinaciones libres frecuentes	Traducción (es)	Traducción (es) obtenida(s) de			Fuente(s) consultada(s) para determinar variante recomendada		Unidad léxica presente en Socios 1 y 2		Opaca	Transparente		
		Sí	No			Spanishdict	Collins	Propuesta propia	Corpus XXI	Corpus de Mark Davis	Sí	No				
674	range	X		range	range	X	X				X		range		X	
					gama	X					X				X	
					alcance	X	X		X		X				X	
					cobertura	X			X		X					X
					product range	X	X				X		X			X
					gama de productos	X	X				X		X			X

Tabla 25. Ejemplo de transparencia y frecuencia léxica II

I. Selección de unidades léxicas de negocios				II. Transparencia al español					III. Análisis de variantes		IV. Contraste con material para la enseñanza de negocios		V. Variante recomendada			VI. Transparencia u opacidad léxica con el inglés	
Palabras positivas de inglés de negocios de Nelson (2000)	Palabra presente en Mascull (2010)		Colocaciones, compuestos y combinaciones libres frecuentes	Traducción (es)	Traducción (es) obtenida(s) de			Fuente(s) consultada(s) para determinar variante recomendada		Unidad léxica presente en Socios 1 y 2		Opaca	Transparente				
	Sí	No			Spanishdict	Collins	Propuesta propia	Corpus XXI	Corpus de Mark Davis	Sí	No						
estimate	X		estimate	estimar calcular	X X	X X				X X			estimar calcular	X	X		

En la Tabla 25, teniendo en cuenta que la unidad *calculate* no se encuentra en el inventario, y sería una unidad transparente con relación a ‘calcular’, se decide mantenerlas ambas. De esta manera, se ratifica el criterio de selección en el que se incluye tanto la unidad léxica que facilita el aprendizaje como la más frecuente.

Como se observa, en las tablas anteriores proponemos una casilla de *Transparencia* y *Opacidad*. En los casos en que no había certeza se consultó a una persona que no conocía la lengua, si la persona podía llegar al significado únicamente usando los conocimientos de su lengua materna, se registraba en la casilla *Transparente*, de lo contrario, en *Opaca*.

Con respecto a las unidades pluriverbales, se escogieron aquellas significativas en el contexto laboral o que corresponden a las nociones específicas identificadas como *Esenciales* en el juicio de expertos como se expresa en las Tablas 26, 27, 28, 29 y 30.

Tabla 26. Ejemplo de unidades pluriverbales I

I. Selección de unidades léxicas de negocios				II. Transparencia al español					III. Análisis de variantes		IV. Contraste con manuales de negocios		V. Variante recomendada			VI. Transparencia u opacidad léxica en inglés	
Número de palabra	Palabras positivas de inglés de negocios de Nelson (2000)	Palabra presente en Mascull (2010)		Colocaciones, compuestos y combinaciones libres frecuentes	Traducción(es)	Traducción(es) obtenida(s) de			Fuente(s) consultada(s) para determinar variante(s) recomendada(s)		Unidad léxica presente en Socios 1 o 2		Opaca	Transparente			
		Sí	No			Spanishdict	Collins	Propuesta propia	Corpus XXI	Corpus de Mark Davis	Sí	No					
679	condition	X		condition	condición	X	X				X		condición		X		
				estado	estado	X	X				X		estado	X			
				marital status	estado civil	X	X				X		estado civil	X			
				state of mind	estado de ánimo	X	X				X		estado de ánimo	X			
				physical condition	estado físico	X					X		estado físico	X			
				good health	buen estado de salud	X					X		buen estado de salud	X			
					afección	X					X		X				
					enfermedad	X	X				X		X		enfermedad	X	
					padecimiento	X	X				X		X				
					circunstancia	X	X				X		X		circunstancia	X	

Tabla 27. Ejemplo de unidades pluriverbales II

I. Selección de unidades léxicas de negocios				II. Transferencia al español				III. Análisis de variantes		IV. Contraste con material para la enseñanza del inglés		VI. Transparencia u opacidad léxica con el inglés				
Número de palabra	Palabras positivas de inglés de negocios de Nelson (2000)	Palabra presente en Masculi (2010)		Colocaciones, compuestos y combinaciones libres frecuentes	Traducción (es)	Traducción (es) obtenida(s) de			Fuente(s) consultada(s) para determinar variante recomendada		Unidad léxica presente en Socios 1 y 2		V. Variante recomendada		Opaca	Transparente
		SI	No			Spanishdicit	Collins	Propuesta propia	Corpus XXI	Corpus de Mark Davis	SI	No				
		400	develop			X		develop	desarrollar	X	X				X	
					elaborar	X	X				X		elaborar	X		
					perfeccionar	X	X				X		perfeccionar	X		
					adquirir (un hábito)	X	X					X	adquirir (un hábito)	X		
					tomar (el gusto por algo)	X	X					X	tomar (el gusto por algo)	X		
					contraer (enfermedad o infección)	X	X				X		contraer (enfermedad o infección)	X		
					empezar (a presentar síntomas)	X	X				X		empezar (a presentar síntomas)	X		
					explorar	X	X				X		explorar	X		
					urbanizar	X	X				X		urbanizar	X		
					desarrollarse	X	X				X		desarrollarse	X		
					convertirse en	X	X				X		convertirse en	X		
					surjir	X	X		X		X		aparecer	X		
					aparecer	X	X		X		X		aparecer	X		

Tabla 28. Ejemplo de unidades pluriverbales III

I. Selección de unidades léxicas de negocios				II. Transferencia al español				III. Análisis de variantes		IV. Contraste con manuales de negocios		VI. Transparencia u opacidad léxica con el inglés				
Número de palabra	Palabras positivas de inglés de negocios de Nelson (2000)	Palabra presente en Masculi (2010)		Colocaciones, compuestos y combinaciones libres frecuentes	Traducción (es)	Traducción (es) obtenida(s) de			Fuente(s) consultada(s) para determinar variante(s) recomendada(s)		Unidad léxica presente en Socios 1 o 2		V. Variante recomendada		Opaca	Transparente
		SI	No			Spanishdicit	Collins	Propuesta propia	Corpus XXI	Corpus de Mark Davis	SI	No				
		756	license				X	license	licencia	X	X				X	
					permiso	X	X		X		X		permiso	X		
					carpet	X	X		X		X		autorizar	X		
					autorizar	X	X				X		autorizar	X		
					conceder un permiso	X	X		X		X		conceder una licencia	X		
					conceder una licencia	X	X		X		X		conceder una licencia	X		
					tener una licencia	X	X		X		X		tener una licencia	X		
					estar autorizado	X	X		X		X		estar autorizado	X		
					autorizar la comercialización de	X	X				X		autorizar la comercialización de	X		
					work permit	X	X				X		permiso de trabajo	X		
					enter without permission	X	X				X		entrar sin permiso	X		
					driver's license	X	X				X		licencia de conducir	X		

Tabla 29. Ejemplo de unidades pluriverbales IV

I. Selección de unidades léxicas de negocios				II. Transferencia al español				III. Análisis de variantes		IV. Contraste con manuales de negocios		VI. Transparencia u opacidad léxica con el inglés				
Número de palabra	Palabras positivas de inglés de negocios de Nelson (2000)	Palabra presente en Masculi (2010)		Colocaciones, compuestos y combinaciones libres frecuentes	Traducción (es)	Traducción (es) obtenida(s) de			Fuente(s) consultada(s) para determinar variante(s) recomendada(s)		Unidad léxica presente en Socios 1 o 2		V. Variante recomendada		Opaca	Transparente
		SI	No			Spanishdicit	Collins	Propuesta propia	Corpus XXI	Corpus de Mark Davis	SI	No				
		659	labor				X	labor	trabajo	X	X				X	
					labor	X	X				X		labor	X	X	
					tarea	X	X				X		tarea	X		
					mano de obra	X	X				X		mano de obra	X		
					trabajadores	X	X				X		trabajadores	X		
					luchar	X	X				X		luchar	X	X	
					laboral	X	X				X		laboral	X		
					work reasons	X	X				X		motivos laborales	X		
					working day	X	X				X		jornada laboral	X		
					absenteeism from work	X	X				X		absentismo (laboral)	X		
					condiciones laborales	X	X				X		condiciones laborales	X		
					work life	X	X				X		vida laboral	X		
					union	X	X				X		sindical	X		
					workers' movement	X	X				X		movimiento obrero	X		

Tabla 30. Ejemplo de unidades pluriverbales V

I. Selección de unidades léxicas de negocios				II. Transferencia al español				III. Análisis de variantes		IV. Contraste con material para la enseñanza del inglés		VI. Transparencia u opacidad léxica con el inglés				
Número de palabra	Palabras positivas de inglés de negocios de Nelson (2000)	Palabra presente en Masculi (2010)		Colocaciones, compuestos y combinaciones libres frecuentes	Traducción (es)	Traducción (es) obtenida(s) de			Fuente(s) consultada(s) para determinar variante recomendada		Unidad léxica presente en Socios 1 y 2		V. Variante recomendada		Opaca	Transparente
		SI	No			Spanishdicit	Collins	Propuesta propia	Corpus XXI	Corpus de Mark Davis	SI	No				
		738	challenge				X	challenge	reto	X	X		X		X	
					desafío	X	X		X		X		desafío	X		
					desafiar	X	X		X		X		desafiar	X		
					retar	X	X		X		X		retar	X		
					poner en duda	X	X		X		X		cuestionar	X		
					cuestionar	X	X		X		X		cuestionar	X		
					constituir un desafío para	X	X		X		X		constituir un desafío para	X		
					suponer un reto para	X	X		X		X		suponer un reto para	X		

En la identificación de unidades pluriverbales, se detectó que *Socios 1* y *Socios 2* brindan unidades pluriverbales significativas (incluso mayores que Mascull [2010]), por lo que se agregaron también al inventario con la respectiva anotación en la casilla *Observaciones* (ver Tabla 31).

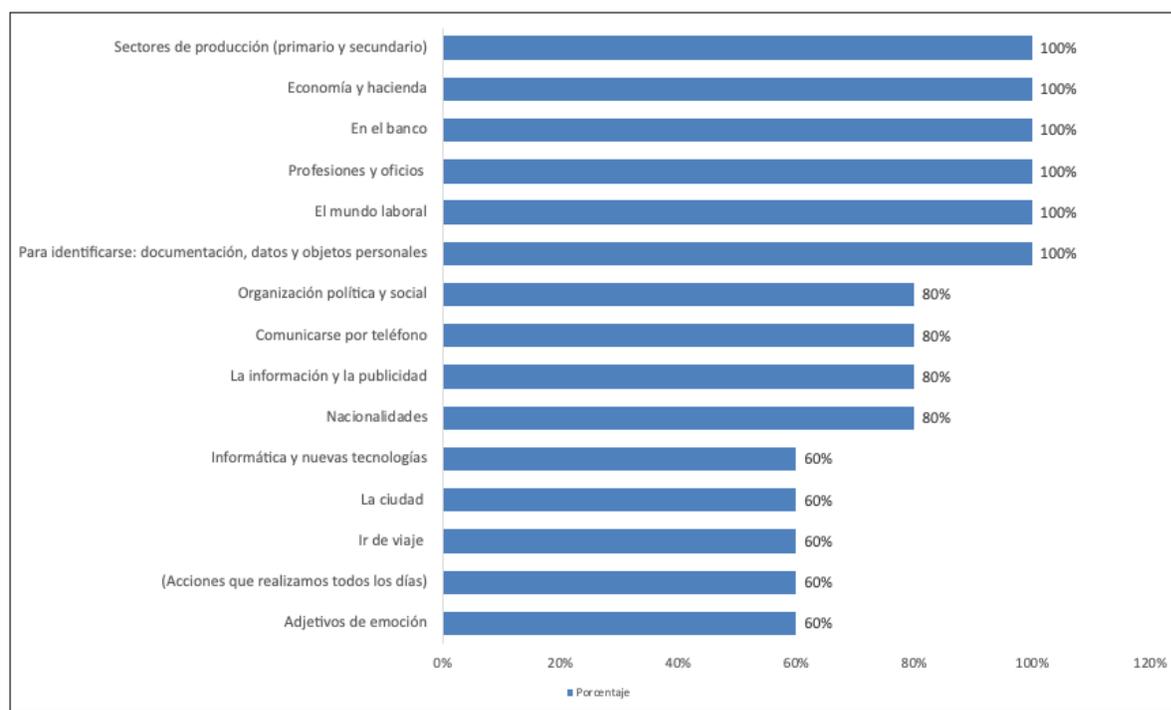
Tabla 31. Ejemplo de unidades pluriverbales obtenidas de *Socios 1* y *Socios 2*

I. Selección de unidades léxicas de negocios				II. Transferencia al español				III. Análisis de variantes		IV. Contraste con manuales de negocios		V. Variante recomendada		VI. Transparencia u opacidad léxica en inglés			
Número de palabra	Palabras positivas de inglés de negocios de Nelson (2000)	Palabra presente en Mascull (2010)		Colocaciones, compuestos y combinaciones léxicas frecuentes	Traducción(es)	Traducción(es) obtenida(s) de			Fuente(s) consultada(s) para determinar variante(s) recomendada(s)		Unidad léxica presente en Socios 1 o 2		Opaca	Transparente			
		Si	No			SpanishDict	Collins	Propuesta propia	Corpus XXI	Corpus de Mark Davis	Si	No					
646	deal	X		deal	acuerdo	X	X		X		X		acuerdo	X			
					trato	X	X		X		X		X				
				in agreement	de acuerdo	X	X		X		X		X		de acuerdo	X	
				to agree with	estar de acuerdo con	X	X		X		X		X		estar de acuerdo con	X	
				to agree	ponerse de acuerdo	X	X		X		X		X		llegar a un acuerdo	X	
				to reach an agreement	llegar a un acuerdo	X			X		X		X			X	
				sign an agreement	firmar un acuerdo	X			X				X		firmar un acuerdo	X	
				transacción	transacción	X	X		X				X		transacción	X	

En la fase III, se hicieron validaciones finales, se hizo limpieza del inventario y se consolidó. Se hicieron triangulaciones de la información mediante la utilización de filtros avanzados y se utilizaron fórmulas (Como BUSCARV) que permitieron garantizar: 1) la correlación entre palabras positivas y pluriverbales; 2) la inclusión de las unidades pluriverbales relevantes y frecuentes de Mascull (2010) (gracias a la información proveída por Anatext ©); 3) la eliminación de palabras no recomendadas, y 4) la organización de manera alfabética para su óptima búsqueda (ver Anexos 6, 7 y 8).

9. Resultados y discusión

El análisis de datos lo presentaremos siguiendo las fases, puesto que los instrumentos presentan una estrecha conexión entre sí. En la primera fase: tratamiento del *Vocabulario fundamental* de Santos Palmou (2017), encontramos 15 nociones que deberían incluirse para la enseñanza de español de negocios de manera esencial, según nuestros expertos (ver Gráfica 1).



Gráfica 1. Nociones específicas seleccionadas como Esencial en la enseñanza de español de negocios

Este primer hallazgo ratifica la importancia de la lengua de especialidad en la enseñanza de español de negocios. El 73 % de las nociones corresponde a lengua de especialidad²⁴ (11 nociones de 15) y el 27 % a español general (4 de 15 nociones).

²⁴ Las nociones *Para identificarse: documentación, datos y objetos personales*, así como *Nacionalidades* fueron consideradas lengua de especialidad al hacer parte de las presentaciones en las interacciones cotidianas en el ámbito corporativo internacional.

En la lengua de especialidad encontramos nociones como *Economía y hacienda, Sectores de la producción* (primario y secundario) y asociadas con el español general *ir de viaje, la ciudad, acciones que realizamos todos los días*.

Con respecto a las nociones de lengua de especialidad halladas, podemos ver que son complementos de las unidades léxicas registradas en la Matriz MAULEN [basada en las palabras positivas de Nelson (2000) y la combinatoria léxica de Mascull (2017)] y que pueden precisar aspectos propios del mundo hispano.

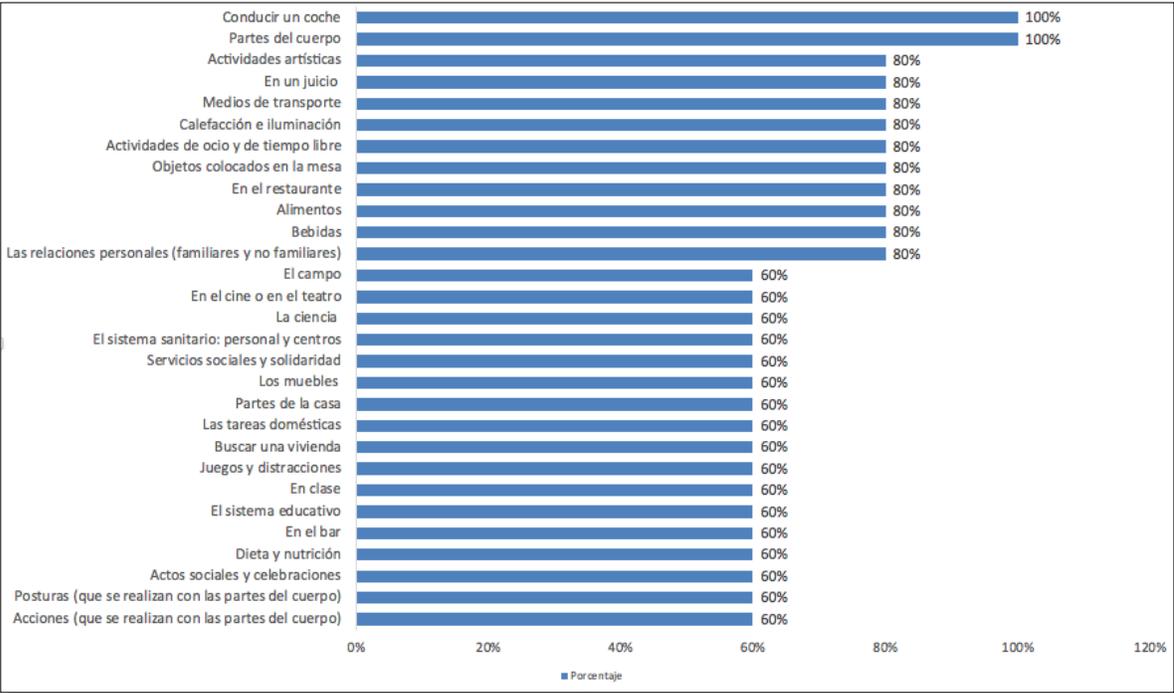
En ese sentido, hallamos, con el juicio de expertos, aspectos que se deberían considerar en el mundo hispano, puesto que evidenciamos una gran diferencia cultural que ratifica nuestro supuesto inicial frente a los rasgos que caracterizan la lengua de negocios. Mientras que Nelson (2000) llega a la conclusión de que el léxico de negocios no es emotivo, que se aleja de asuntos personales, la sociedad, la familia, el hogar, las actividades personales y los fines de semana, en nuestra investigación encontramos que estos rasgos sí pueden estar presentes en el español de negocios. Incluso, evidenciamos que la noción específica *Adjetivos de emoción* tiene el mismo porcentaje que *Informática y nuevas tecnologías*: sesenta por ciento (60 %), lo cual sugiere que la emotividad sería un aspecto considerable en la cultura hispa y no necesariamente tendría el mismo valor que para las culturas anglófonas.

Un aspecto por resaltar en este tema es que la noción específica *Sentimientos y sensaciones* tuvo una Media (M) de 1.8 y una desviación típica (DT) amplia: 0.837, lo que indica una valoración baja y un alto grado de variación; desviación similar a la categoría *Adjetivos de emoción* con $M=1.6$ y $DT=0.894$. En la primera, los expertos presentaron opiniones divididas entre *Esencial e Importante* y uno la catalogó como *No necesaria*. Por ello, al no superar el 60 %²⁵ no quedó registrada como Esencial ni como Importante. Con respecto a *Adjetivos de emoción*, tres expertos coincidieron en que era esencial, mientras que uno la catalogó como Importante y uno como No necesaria. Debemos recalcar que esta dispersión no estuvo determinada por el perfil del experto (docente o profesional del mundo corporativo), puesto que algunos expertos coincidían sin tener el mismo perfil.

²⁵ Cabe aclarar que, dada la necesidad de garantizar la selección de nociones para la lengua de especialidad, se decidió tener como criterio una coincidencia mayor al 60 % (en lugar del promedio), con el fin de lograr una delimitación más precisa.

Todo lo anterior nos muestra que, aunque no haya gran consenso en la inclusión de aspectos emotivos, sí hay una tendencia a considerar su relevancia.

Asimismo, evidenciamos que nociones como *Las relaciones personales (familiares y no familiares)*, *Actividades de ocio y de tiempo libre*, *Los actos sociales y celebraciones*, *En el bar*, *Juegos y distracciones*, *En el cine o en el teatro* son considerados *Importantes* por nuestros jueces como se confirma en la Gráfica 2.



Gráfica 2. Nociones específicas seleccionadas como Importantes en la enseñanza de español de negocios, aunque no indispensables

Estas nociones específicas muestran que la subjetividad y la interacción social podrían ser componentes clave para desarrollar tanto en términos léxicos como en el desarrollo de la competencia sociocultural de los estudiantes. Al comparar nuestros resultados con los obtenidos en la investigación de Nelson (2000), podemos evidenciar que, aunque se trate de un mundo globalizado, donde incluso muchos de los términos sean compartidos, los aspectos culturales deben ser tenidos en cuenta, pues la cultura organizacional y corporativa cambia por factores culturales que son característicos del contexto donde se está inmerso.

Este aspecto nos lleva a pensar que, así como Penadés (1999) afirma sobre el léxico: “Los aprendices de una L2 no pueden ser vistos como un territorio fraseológicamente virgen” (p. 61), los contenidos socioculturales que se incluyan en la enseñanza deberían contemplarse desde el haber de los estudiantes: no pensando que son territorio culturalmente virgen, o peor aún, dando por sentado que los comportamientos corporativos y de relacionamiento son universales. En ese sentido, no sería adecuado pensar que para los estudiantes sería espontáneo incluir léxico emotivo en entornos laborales simplemente ofreciéndoles las unidades léxicas más frecuentes. Por el contrario, se requeriría hacer un trabajo léxico que esté estrechamente ligado a los aspectos socioculturales.

Al respecto, Riutort Cánovas (2010) demuestra en sus hallazgos que en un número significativo de manuales de español de negocios los aspectos “culturales” se enfocan en el abordaje de aspectos organizacionales de la compañía y teorías de la cultura organizacional (que al fin y al cabo suelen ser internacionales) y dejan de lado principios pedagógicos para la adquisición de la competencia comunicativa intercultural. En nuestra investigación, mostramos que los aspectos culturales no son de menor envergadura y que, así como menciona Pérez Serrano (2017), la competencia léxico-semántica está estrechamente relacionada con la competencia sociolingüística y la pragmática.

En el análisis de otras nociones específicas, obtuvimos resultados que llaman la atención, tal es el caso de nociones con medias cercanas a 3.0, es decir, que se consideran poco importantes o no necesarias. Igualmente, se evidencia un alto grado de dispersión, en las nociones *El ciclo de la vida: Nacimiento* ($M=2.2$, $DT=0.837$), *Reproducción* ($M=2.6$, $DT=0.894$) y *Muerte* ($M=2.2$, $DT=1.095$), hallamos la mayor desviación típica. Al no haber consenso, se puede ver que es un tema que tiene opiniones encontradas, para algunos expertos podrían ser nociones específicas por enseñar, mientras que para otros no serían necesarias.

Casos similares, con medias que se acercan a 3.0 y un grado de variación significativo, son las nociones *Deportes*, *En el médico*, *El ejército*, *Creencias religiosas y espirituales* ($M=2.2$, $DT=0.83$), lo que indica que los expertos divergen ampliamente sobre si las actividades de sociedad y de la vida privada deberían enseñarse o no. Se puede inferir, entonces, que las nociones relacionadas con los temas que no se incluían en Nelson (2000) podrían ser susceptibles de incluirse en la enseñanza según nuestros expertos y que habría

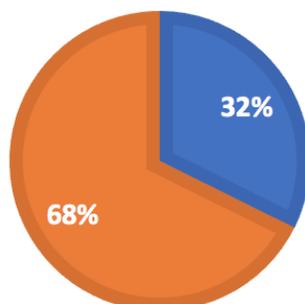
que ahondar más en estos aspectos para determinar su inclusión o exclusión de los temas de enseñanza de español de negocios.

Finalmente, gracias a la realización del juicio de expertos se lograron corroborar las nociones específicas de lengua de especialidad que deberían ser abordadas en la enseñanza de español para fines específicos.

El segundo instrumento de la Fase I fue la Matriz MAVENE, en ella pudimos evidenciar que un 32 % de las unidades léxicas (139 de 430) eran españolismos. Su frecuencia en los países seleccionados no era lo suficientemente alta o era pertinente algún cambio dada la realidad hispanoamericana. Si bien en algunos casos la unidad léxica resultaba bastante cercana a la variante recomendada, por ejemplo, en ‘carné’ en lugar de ‘carnet’ (ver Figura 17); en otros casos el análisis de variantes diatópicas era bastante importante para evitar dificultades semánticas, como se observa en: ‘parado’ en lugar de ‘desempleado’. Aunque ambas unidades léxicas están presentes en Hispanoamérica, el significado de ‘parado’ está asociado a los verbos ‘parar’ o ‘pararse’ (estar detenido o levantarse de un lugar) y no a estar sin trabajo.

En ese sentido, se ratifica la importancia de la selección léxica, puesto que permite evitar la sobrecarga cognitiva producto de las variantes diatópicas, postulada por Ainciburu (2014). Así, en nuestra matriz MAVENE logramos reducir el 18 % de unidades léxicas, mediante el análisis de frecuencia léxica, ya que de las 430 variantes producto del análisis, se lograron seleccionar 351 unidades léxicas. En la Gráfica 3 se puede apreciar el porcentaje de la adaptación.

■ Unidades que requirieron cambios
■ Unidades que se mantuvieron



Gráfica 3. Porcentaje de unidades léxicas adaptadas en Hispanoamérica

Esta delimitación no se logró solamente en términos cuantitativos, sino también cualitativos, puesto que se buscó dar respuesta a aspectos relevantes para el mundo hispanoamericano. Por ejemplo, se agregaron las nacionalidades y monedas de los países cuya lengua oficial es el español, dado que el conocimiento de una lengua no solo debe estar en función del código, sino de los contenidos socioculturales que les permitan a los estudiantes desempeñarse competentemente. En ese sentido, también fue necesario hacer aclaraciones sobre lo que refleja la realidad en la lengua, debido a que, en el caso de ‘código postal’, por ejemplo, su frecuencia fue muy baja, debido a que en el mundo hispanoamericano no es un sistema que esté tan extendido, lo mismo ocurrió con las unidades léxicas como: ‘rey’, ‘monarquía’ y ‘amo’, que no corresponden al sistema de gobierno ni a profesiones u oficios.

Otro fenómeno que se detectó fue la presencia de anglicismos y su mayor frecuencia que las variantes hispanas. Para ilustrar, la unidad léxica *marketing*, si bien pertenece a la lengua inglesa, sus variantes hispanas: ‘mercadeo’ y ‘mercadotecnia’ no evidencian una frecuencia léxica significativa, por lo que se privilegió el anglicismo, porque en términos de frecuencia y facilidad de aprendizaje (debido a su transparencia) resulta más pertinente su incorporación. Lo mismo ocurrió con la noción específica Informática y nuevas tecnologías, donde se encontraron anglicismos como hardware, software, smartphone, mouse, entre otros, los cuales se mantuvieron de la misma manera, debido a su gran frecuencia léxica y lo reciente que resulta el estudio de Santos Palmou (2017); factor importante, pues se recopilan las unidades más actuales y frecuentes.

Para ilustrar los resultados obtenidos con el instrumento MAVENE, presentaremos cinco nociones específicas (de las 11 identificadas como Esenciales, a través del juicio de expertos) y el tratamiento dado a las unidades léxicas en las Tablas 33, 34, 35, 36 y 37.

Tabla 33. Muestra de MAVENE, noción específica El mundo laboral

I. Selección de unidades léxicas de español general		II. Análisis de Variantes			III. Resultado	Observaciones	
Noción específica	Unidad léxica presente en Santos Palmou (2017)	Variante(s)	Fuente(s) consultadas				Variante más recomendada por su frecuencia (en dos o más países seleccionados)
			Corpes XXI	Mark Davis	Propuesta propia		
El mundo laboral	abogado	abogado	X			abogado	
	albañil	albañil	X	X		albañil	
		obrero de (la) construcción	X	X			
	ascenso/s	trabajador de (la) construcción	X	X		ascenso/s	
		ascenso/s	X			ascenso/s	
	autónomo/s	autónomo/s	X			autónomo/s	
	contrato/s	contrato/s	X			contrato/s	
	currículum (vitae)	currículum (vitae)	X			currículum (vitae)	
		CV	X				
		résumé	X				
		hoja de vida	X				
	dependiente	dependiente	X			vendedor(a)	
	desempleo	vendedor(a)	X			desempleo	
		desempleo	X				
	despacho	despacho	X			oficina	
		oficina	X				
	despido/s	despido/s	X			despido/s	
	dinero	dinero	X			dinero	
		plata	X			plata	
	empleado/s	empleado/s	X			empleado/s	
empresa/s	empresa/s	X			empresa/s		
empresario/s	empresario/s	X			empresario/s		
enfermero/a	enfermero/a	X			enfermero/a		
entrevista/s (de trabajo)	entrevista/s (de trabajo)	X			entrevista/s (de trabajo)		
fontanero	fontanero	X			plomero		
	plomero	X					
	gasfitero	X					
funcionario/s	funcionario/s	X			funcionario/s		
jefe/s	jefe/s	X			jefe/s		
médico	médico	X			médico		
obrero/s	obrero/s	X			obrero/s		

Se evidencia amplia frecuencia en ambas unidades léxicas. Debido a que se pueden asociar a diferentes registros, presentamos ambas.

Tabla 34. Muestra de MAVENE, noción específica En el banco

I. Selección de unidades léxicas de español general		II. Análisis de Variantes			III. Resultado	Observaciones
Noción específica	Unidad léxica presente en Santos Palmou (2017)	Variante(s)	Fuente(s) consultadas		Variante más recomendada por su frecuencia (en dos o más países seleccionados)	
			Corpes XXI	Mark Davis		
En el banco	ahorro/s	ahorro/s	X		ahorro/s	
	banquero	banquero	X		banquero	
	billete/s	billete/s	X		billete/s	
	caja/s	caja/s	X		caja/s	
	caja/s fuerte/s	caja/s fuerte/s	X		caja/s fuerte/s	
	cajero/s (automático/s)	cajero/s automático/s	X		cajero/s automático/s	
	cartilla/s	cartilla/s (de ahorros)	X		libreta (de ahorros)	
		libreta (de ahorros)	X			
	cheque/s	cheque/s	X		cheque/s	
	cliente/s	cliente/s	X		cliente/s	
	cola/s	fila/s	X		cola/s	
		cola/s	X			
	crédito/s	crédito/s	X		crédito/s	
	crisis	crisis	X		crisis	
	cuenta corriente	cuenta corriente	X		cuenta corriente	
	cuenta/s	cuenta/s	X		cuenta/s	
	deuda/s (bancarias)	deuda/s (bancarias)	X		deuda/s (bancarias)	
	dinero	dinero	X		dinero	
	director/a (de banco)	director/a (de banco)	X		director/a (de banco)	
	dólar/es	dólar/es	X		dólar/es	
efectivo	efectivo	X		efectivo		
euro/s	euro/s	X		euro/s		
-	peso/s argentino/s	X		peso/s argentino/s	Se incluyen las monedas de los países objeto de estudio	
-	peso/s colombiano/s	X		peso/s colombiano/s		
-	peso/s mexicano/s	X		peso/s mexicano/s		

Tabla 35. Muestra de MAVENE, noción específica Economía y hacienda

I. Selección de unidades léxicas de español general		II. Análisis de Variantes			III. Resultado	Observaciones	
Noción específica	Unidad léxica presente en Santos Palmou (2017)	Variante(s)	Fuente(s) consultadas		Variante más recomendada por su frecuencia (en dos o más países seleccionados)		
			Corpes XXI	Mark Davis			
Economía y hacienda	banca	banca	X		banca		
	banco/s	banco/s	X		banco/s		
	bolsa	bolsa	X		bolsa		
	corrupción	corrupción	X		corrupción		
	crisis (económica)	crisis (económica)	X		crisis (económica)		
	declaración (de la renta)	declaración (de la renta)	declaración (de la renta)	X		declaración de renta	La unidad léxica <i>Declaración de renta</i> tiene una mayor frecuencia en Colombia que en los demás países.
		declaración de renta	declaración de renta	X			
		declaración de impuestos sobre la renta	declaración de impuestos sobre la renta	X			
	déficit	déficit	X		déficit		
	desahucio/s	desahucio/s	desahucio/s	X		despido	
		despido	despido	X			
		destitución	destitución	X			
	dinero	dinero	X		dinero		
	empresa/s	empresa/s	X		empresa/s		
	estado	estado	X		estado		
	euro/s	euro/s	X		euro/s		
	-	peso/s argentino/s	peso/s argentino/s	X		peso/s argentino/s	Se incluyen las monedas de los países objeto de estudio
	-	peso/s colombiano/s	peso/s colombiano/s	X		peso/s colombiano/s	
	-	peso/s mexicano/s	peso/s mexicano/s	X		peso/s mexicano/s	
	-	sol/es	sol/es	X		sol/es	
	hipoteca/s	hipoteca/s	hipoteca/s	X		hipoteca/s	
	impuesto/s	impuesto/s	impuesto/s	X		impuesto/s	
	inflación	inflación	inflación	X		inflación	
	inversión/es	inversión/es	inversión/es	X		inversión/es	
	IVA	IVA	IVA	X		IVA	
	ministerio	ministerio	ministerio	X		ministerio	
	moneda/s	moneda/s	moneda/s	X		moneda/s	
	paro	paro	paro	X		desempleo	
desempleo		desempleo	X				
desocupación		desocupación	X				
cesantía		cesantía	X				
pobreza	pobreza	pobreza	X		pobreza		

Tabla 36. Muestra de MAVENE, noción específica Profesiones y oficios

I. Selección de unidades léxicas de español general		II. Análisis de Variantes			III. Resultado	Observaciones	
Noción específica	Unidad léxica presente en Santos Palmou (2017)	Variante(s)	Fuente(s) consultadas				Variante más recomendada por su frecuencia (en dos o más países seleccionados)
			Corpes XXI	Mark Davis	Propuesta propia		
Profesiones y oficios	abogado	abogado	X			abogado	
	actor	actor	X			actor	
	administrador	administrador	X			administrador	
	agente	agente	X			agente	
	agricultor	agricultor	X			agricultor	
	albañil	albañil	albañil	X	X		albañil
		obrero de construcción	obrero de construcción	X	X		
		trabajador de construcción	trabajador de construcción	X	X		
	amo	amo	X			-	Dadas las connotaciones negativas que puede tener esta unidad léxica, no se incluye en el inventario.
	ama-o de casa	ama-o de casa	X			ama-o de casa	
	arquitecto-a	arquitecto-a	X			arquitecto-a	
	artista	artista	X			artista	
	asesor	asesor	X			asesor	
	autor	autor	X			autor	
	ayudante	ayudante	X			ayudante	
	azafato	azafato	azafato	X	X		asistente de vuelo
		auxiliar de vuelo	auxiliar de vuelo	X	X		
		aeromozo	aeromozo	X	X		
		sobrecargo	sobrecargo	X	X		
		asistente de vuelo	asistente de vuelo	X	X		
	dependiente/a	dependiente	dependiente	X	X		vendedor(a)
		vendedor(a)	vendedor(a)	X	X		

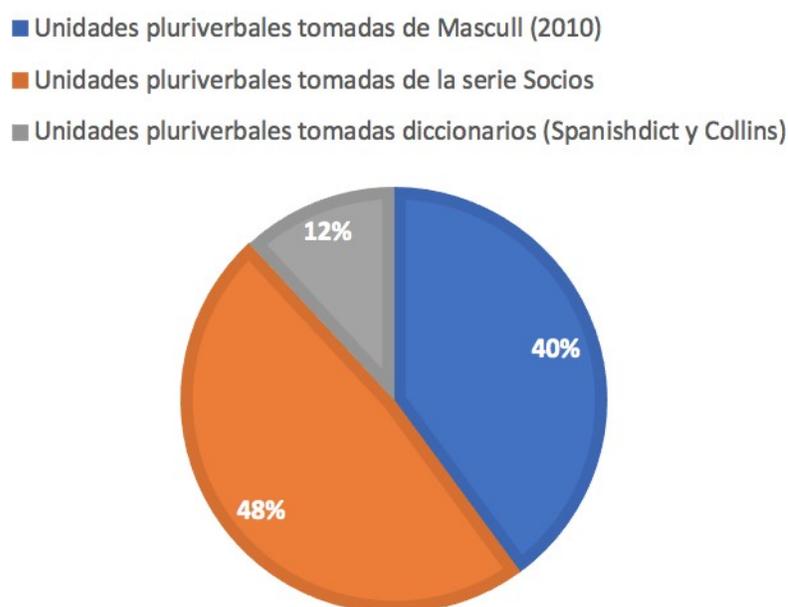
Tabla 37. Muestra de MAVENE, noción específica Organización política y social

I. Selección de unidades léxicas de español general		II. Análisis de Variantes			III. Resultado	Observaciones	
Noción específica	Unidad léxica presente en Santos Palmou (2017)	Variante(s)	Fuente(s) consultadas				Variante más recomendada por su frecuencia (en dos o más países seleccionados)
			Corpes XXI	Mark Davis	Propuesta propia		
Organización política y social	alcalde	alcalde	X			alcalde	
	anarquía	anarquía	X			anarquía	
		ayuntamiento	X				
	ayuntamiento	alcaldía	X			alcaldía	Al no tener frecuencia concluyente en los diferentes países se agregan las dos unidades léxicas.
		municipalidad	X			municipalidad	
	clase/s (social/es)	clase/s (social/es)	X			clase/s (social/es)	
	clase/s alta/s	clase/s alta/s	X			clase/s alta/s	
	clase/s baja/s	clase/s baja/s	X			clase/s baja/s	
	clase/s media/s	clase/s media/s	X			clase/s media/s	
	comunismo	comunismo	X			comunismo	
	concejal/es	concejal/es	X			concejal/es	
	congreso (de los diputados)	congreso	X			congreso	
	corrupción	corrupción	X			corrupción	
	democracia	democracia	X			democracia	
	dictadura	dictadura	X			dictadura	
	diputado/s	diputado/s	X			diputado/s	
	elección/es	elección/es	X			elección/es	
	estado/s	estado/s	X			estado/s	
	estamento/s	estamento	X			estato	
		estrato	X				
	gobierno	gobierno	X			gobierno	
	ministerio/s	ministerio/s	X			ministerio/s	
	ministro/os/as	ministro/os/as	X			ministro/os/as	
	monarquía	-	-	-	-	-	No se recomienda su inclusión dada la realidad política en América.
	oligarquía	oligarquía	X			oligarquía	
	país	país	X			país	
	partido/s (político/s)	partido/s (político/s)	X			partido/s (político/s)	
	pobre/s	pobre/s	X			pobre/s	
	político/os	político/os	X			político/os	
	presidente/a	presidente/a	X			presidente/a	
presidente del gobierno	presidente del gobierno	X			presidente del gobierno		
república	república	X			república		
rey/es	-	-	-	-	-	No se recomienda su inclusión dada la realidad política en América.	
rico/s	rico/s	X			rico/s		

En conclusión, podemos ver que la selección de léxico, gracias al juicio de expertos y al tratamiento del léxico desarrollado en MAVENE, nos arroja unidades léxicas que dan cuenta de un español corporativo (que si bien muchas nociones específicas son de lengua de especialidad, que permiten comunicar especificidades del trabajo como *Economía* y *hacienda*) también se ofrecen nociones específicas parte del *continuum* que planteábamos inicialmente, que favorecen la interacción directa como la noción *Para identificarse: documentación, datos y objetos personales* o *Nacionalidades*. (ver Anexo 3. para visualizar de manera más detallada la matriz MAVENE)

En la fase II, en el instrumento MAULEN (ver Anexo 5), se tuvieron en cuenta seis dimensiones para el desarrollo de la matriz. En la primera, Selección de unidades léxicas de negocios, se obtuvieron 828 palabras positivas de las 881 planteadas inicialmente por Nelson (2010), luego de la eliminación de unidades léxicas que no fueran objeto de este análisis (ver Anexo 4). De ellas, el 36 % (302 unidades léxicas) estaban presentes en Mascull (2010),

lo cual implica una diferencia considerable entre las unidades léxicas presentes en el manual para la enseñanza y las palabras positivas del corpus de negocios, incluso al tener diez años de diferencia de publicación entre uno y otro. No obstante, el objetivo primordial de incorporar la obra de Mascull (2010) fue la selección de unidades pluriverbales. Gracias a esta obra se logró recuperar 121 unidades pluriverbales; de los manuales *Socios 1* y *Socios 2*: 146 unidades, y de los diccionarios Spanishdict y Collins se recolectaron 36 unidades en el instrumento MAULEN, para un total de 303 unidades pluriverbales, con las cuales se profundizaron las 828 unidades univerbales de Nelson (2000). En la Gráfica 4 se presentan los consolidados.

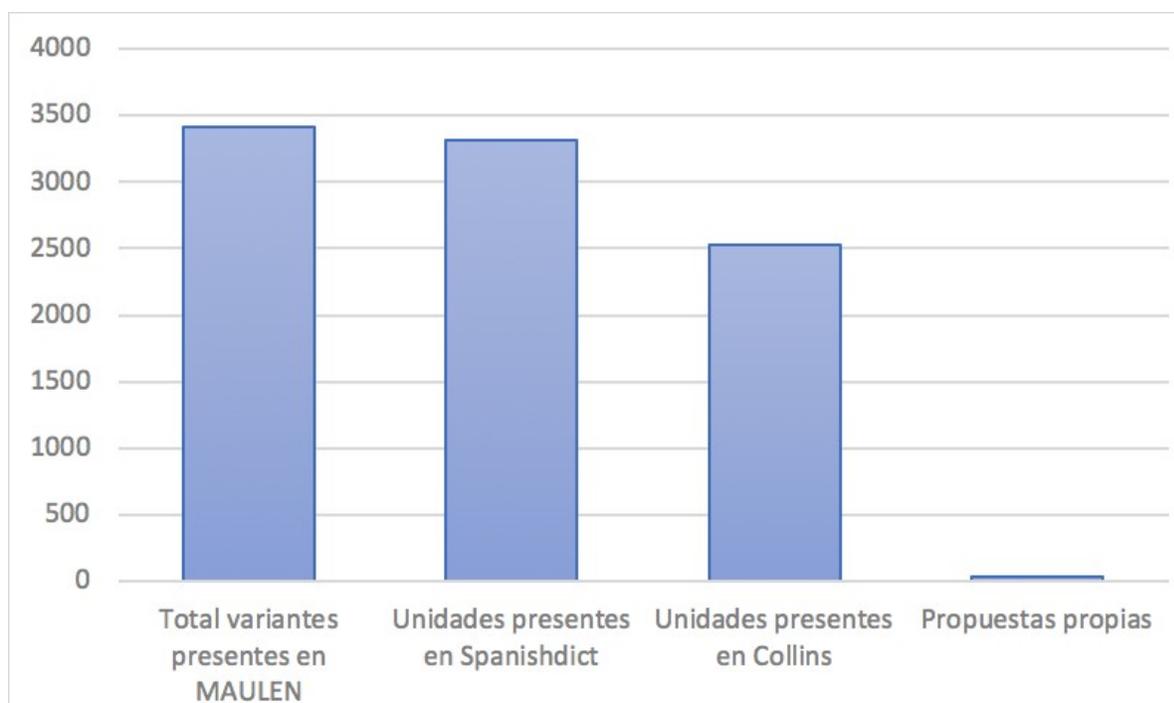


Gráfica 4. Unidades pluriverbales producto de la selección léxica

Cabe aclarar que en el inventario hay un total de 614 unidades pluriverbales porque, al hacer la traducción al español, algunas palabras que eran univerbales en inglés resultaron pluriverbales en español; por ejemplo, la palabra *retailer* tiene como variante recomendada la unidad léxica ‘comerciante minorista’, *billion* corresponde a ‘mil millones’, *overdraft* a ‘saldo negativo’; así que el restante de unidades que no fueron extraídas por alguna de las fuentes son producto de este fenómeno.

Asimismo, se agregaron algunos antónimos directos que consideramos importantes, es el caso de ‘viejo’, pues estaba la unidad ‘nuevo’, ‘ganador’ por ‘perdedor’, ‘egreso’ por ‘ingreso’, ‘No estar de acuerdo’ (*disagree*) por ‘coincidir’ (*agree*), ‘débil’ por ‘fuerte’ y ‘caro’ por ‘económico’, para un total de cinco antónimos directos. Adicionalmente, en las búsquedas por una traducción del inglés al español se encontraron fenómenos de sinonimia y polisemia que ayudaron a profundizar el inventario, ya que posteriormente se hizo la delimitación cualitativa. De esta manera, pudimos evidenciar la utilidad de incluir estas obras para obtener unidades pluriverbales relevantes en el español de negocios.

En la segunda dimensión, *Transferencia al español*, se obtuvieron 3 412 unidades léxicas, de las cuales el 97 % (3 316 unidades) fueron obtenidas de Spanishdict, de Collins el 74 % (2 527) y el 1 % (41 unidades) fueron propuestas propias. En gran medida, las unidades que se ofrecían en Collins coincidían con las de Spanishdict. En ese sentido, evidenciamos la utilidad de haber hecho las búsquedas en estas dos herramientas, especialmente haber escogido Spanishdict por ofrecer un porcentaje de traducción superior. Gracias a estas herramientas se obtuvieron traducciones pertinentes, las cuales tienen en cuenta acepciones diferentes, sinónimos, unidades pluriverbales y variantes diatópicas. En la Gráfica 5 se puede visualizar la relación de presencia de las unidades léxicas en los diccionarios consultados.

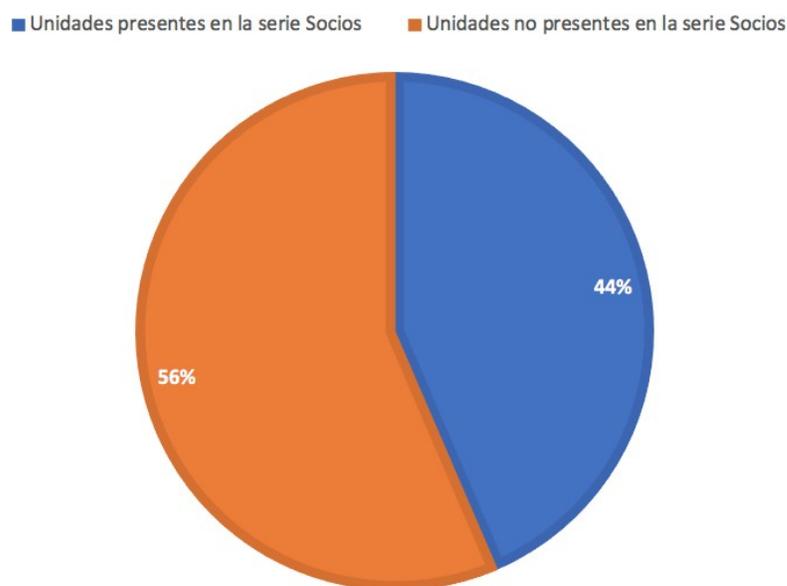


Gráfica 5. Presencia de las unidades léxicas en los diccionarios consultados

En la tercera dimensión, *Análisis de variantes*, se verificó el 53 % de unidades léxicas (1 812) en Corpes XXI, con el fin de determinar el sinónimo o la variante diatópica más pertinente para el objetivo de nuestra investigación. Para el 47 % (1 599) restante no fue necesario porque: i) solo había una unidad léxica en la traducción; ii) no resultaba pertinente buscar una unidad léxica entre sinónimos por los cambios sutiles de significado, y iii) los fenómenos de polisemia hacían innecesaria la búsqueda. Por otra parte, no fue necesario consultar el Corpus del Español de Mark Davies, pues la información encontrada en Corpes XXI fue suficiente para determinar la unidad léxica recomendada.

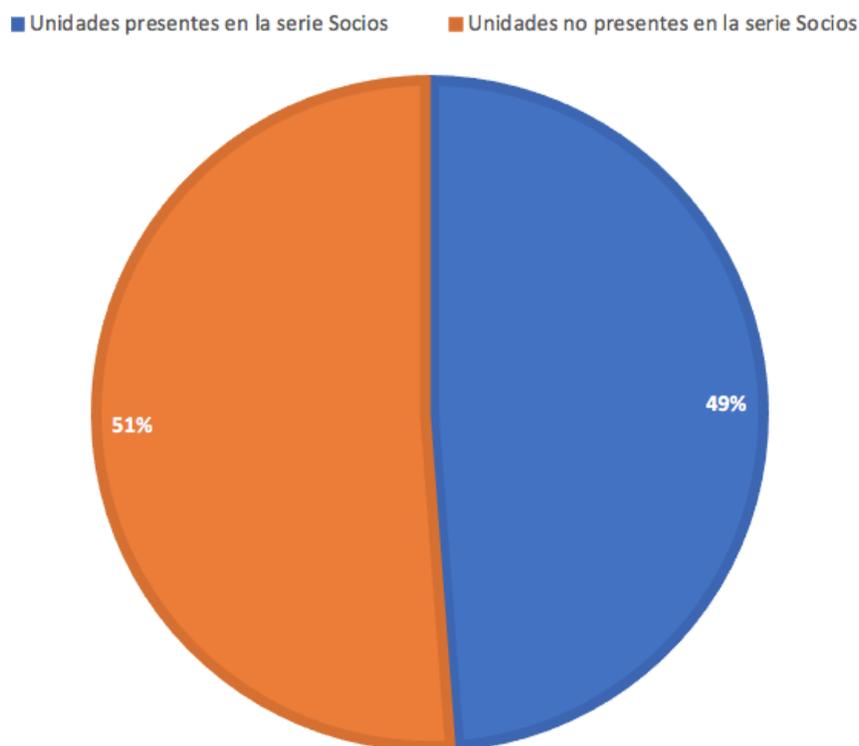
En la cuarta dimensión, *Contraste con manuales de negocios*, los resultados obtenidos demuestran que hay un porcentaje medio (56 %) de coincidencia entre las variantes halladas y el léxico presentado en *Socios 1* y *Socios 2*. De las 3 412 variantes encontradas, 1 486 estaban presentes en los manuales *Socios 1* y *Socios 2*. Estos resultados parecen confirmar los postulados de García Salido y Alonso Ramos (2018) sobre la intuición del hablante nativo y su coincidencia con la frecuencia léxica extraída de corpus; a pesar de que la serie *Socios* no reporta selección léxica objetiva, presenta un porcentaje mayor de lo esperado. En la Gráfica 6

se muestra la relación entre las unidades presentes y no presentes en *Socios 1* y *Socios 2*, con respecto al total de variantes seleccionadas.



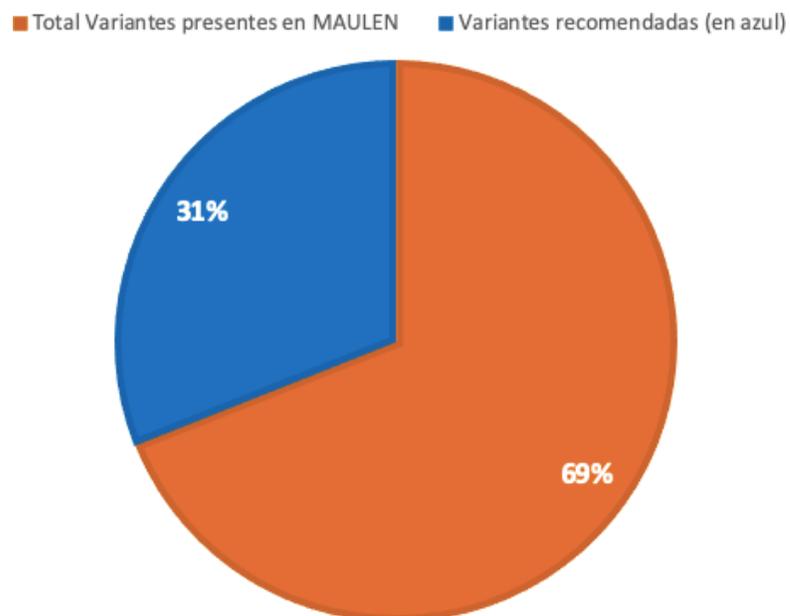
Gráfica 6. Unidades presentes en la serie Socios con respecto a la totalidad de unidades seleccionadas

Ahora bien, de las 1 512 unidades recomendadas, luego de hacer un análisis de frecuencia para delimitar el léxico, encontramos que 738 de las 1 512 unidades recomendadas (ver Anexo 5 [unidades en azul]) se encuentran presentes en la serie *Socios*, lo cual demuestra que nuestro estudio, con la utilización de métodos mixtos de investigación permite dar cuenta de una mayor pertinencia en la lengua de especialidad para el español de negocios en Hispanoamérica. En la Gráfica 7 se podrán ver las unidades presentes en *Socios* con respecto a nuestro inventario final de unidades recomendadas.



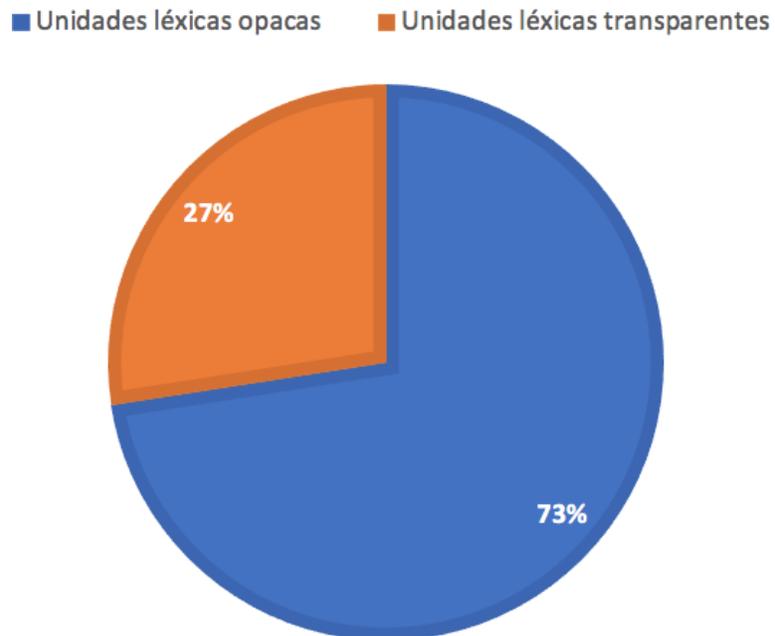
Gráfica 7. Unidades presentes en la serie Socios con respecto a nuestro inventario final

En la quinta dimensión, se consolidaron las unidades léxicas recomendadas para niveles A1, A2 y B1, así como las que por su utilidad en el mundo corporativo podrían ser abordadas en niveles superiores. En total se seleccionaron 1 512 unidades léxicas como variantes recomendadas (ver Anexo 5 [en azul]) y se dejaron 855 para su enseñanza en niveles superiores. Estos resultados muestran que con nuestro análisis se podría reducir un 31 % de carga cognitiva para los estudiantes, gracias a que se delimitó el léxico total hallado, donde se encuentran variantes diatópicas, sinónimos y palabras polisémicas (3 412 unidades), utilizando criterios de selección léxica objetiva, como se muestra en la Gráfica 8.



Gráfica 8. Porcentaje de reducción de variantes gracias a la selección léxica objetiva

En la sexta dimensión se determinó la transparencia léxica; así en MAULEN se reporta un 27 % de unidades transparentes (415 unidades) y 73 % unidades opacas (1 097) de las 1 512 unidades recomendadas (ver Gráfica 9). Siguiendo los postulados de Moreno García (2015), podemos ver que esta delimitación es de gran utilidad para los docentes, quienes podrán determinar la complejidad/dificultad según el nivel, mediante la identificación de la transparencia u opacidad de la unidad léxica, con respecto a la lengua materna de los estudiantes. Asimismo, este aspecto brindará una ayuda significativa tanto a los docentes como a los creadores de materiales, ya que se podrá establecer el nivel de ocurrencia de una u otra unidad léxica, como plantea Hidalgo (2017). En la enseñanza del léxico, los aspectos de frecuencia léxica y ocurrencia en los materiales es determinante para garantizar la efectividad del aprendizaje.



Gráfica 9. Porcentaje de unidades según su transparencia u opacidad léxica con respecto al inglés

En suma, podemos ver que cada fuente utilizada brindó elementos significativos para consolidar el inventario léxico. En la Tabla 38 se presentan las cincuenta primeras palabras positivas analizadas.

Tabla 38. Primeras cincuenta palabras positivas analizadas en MAULEN

Anexo 5. Matriz de análisis de unidades léxicas de lengua de negocios (MAULEN)																		
Palabras positivas de inglés de negocios de Nelson (2000)		Palabra presente en Mascull (2010)		Colocaciones, compuestos y combinaciones libres frecuentes		II. Transferencia al español			III. Análisis de variantes		IV. Contraste con manuales de negocios		VI. Transparencia u opacidad léxica en Inglés		Observaciones			
						Traducción(es)	Traducción(es) obtenida(s) de			Fuente(s) consultada(s) para determinar variante(s) recomendada(s)		Unidad léxica presente en Socios 1 o 2				V. Variante recomendada		
							Spanishdict	Collins	Propuesta propia	Corpus XXI	Corpus de Mark Davis	SI	No	Opaca				Transparente
business	X		business	negocio	X	X					X		negocio	X				
			to start a business	montar un negocio					X			X			montar un negocio	X		Unidad léxica tomada del manual Socios 1 o 2.
				empezar un negocio	X				X				X					
				poner un negocio	X				X					X				
				iniciar un negocio	X				X					X				
			card	tarjeta	X	X							X		tarjeta	X		Unidad léxica tomada del manual Socios 1 o 2.
			business card	tarjeta de visita	X	X			X				X		tarjeta de presentación	X		Unidad léxica tomada de Mascull (2010).
				tarjeta de presentación	X				X					X				
				tarjeta de negocios	X				X					X				
			credit card	tarjeta de crédito	X								X		tarjeta de crédito	X		Unidad léxica tomada de Mascull (2010).
			debit card	tarjeta débito	X								X		tarjeta débito	X		Unidad léxica tomada de Mascull (2010).
			card	tarjeta	X	X							X		tarjeta	X		Unidad léxica tomada del manual Socios 1 o 2.
				carnet	X	X			X					X	carnet	X		Unidad léxica tomada del manual Socios 1 o 2.
carne	X	X				X				X								
ficha	X	X										X	ficha	X		Unidad léxica tomada del manual Socios 1 o 2.		

business class	clase preferente	X	X	X			X	primera clase	X	Unidad léxica tomada de Mascull (2010).
	primera clase	X	X	X			X			
business communication	comunicación empresarial	X	X	X			X	comunicación empresarial	X	Unidad léxica tomada de Mascull (2010).
	comunicación comercial	X	X	X			X			
	comunicación con fines comerciales	X	X	X			X			
business district	zona comercial	X	X				X	zona comercial	X	Unidad léxica tomada de Mascull (2010).
business English	español de negocios	X	X	X			X	español de negocios	X	Más que la traducción se hace una trasposición del referente, pues la lengua que se enseña es el español.
	español comercial	X	X	X			X			
business idea	idea de negocio	X	X				X	idea de negocio	X	Unidad léxica tomada de Mascull (2010).
business jet	avión privado	X	X	X			X	avión privado	X	Unidad léxica tomada de Mascull (2010).
	avión corporativo	X	X	X			X			
	avión ejecutivo	X	X	X			X			
	avión de negocios	X	X	X			X			
business park	parque industrial	X	X	X			X	parque industrial	X	Unidad léxica tomada de Mascull (2010).
	parque empresarial	X		X			X			
business section	sección de negocios	X	X				X	sección de negocios	X	Unidad léxica tomada de Mascull (2010).
business show	show de negocios	X	X	X			X	espectáculo comercial	X	Unidad léxica tomada de Mascull (2010).
	espectáculo comercial	X	X	X		X				
	programa de negocios	X	X	X			X			
business situation	situación empresarial	X	X	X			X	situación comercial	X	Unidad léxica tomada de Mascull (2010).
	situación de negocio	X	X	X			X			
	situación comercial	X	X	X			X			
business subjects	temas de negocios	X	X	X			X	asuntos comerciales	X	- Unidad léxica tomada de Mascull (2010). -Se realizó una búsqueda más exhaustiva en la traducción ya que los traductores no aportaban precisión para esta unidad léxica pluriverbal. Se realizó una expansión con base en las traducciones de la palabra 'subject'. Asimismo, en la serie Socios, solo se encuentra la unidad léxica 'asuntos'.
	temas comerciales	X	X	X			X			
	asuntos comerciales	X		X		X				
	asuntos de negocios	X		X		X				
business system	sistema de negocios	X	X	X			X	sistema comercial	X	Unidad léxica tomada de Mascull (2010).
	sistema comercial	X	X	X			X			

product	X		product	producto	X	X				X		producto		X		
			consumer product	producto al consumidor	X				X	X			producto de consumo		X	Unidad léxica tomada de Masculí (2010).
producto de consumo		X				X	X									
sale	X		sale	venta	X	X				X		venta	X			
			for sale	en venta	X	X			X			X	a la venta	X		Unidad léxica tomada de Masculí (2010).
				se vende	X	X			X			X				
				a la venta	X	X			X			X				
			on sale	en oferta	X	X			X			X	en oferta	X		Unidad tomada de diccionarios (Spanishdict o Collins)
en liquidación	X	X				X			X							
management	X		management	gerencia	X	X			X		X	dirección	X			
				dirección	X				X		X					
				gestión	X				X		X					
				administración	X				X		X					
			customer relationship management	gestión de relaciones con clientes	X	X						X	gestión de relaciones con el cliente	X		Unidad tomada de diccionarios (Spanishdict o Collins)
			management training	formación en gestión	X	X			X			X	capacitación en gestión	X		Unidad tomada de diccionarios (Spanishdict o Collins)
capacitación en gestión	X	X				X			X							
formación de la dirección	X	X				X			X							
billion	X		billion	mil millones	X	X				X	mil millones	X				
			billionaire	billonario	X	X			X		X	multimillonario	X			
				multimillonario	X	X			X		X					
contractor		X	contractor	contratista	X	X				X	contratista	X				

manager/administrator	X	manager/administrator	director	X	X		X		X	gerente	X		Se combina la unidad léxica 'manager' y 'administrator' por amojar traducciones similares	
			gerente	X	X		X		X					
			encargado	X	X		X		X					
			representante	X	X		X		X					
			director técnico	X	X		X		X					
			administrador	X	X		X		X					
		production manager	director de producción	X	X		X		X	director de producción	X		Unidad léxica tomada de Masoull (2010).	
			encargado de producción	X	X		X		X					
			jefe de producción	X	X		X		X					
		marketing manager	director de marketing	X	X		X		X	gerente de marketing	X		Unidad léxica tomada de Masoull (2010).	
			jefe de marketing	X	X		X		X					
			gerente de marketing	X	X		X		X					
		product manager	gerente de producto	X	X				X	gerente de producto	X		Unidad tomada de diccionarios (Spanishdict o Collins).	
		information systems manager	gerente de sistemas de información	X					X	gerente de sistemas de información	X		Unidad léxica tomada de Masoull (2010).	
		seller	X	seller	vendedor	X	X		X		X	vendedor	X	
comerciante	X				X		X		X					
investment	X	investment	inversión	X	X				X	inversión	X			
internet	X	internet	internet	X	X				X	internet		X		
			internet access	acceso a internet	X	X				X	acceso a internet		X	Unidad tomada de diccionarios (Spanishdict o Collins).
			mobile internet	internet móvil	X						internet móvil	X		Unidad léxica tomada de Masoull (2010).
			internet connection	conexión a internet	X	X				X	conexión a internet		X	Unidad tomada de diccionarios (Spanishdict o Collins).
			internet shopping	compras por internet	X					X	compras por internet	X		Unidad léxica tomada de Masoull (2010).
performance	X	performance	rendimiento	X	X		X		X	desempeño	X			
			desempeño	X	X		X		X					
			comportamiento	X	X				X	comportamiento	X			
			funcionamiento	X	X				X	funcionamiento	X			

year	X		year	año	X	X				X	año	X			
			five year	de cinco años	X	X				X	de cinco años	X		Unidad léxica tomada de Mascul (2010).	
			half year	medio año	X	X				X	medio año	X		Unidad tomada de diccionarios (Spanishdicto Collins)	
million	X		million	millón	X	X				X	millón		X		
			millionaire	millonario	X	X				X	millonario		X		
buyer	X		buyer	comprador (cliente)	X	X				X	comprador (cliente)	X			
				encargado de compras (profesión)	X	X				X	encargado de compras (profesión)	X			
industry	X			industry	industria	X	X			X	industria		X		
				industrial	industrial	X	X				X	industrial		X	
supplier	X		supplier	proveedor	X	X		X	X		proveedor	X			
				abastecedor	X	X		X		X					
technology	X			technology	tecnología	X	X			X	tecnología		X		
				information technology	informática	X	X		X	X			informática	X	
			tecnología de la información		X			X		X					
distributor		X	distributor	distribuidor	X	X				X	distribuidor		X		
delivery	X		delivery	entrega	X	X		X	X		entrega	X			
				reparto	X	X		X		X					
			deliver late	entrega tardía				X			X	entrega tardía	X		Unidad léxica tomada de Mascul (2010).
agreement	X		agreement	acuerdo	X	X				X	acuerdo	X			
				consentimiento	X	X				X		consentimiento	X		
				contrato	X	X				X		contrato	X		
				convenio	X	X				X		convenio	X		
growth	X		growth	crecimiento	X	X		X	X		crecimiento	X		En primera instancia, se recomienda la palabra crecimiento por su gran frecuencia en el Corpus XXI, además la traducción de desarrollo está asociada a la unidad léxica development.	
				desarrollo	X	X		X	X						
				aumento	X	X				X		aumento	X		

director	X	director	director	X	X		X		X	director	X		
			administrador	X	X		X		X				
			director general			X	X		X				
			directivo	X	X		X		X				
		sales director	director de ventas	X	X		X		X	director comercial	X		Unidad léxica tomada del manual Socioe 1 o 2.
			gerente de ventas	X	X		X		X				
			director comercial			X	X		X				
		research and development director	director de investigación y desarrollo	X					X	director de investigación y desarrollo	X		Unidad léxica tomada de Mascul (2010).
		production director	director de producción	X					X	director de producción		X	Unidad léxica tomada de Mascul (2010).
		director of communications	director de comunicación	X					X	director de comunicación		X	Unidad tomada de diccionarios (Spanishdict o Collins)
financial director	director financiero	X					X	director financiero	X		Unidad tomada de diccionarios (Spanishdict o Collins)		
information	X	información	información	X	X			X	información		X		
		check information	comprobar información	X			X		X	comprobar información	X		Unidad léxica tomada de Mascul (2010).
			cotejar la información	X			X		X	cotejar la información			
			consultar la información	X			X		X	consultar la información			
		give information	dar información	X			X		X	dar información	X		Unidad léxica tomada de Mascul (2010).
			ofrecer información			X	X		X	ofrecer información			Unidad léxica tomada de Mascul (2010).
			brindar información			X	X		X	brindar información			Unidad léxica tomada de Mascul (2010).
		ask for information	solicitar información	X			X		X	solicitar información	X		Unidad léxica tomada de Mascul (2010).
			pedir información			X	X		X	pedir información			Unidad léxica tomada de Mascul (2010).
		get the information	obtener información	X			X		X	obtener información	X		Unidad léxica tomada de Mascul (2010).
			conseguir información	X			X		X	conseguir información	X		Unidad léxica tomada de Mascul (2010).
			sacar información	X			X		X	sacar información	X		Unidad léxica tomada de Mascul (2010).
		confirm information	confirmar información	X			X		X	confirmar información		X	Unidad léxica tomada de Mascul (2010).
receive information	recibir información	X			X		X	recibir información	X		Unidad léxica tomada de Mascul (2010).		
show information	mostrar información	X			X		X	mostrar información	X		Unidad léxica tomada de Mascul (2010).		
send information	enviar información	X			X		X	enviar información	X				

			factual information	información objetiva	X			X			información objetiva	X		Unidad léxica tomada de Masouli (2010).		
				información basada en hechos	X			X		X						
			piece of information	dato	X					X		X				
property	X	property	propiedad		X	X				X			X			
			inmueble		X	X					X		X			
			terreno		X	X					X		X			
		intellectual property	propiedad intelectual		X	X					X			X	Unidad léxica tomada de Masouli (2010).	
shareholder		X	shareholder	accionista		X	X			X		X				
investor	X	investor	inversor		X	X			X		X		X			
			inversionista		X				X			X				
employee	X		employee	empleado		X	X			X		X				
PC	X	PC	computadora personal		X	X			X				X	Se agrega la unidad léxica 'portátil' por la referencia de la unidad léxica, 'computador personal'.		
			(computadora) portátil		X	X			X		X		X			
			computador		X	X			X				X			
			computadora					X	X						X	
			ordenador		X	X			X			X				
payment	X	payment	pago		X	X				X		X				
			abono		X	X						X		X		
			remuneración		X	X					X		X			
			plazo			X					X		X			
		pension payment	pago de pensión		X							X		X	Unidad tomada de diccionarios (Spanishdict o Collins)	
		make payments	realizar pagos		X					X		X				Unidad léxica tomada de Masouli (2010).
			pagar		X					X		X		X		
			efectuar pagos		X					X			X			
		cash payment	pago al contado		X	X				X		X		X		Unidad tomada de diccionarios (Spanishdict o Collins)
pago en efectivo			X					X			X					

office	X	office	oficina	X	X		X		oficina		X		
			despacho	X	X		X						
			consultorio	X	X			X		consultorio	X		
		head office	oficina central	X	X		X		X	sede	X		Unidad léxica tomada de Masouli (2010).
			sede	X			X		X				
			central	X			X		X				
			sede central	X			X		X				
		office worker	oficinista		X		X		X	oficinista	X		- Colocaciones ubicadas en esta sección ya que no existe la unidad léxica 'worker' ni 'building' en este inventario. -Unidad léxica tomada de Masouli (2010).
			empleado administrativo	X			X		X				
			empleado de oficina	X			X		X				
		office building/office block	funcionario (público)		X				X	funcionario (público)	X		
			bloque de oficinas		X		X		X	edificio de oficinas	X		Unidad léxica tomada de Masouli (2010).
		edificio de oficinas	X			X		X					
		office supplies	artículos de oficina	X			X		X	artículos de oficina	X		Unidad léxica tomada de Masouli (2010).
material de oficina	X		X		X		X						
system	X	system	sistema	X	X			X	sistema		X		
			business system	sistema de negocios	X				X	sistema de negocios	X		Unidad léxica tomada de Masouli (2010).
		computer systems	sistemas informáticos	X			X		X	sistemas informáticos	X		Unidad tomada de diccionarios (Spanishdict o Collins)
			sistemas de ordenadores	X			X		X				
expense/expenditure	X	expense/expenditure	gasto	X	X			X	gasto	X		Se combina la unidad léxica 'expenditures' y 'expenses' por arrojar traducciones similares	
			costo	X	X		X		X	costo	X		
			coste	X	X		X		X				
		representation expenses	gastos de representación	X	X			X	gastos de representación	X		Unidad léxica tomada del manual Socia 1 o 2.	
		processing cost/ handling charges	gastos de tramitación	X	X			X	gastos de tramitación	X		Unidad léxica tomada del manual Socia 1 o 2.	
strategy	X	strategy	estrategia	X	X			estrategia	X				
data	X	data	datos	X	X			X	datos	X			
			información	X	X			X	información		X		
		access data	datos de acceso	X				X	datos de acceso	X		Unidad léxica tomada de Masouli (2010).	

sector		X	sector	sector	X	X				X		sector		X		
allies		X	allies	aliado	X	X					X	aliado	X			
premises		X	premises	instalaciones	X				X	X		instalaciones	X		Aunque 'local' y 'edificio' presentan mayor frecuencia en el Copes XXI, se pudo evidenciar que se da, en el primer caso, por ser adjetivo, y en el segundo, por relacionarse con vivienda y no como lugar comercial, como se expresa en el BEC de Nelson (2000).	
				establecimiento	X	X			X	X						
				local	X	X			X	X						
				edificio	X	X			X		X					
web	X		web	web	X	X			X	X		web		X		
				red	X	X			X	X						
			webcam	webcam	X	X			X		X		webcam		X	
				cámara web	X				X	X						
analyst		X	analyst	analista	X	X					X	analista		X		
earnings		X	earnings	ingresos	X	X			X	X		ingresos	X			
				ganancias	X	X			X		X					
				utilidades	X	X			X		X					
				beneficios	X	X					X		beneficios	X		
				salario	X	X					X		salario	X		
transmission		X	transmission	transmisión	X	X			X		transmisión		X			
				emisión	X	X			X						X	
economy		X	economy	economía	X	X				X		economía		X		
				ahorro	X	X					X		ahorro	X		
revenue		X	revenue	ingreso	X	X				X		ingreso	X			
				rentas	X	X					X		rentas	X		
				réditos	X	X					X		réditos	X		
				rentas públicas	X	X					X		rentas públicas	X		

equipment	X		equipment	equipo	X	X		X		X		equipo	X		
				equipamiento	X	X		X		X					
			industrial equipment	equipos industriales	X					X				equipos industriales	
consumer	X		consumer	consumidor	X	X				X		consumidor		X	
software		X	software	software	X	X				X		software		X	
currency	X		currency	moneda	X	X		X		X		moneda	X		
				divisa	X	X		X			X				
material	X		material	material	X	X				X		material		X	
			raw material	materia prima	X						X		materia prima	X	

Finalmente, debemos destacar que, con el tratamiento de las unidades léxicas desarrollado en MAULEN, pudimos tener un panorama amplio de las posibilidades de léxico de lengua de especialidad (ver Anexo 5).

En la última fase de nuestra investigación, la fase III, se consolidó el inventario partiendo de las matrices MAVENE y MAULEN. En la matriz MAVENE, se presentaron las unidades léxicas producto de la delimitación por el juicio de expertos y se obtuvo la referencia de unidades en español de lengua de especialidad, que se consideran *Esenciales* para el español de negocios. Por su parte en la matriz MAULEN, las unidades léxicas corresponden a aquellas palabras más frecuentes, propias de la lengua de negocios y su combinatoria léxica. Presentamos los resultados consolidados, donde se pueden apreciar las unidades léxicas recomendadas, por nociones específicas en el Anexo 6 (Inventario final de MAVENE y por palabras positivas y su combinatoria léxica en el Anexo 7 (Inventario final de MAULEN).

En el Inventario final de MAVENE se ofrece la delimitación por nociones específicas, lo que permitirá a los docentes tener una perspectiva de los componentes nocionales de los Niveles de referencia para el español de negocios en América para los niveles A1, A2 y B1.

En el Inventario final de MAULEN, la inclusión de varias fuentes nos permitió seleccionar léxico pertinente para estudiantes anglófonos, o cuya lengua vehicular sea el inglés, en los niveles A1, A2 y B1, gracias a la consideración de la lengua materna del público meta (el inglés). Consideramos que tener la información de transparencia u opacidad les brinda a los docentes, y creadores de materiales, información significativa para tomar decisiones en términos de coocurrencia léxica, además del aprendizaje incidental y explícito. Por esta razón, en el inventario consolidado de MAULEN (ver Anexo 7), se registra la transparencia u opacidad de cada una de las unidades léxicas recomendadas (tanto univerbales como pluriverbales). Este proceso no se realizó en MAVENE debido a que la mayoría de las unidades fueron cobijadas por MAULEN.

Resaltamos que se optó por el análisis del *Vocabulario fundamental* de Santos Palmou (2017) con el fin de obtener una validez desde la lengua española y que el estudio no solo partiera de los hallazgos en lengua inglesa. Además, la indagación sobre las nociones específicas pertinentes para el español de negocios, la incorporación de este inventario permitió delimitar de manera más precisa las categorías que se requerirían para abordar la lengua de especialidad.

Si bien se podría argüir que, al tratarse de niveles básicos, los estudiantes no tendrían que conocer la lengua de especialidad propiamente (ni su combinatoria léxica), sino acercarse someramente a la lengua de especialidad y tratar a profundidad el español general, vemos que luego de los niveles A1, A2 y B1, el estudiante no podría llegar a ser un usuario independiente en situaciones que le son próximas (su campo de trabajo), como se plantea en el MCERL. Con nuestro aporte se pretende favorecer la competencia léxica de los estudiantes y su apropiado desempeño lingüístico para el nivel B1.

Teniendo en cuenta las competencias planteadas por el MCERL para nivel B1 y los postulados de Martín Peris y Sabater (2011) para el español de negocios, un estudiante de este nivel debería tener la capacidad de comunicarse sobre los aspectos generales de su contexto principal: el ámbito corporativo, puesto que la escala global para este nivel plantea que un estudiante:

Es capaz de comprender los puntos principales de textos claros y en lengua estándar si tratan sobre cuestiones que le son conocidas, ya sea en situaciones de trabajo, de estudio o de ocio. [...] Es capaz de producir textos sencillos y coherentes sobre temas que le son familiares o en los que tiene un interés personal. Puede describir experiencias, acontecimientos, deseos y aspiraciones, así como justificar brevemente sus opiniones o explicar sus planes. (Instituto Cervantes, 2001)

Consideramos que con nuestro inventario se les ofrece a los estudiantes el léxico correspondiente a la lengua de especialidad que deberían manejar en nivel B1, les permitiría ser usuarios independientes y podrían desempeñarse adecuadamente en contextos corporativos en América. En el Anexo 8 (Inventario consolidado) ofrecemos las unidades léxicas univerbales y pluriverbales recolectadas, producto de los inventarios finales de MAVENE y MAULEN, que contemplan una delimitación tanto cuantitativa como cualitativa.

En términos cuantitativos, vale la pena señalar que para Santos Palmou (2017) un estudiante de nivel B1 debería tener en su haber entre 3 000 a 4 000 palabras, por lo que resultaría razonable que se incluyeran tanto las unidades léxicas univerbales como las pluriverbales halladas en nuestro estudio: 1 512, ya que representarían el componente de lengua de especialidad para conformar el español para fines específicos planteado por Martín Peris y Sabater (2011). En términos cualitativos, hicimos una delimitación que tuvo en cuenta los aspectos culturales de América, su realidad social, política y económica, con el fin de que el aprendizaje léxico favorezca la competencia sociocultural que deberían desarrollar los estudiantes para desempeñarse de manera adecuada en Hispanoamérica.

Asimismo, se hizo una limpieza del inventario para eliminar las palabras repetidas y unificar el formato. Dado que en Santos Palmou (2017) aparecían los plurales de las unidades, fue necesario eliminarlos en los casos en los que su significado no cambia. Consideramos que su enseñanza debería darse en términos morfológicos, y estar enmarcada en la formación de palabras; por ejemplo, vemos el caso de ‘altavoz’ y ‘altavoces’. Ahora bien, identificamos algunos casos en los que el plural denotaba una acepción diferente como en ‘‘instalación’ e ‘instalaciones’, en el primer caso puede hacer referencia a la instalación de un programa, mientras que el segundo designa un lugar; lo mismo ocurre en ‘acción’ y ‘acciones’, la primera puede estar asociada a la actuación, mientras que en la segunda se habla de la bolsa. Cuando se presentó esta situación decidimos mantener ambas unidades léxicas. En la Tabla 39 presentamos la letra A del Inventario consolidado.

Tabla 39. Inventario consolidado, letra A

Letra A
a diario
a fondo
a la espera de a
la venta
abarrotar
abastecer a
abogado
absentismo laboral
acceso
acceso a internet
acción
acciones
accionista
acelerar
aceptación
acero
aconsejar
acreedor
actividad
activo actor
actual
actualización
actualizar
actualmente
acuerdo
acumulación
acusación
adaptar al gusto del cliente
adelantado

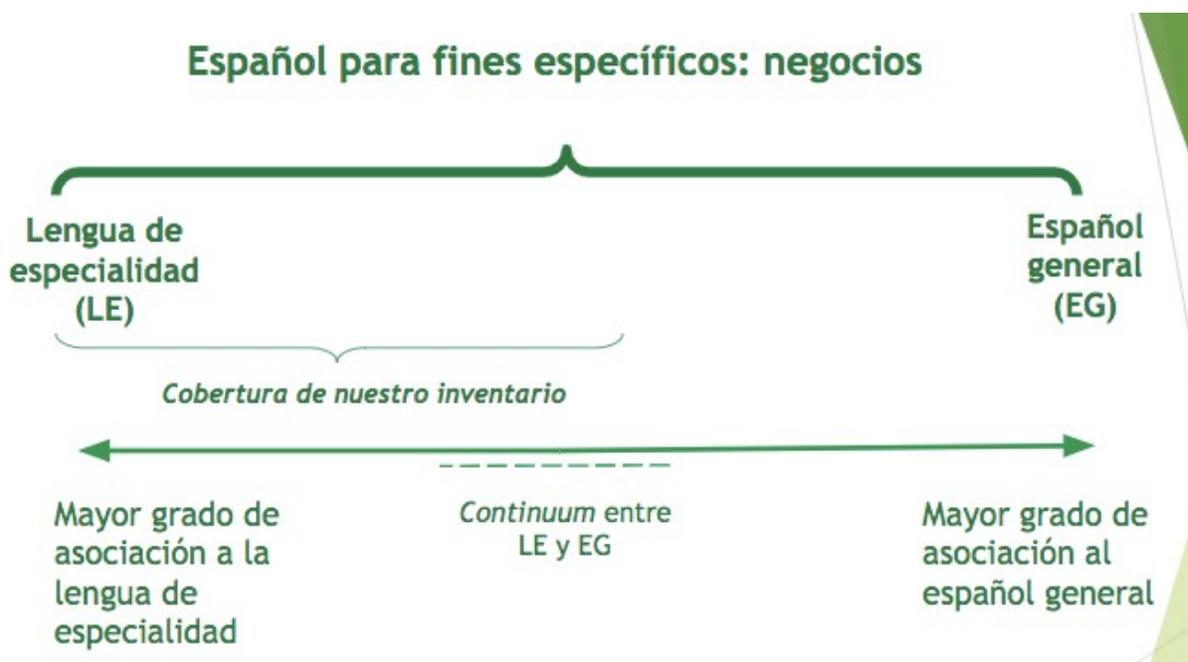
adelante
adeudado
adición
adicional
adicionalmente
adjuntar
adjuntar en correspondencia
administración
administración de empresas
administrador
administrativo
adquirir
adquirir experiencia
adquirir un hábito
adquisición
aerolínea
aficionado
afiliado
afiliar
afiliarse
agencia
agencia de viajes
agenda de trabajo
agente
agente comercial
agresivo
agricultor
agricultura
ahorro
ajustar
al principio
albañil
alcalde

alcaldía
alcance
alegar
alegato
alemán/a
aliado
alimentos
almacén de cadena
alquilar
altavoz
alto
altos costos
alumno de prácticas
ama/o de casa amable
ambiente
americano/a
amigo
amortización
amplio
analista
analítico
anarquía
andamiaje
Android
anexo
anfitrión
animales
antena
anterior
antes de impuestos
antimonopolio
anual

anunciar
anuncio publicitario
año
año fiscal
apalancamiento
apalancar
apellido aplicable
aplicaciones
apoyar
Apple
aprobación
aprobar
apropiado
arado
arbitraje
árbitro
archivo
archivo de documentos
argentino/a arquitecto/a
artículo
artículo de importación
artículos de papelería
artista
ascenso
asegurador
asegurar
asesor
asesor empresarial
asesoramiento de gestión
asignar
asistencia de viaje

asistente
asistente de vuelo
asistente personal
asistente profesional
asociación
asuntos comerciales
atención
atención médica
atentamente
auditoría
aumentar
aumentar el valor de
aumento
aumento de sueldo
automatizar
automotriz
automóvil autónomo
autor
autorización
autorizar
autorizar la comercialización de
avalúo
aventura avión
privado
aviónica
ayudante

Como podemos ver en la Tabla 39, en el inventario consolidado se ofrecen unidades léxicas que dan cuenta de la lengua de especialidad, aunque también se hacen acercamientos al español general, lo cual valida la existencia del *continuum* desde la lengua de especialidad al español general. Este fenómeno lo podemos apreciar con las unidades léxicas ‘amigo’, ‘animales’, ‘ama-o de casa’, la primera surgió por la noción específica *Comunicarse por teléfono*, la segunda por la noción *Sectores de producción (primario y secundario)* y la tercera por la noción *Profesiones y oficios*. En ese sentido, vemos la importancia de que la delimitación no sea estricta, pues para lograr un español para fines específicos, en los términos que se plantean en Martín Peris y Sabater (2011), es necesario tener apertura para el español general. Nuestro planteamiento se refleja en la Figura 17.



Así, más que compartimentar una lengua, proponemos una línea que conecta las unidades léxicas. En un costado se encuentran aquellas que mayor asociación presentan a la especialidad, y en el otro costado las que tienen mayor grado de asociación al español general, en la mitad se encuentran aquellas unidades léxicas que pueden asociarse a ambas.

Con respecto a las unidades pluriverbales, uno de los resultados más llamativos fue que encontramos más unidades pluriverbales en la serie *Socios* que en la obra de Mascull (2010), dado que la segunda fue elaborada a partir de corpus lingüísticos como se menciona en su presentación:

Con vocabulario extraído del Cambridge Business English Corpus, una colección de inglés real compilada a partir de fuentes auténticas que incluyen revistas de negocios, revistas profesionales y libros educativos, los alumnos pueden estar seguros de que el idioma que están aprendiendo está actualizado, es relevante y natural. (Cambridge University Press, *Vocabulary in Use*, 2020)

Este hecho pudo deberse a varias posibilidades. Una de las principales sería que solo se incorporaron las unidades léxicas asociadas a las palabras positivas de Nelson (2000), pues el objetivo de nuestra investigación es la selección de unidades léxicas asociadas a la lengua de especialidad, más que al español general. Así unidades como *do paperwork*, *boarding announcement*, *board a flight*, *thank you for listening*, *that's interesting*, *I'd prefer to stay here* no presentan coincidencia con ninguna de las palabras positivas seleccionadas.

En otras ocasiones no se incluyeron las unidades pluriverbales porque los mecanismos gramaticales del español son diferentes. Es el caso de, por ejemplo, *work for*. No hubiera sido posible su inclusión en nuestro inventario puesto que tanto las preposiciones ‘por’ como ‘para’ son posibles: “trabajo para la empresa X” o “trabajo (duro) por este proyecto”; así que consideramos que se requiere un abordaje más gramatical que léxico para su tratamiento.

Asimismo, puede que haya unidades léxicas pluriverbales que no hayamos incluido, no porque no las consideramos pertinentes, sino porque su frecuencia era muy baja. Dado que utilizamos la herramienta lexicométrica Anatext ©, y todo el análisis estuvo basado en la coocurrencia léxica y la mayor frecuencia, es posible que no se hayan incluido formas con niveles de frecuencia muy bajos. Este punto nos lleva a recalcar, al igual que Hidalgo (2017), que la ocurrencia léxica en el material debe ser fundamental. La oportunidad de analizar las unidades en varias situaciones les permitirá a los estudiantes tener una mayor y mejor integración del léxico.

En la Tabla 40 se presentan cincuenta unidades léxicas pluriverbales de muestra:

Tabla 40. Muestra de unidades pluriverbales del inventario consolidado

Unidades pluriverbales

a diario
a fondo
a la espera de a
la venta
abastecer a
absentismo laboral
acceso a internet
adaptar al gusto del cliente
adjuntar en correspondencia
administración de empresas
adquirir un hábito
agencia de viajes
agenda de trabajo
agente comercial al
principio
alumno de prácticas
ama/o de casa antes
de impuestos anuncio
publicitario
archivo de documentos
artículo de importación
artículos de papelería
asesor empresarial
asistencia de viaje
asistente de vuelo
asistente personal
asistente profesional
asuntos comerciales
atención médica

aumentar el valor de
aumento de sueldo
autorizar la comercialización de
avión privado
baja por enfermedad
bajar de categoría bajo
precio
base de datos
brindar la oportunidad
buen estado de salud
cadena de producción
caja de ahorros
caja fuerte
caja registradora
cajero automático
cajón de embalaje
calcular el costo de
cámara de comercio
cambiar opiniones sobre
cambio de moneda campo
de acción canjear por un
valor capacidad de carga
capacitación en gestión
carnet de estudiante cartel
publicitario cartera de
acciones catalogar como
cédula de identidad
celebrar un contrato
clase alta
clase baja

clase media
clase social
código cuenta cliente
código postal colocar
en estantes
comerciante minorista
comerciar con comercio
justo comercio
minorista comité
ejecutivo como de
costumbre como era de
esperar
compañero de apartamento
compañero de la universidad
compañero de trabajo
compañero de viaje compañía
de seguros compañía fiduciaria
competir con
comprador cliente
comprobante de compra
comprobar información
computadora portátil común
y corriente comunicación
empresarial conceder una
licencia condiciones
laborales conexión a internet
confiar en
confirmar información
constituir un desafío para
consultor de gestión

contacto (persona)
contar noticias
continuar con
contra todo riesgo
contraer enfermedad o infección

Finalmente, debemos mencionar que el desarrollo de esta investigación, en especial el registro de la información de los instrumentos, fue una experiencia significativa para la investigadora y su práctica pedagógica, pues analizar con detenimiento cada fenómeno de variantes diatópicas, sinonimia, antonimia y polisemia le brindó mayor consciencia de la necesidad de tener un equilibrio entre la realidad léxica y las limitaciones en términos de memoria humana, por lo que la selección léxica objetiva desempeña un rol indudablemente importante.

10. Conclusiones y recomendaciones

En este apartado presentaremos las implicaciones de los hallazgos y las conclusiones más relevantes en el desarrollo de esta investigación. En primer lugar, es necesario comentar que nuestra orientación a la selección léxica estuvo encaminada por la necesidad de delimitar las unidades léxicas relevantes para su enseñanza. En el ejercicio docente, con frecuencia debemos determinar la unidad léxica más pertinente para la enseñanza en medio de fenómenos como las variaciones diatópicas, la sinonimia y la polisemia, aun más cuando la mayoría de los materiales didácticos disponibles no reflejan las variedades americanas.

Dada la inexistencia de corpus de español de negocios y las complejidades que su creación acarrea, en este estudio se decidió contemplar fuentes de diverso orden con el fin de seleccionar el léxico pertinente para estudiantes anglófonos, o cuya lengua vehicular sea el inglés, de niveles A1, A2 y B1, como un acercamiento factible al léxico de lengua de especialidad, que brinda a los docentes y creadores de materiales un inventario en el que se tienen en cuenta las relaciones léxicas (sinonimia, antonimia y polisemia), los factores de aprendizaje (transparencia u opacidad con el inglés), así como la importancia de las unidades pluriverbales para un abordaje integral del léxico.

La posibilidad de validar nuestro inventario mediante un juicio de expertos, inventarios previos que contemplaron la disponibilidad y frecuencia léxica (Santos Palmou, 2017), las delimitaciones léxicas de las palabras más importantes y frecuentes para la lengua de negocios (Nelson, 2000), junto con su combinatoria léxica (Mascull, 2010), así como con material publicado para la enseñanza (Serie *Socios* y Mascull, 2010), hacen que el contenido consolidado en el inventario se fundamente en una triangulación de diferentes fuentes y perspectivas. Ello permite tener un panorama claro y concreto del léxico de especialidad de español de negocios para su enseñanza al público meta.

En ese sentido, consideramos que haber emprendido la ardua tarea de analizar una a una las 3 412 unidades léxicas recolectadas valió la pena, pues tenemos la confianza de que este estudio será de gran ayuda para los docentes y creadores de materiales que quieran hacer un trabajo riguroso y sistemático en la enseñanza de la lengua de especialidad del español de negocios.

Aunque con esta investigación confirmamos que la intuición del hablante nativo coincide en cierta medida con la frecuencia léxica hallada en corpus, consideramos que la selección léxica objetiva desempeña un papel fundamental en la preparación curricular. Tanto en los fenómenos de variantes diatópicas como de sinonimia es, sin lugar a dudas, necesario contemplarla.

En más de una ocasión tuvimos sorpresas en el desarrollo de los instrumentos de análisis, especialmente cuando se buscaba encontrar la variante diatópica o palabra sinónima más frecuente, que además cumpliera con los factores de facilidad para el aprendizaje. Inicialmente le apostábamos a que una variante iba a ser la recomendada, pero luego de la verificación en los corpus llegábamos a otro resultado. Esto, por su puesto, debido a varios factores como la variedad del hablante nativo, la poca certeza que algunas unidades léxicas generan, las limitaciones que se hallan por la cantidad de variantes, entre otros.

En esa misma línea, pudimos comprobar que partir de unidades léxicas univerbales resulta útil, debido a que hallamos grandes coincidencias del léxico en las diferentes fuentes utilizadas, lo cual validó la importancia de las unidades léxicas seleccionadas. Aunque dudáramos en mantener las unidades léxicas que no coincidían en todas las fuentes, los resultados nos permitieron confirmar que la triangulación de fuentes e instrumentos ofrece una perspectiva holística y complementaria.

Un resultado inesperado de nuestra investigación fue la existencia de un *continuum* que va desde la lengua de especialidad hasta el español general, pues aunque nuestro estudio solamente se enfocaba en la lengua de especialidad, hallamos unidades que se podrían considerar parte del español general. Este resultado ratifica los postulados de Nelson (2000) y Gómez de Enterría (2001) sobre los rasgos que comparten la lengua de especialidad y el español de negocios, pero pone en cuestión si en realidad se podría separar una de la otra. Aunque se plantee una lengua de especialidad, esta siempre está permeada por unidades que también aparecen en la lengua general, así que más que dividir las tajantemente, sería necesario concebir un eje horizontal en cuyo centro existe un *continuum* difícil (y poco productivo) de dividir y en cada extremo se hallan unidades léxicas con un grado más alto de lengua de especialidad o general.

Con esta investigación se pretendió avanzar en el campo asociado a la lengua de especialidad, nos acercamos al *continuum* en el que se encuentran unidades léxicas que podrían ser consideradas de ambos campos (lengua de especialidad y español general), así que alentamos a

futuras investigaciones a continuar con el análisis del español general, ya que de esta manera sería posible consolidar la lengua para fines específicos que se requiere enseñar a aquellos estudiantes que quieran aprender la lengua española para su desempeño profesional en el ámbito corporativo.

Con respecto al desarrollo metodológico del estudio, haber comenzado por las unidades léxicas univocales más frecuentes e importantes para la lengua de negocios, a través del inventario de Nelson (2000), nos permitió ahondar en unidades pluriverbales que requieren un trabajo léxico diferenciado. Como los autores que abordan el enfoque léxico plantean (Lewis, 1993; Higuera 2006; Penadés, 1999; Moreno García, 2015, entre otros), para la enseñanza del léxico es indispensable la inclusión de bloques léxicos, porque estos les permitirán a los estudiantes ganar fluidez, precisión lingüística (teniendo en cuenta que los bloques vienen con la gramática correcta por defecto) y, sobre todo, la posibilidad de recuperar con mayor facilidad las palabras.

A este respecto, en nuestro inventario se hizo una selección meticulosa para lograr la inclusión de la mayor cantidad de unidades léxicas pluriverbales que tuvieran un alto índice de frecuencia léxica. Aunque inicialmente teníamos una fuente para la selección de unidades pluriverbales (Mascull 2010), en el desarrollo del estudio notamos que las unidades pluriverbales ofrecidas tanto en la serie *Socios* como en los diccionarios Collins y Spanishdict eran de gran utilidad. Así que, en el camino, se fueron tomando decisiones para sacar el mayor provecho de las fuentes utilizadas, todo en pro de construir un inventario sólido que realmente responda tanto a las necesidades de los estudiantes como de los agentes educativos.

Continuando con las unidades pluriverbales, consideramos un acierto no haber delimitado la selección a una clasificación léxica y haber contemplado varias de ellas (colocaciones, locuciones, compuestos, construcciones con verbo soporte y combinaciones libres frecuentes), debido a que se hubiera restringido el estudio de manera significativa y no se habría logrado un inventario robusto en la diversidad de unidades pluriverbales. Pensamos que aunque no exista consenso en la delimitación entre una y otra clasificación en términos lingüísticos, lo más importante para el campo de ELE es que se logre un abordaje sistemático e integral del léxico que parta desde su selección, pase por la adecuación a contextos realistas, considere de manera rigurosa la ocurrencia léxica en el material, tome decisiones con base en la lengua materna del estudiante y desarrolle estrategias didácticas para que el estudiante adquiera el léxico de manera eficaz y fortalezca cada vez más su competencia léxico-semántica.

Frente al diccionario Spanishdict, reconocimos la utilidad que brinda para la exploración de variantes diatópicas, aspecto que a simple vista no pareciera evidente, ya que siempre se suelen utilizar los diccionarios bilingües para exploraciones interlinguales y no intralinguales. Al no contar con una herramienta de fácil acceso y que nos ofreciera la mayor cantidad de variantes para su posterior análisis, acudimos a la estrategia de traducción al inglés y luego al español, lo cual nos facilitó, sin duda, el desarrollo de ambas matrices: MAVENE y MAULEN. Esta herramienta podría representar una ayuda significativa en estudios posteriores sobre variedades diatópicas, puesto que constatamos la amplia variedad que ofrece tanto en español como en inglés.

En relación con los aspectos operacionales, resaltamos la gran utilidad de usar los glosarios de los manuales, porque nos brindaron fuentes de contenido organizado de fácil búsqueda y con la posibilidad de corroborar el léxico que los autores querían resaltar de su obra. Aunque vale la pena destacar que también resulta provechoso utilizar como herramienta complementaria programas lexicográficos para hacer un estudio más profundo del material, tal como lo hicimos con Mascull (2010), al hacer un análisis de combinatoria léxica con la herramienta Anatext ©. A los investigadores interesados en el análisis léxico, les recomendamos asegurarse de utilizar herramientas lexicográficas y estadísticas, para hacer que el proceso sea más eficiente y el tiempo de la investigación se concentre en los aspectos que merecen la pena, como puede ser el análisis cualitativo, que suele tomar más tiempo.

Un resultado que nos llamó la atención sobre la combinatoria léxica fue que, aunque la Serie *Socios* no registra una selección léxica objetiva, tiene una cantidad significativa de unidades pluriverbales de lengua de especialidad, que le permitiría tener un reconocimiento similar al manual producto de corpus de lengua de especialidad (Mascull, 2010). No obstante, en el ejercicio de búsqueda detectamos que algunas unidades léxicas no serían útiles en la enseñanza de español para fines específicos; lo cual nos hace pensar que si se combinara la intuición del hablante nativo con la selección léxica a partir de corpus, se podría delimitar el léxico de manera aun más precisa.

No está de más manifestar que por esta razón se decidió incorporar los métodos mixtos de investigación a nuestro estudio. Al evidenciar las bondades de la disponibilidad y la frecuencia léxica, pero también de lo asombroso que resulta la coincidencia de la intuición del hablante nativo, nos dimos cuenta de que no valdría la pena apostarle a una u otra perspectiva, anulando la otra, sino que era posible reconciliar estas dos posturas y lograr una visión más realista y

balanceada que dé cuenta de una realidad flagrante: aunque la lengua se pueda analizar en términos cuantitativos, corresponde a una realidad social y cultural en la que media la interacción humana. Por ello, se vuelve más beneficioso acercarse a los fenómenos lingüísticos desde los métodos mixtos de investigación.

Por esta razón, recomendamos incorporar los métodos mixtos de investigación en la metodología de futuras investigaciones, ya que proporcionan, en palabras de Creswell y Plano (2011), no solo la sumatoria de dos perspectivas, sino una tercera vía que permite analizar de manera integral los fenómenos. Sentimos que luego de analizar todas las unidades léxicas se logró ese resultado, pues en cada una de ellas los aspectos cualitativos y cuantitativos arrojaban argumentos para su selección, así que se conformó una tercera vía, con la cual finalmente se pudo realizar la delimitación léxica.

Referente a los aspectos técnicos, destacamos la utilización de los programas SPSS y Microsoft Excel, ya que el análisis del juicio de expertos pudo hacerse de manera óptima usando el primero; con el segundo se hicieron validaciones de contenido (mediante filtros avanzados y fórmulas para darle tratamiento a los datos), así como la consolidación de los inventarios.

Con respecto a los inventarios finales, la validación de las variantes diatópicas correspondientes a América, en la propuesta de Santos Palmou (2017), que incluía estudios de disponibilidad y frecuencia léxicas, aunque no presentaron un porcentaje alto de españolismos o unidades poco rentables para la realidad sociocultural en Hispanoamérica (25 %), fue relevante hacerles tratamiento lingüístico a estas unidades, porque se reduciría la carga de memoria de los estudiantes, lo que permitiría concentrarse en las unidades que les generen mayores dificultades.

Además, se logró consolidar el léxico producto del tratamiento dado a la propuesta de Santos (2017), que estaba organizado por nociones específicas, aquellas que, gracias al juicio de expertos, fueron seleccionadas como esenciales para la enseñanza de español de negocios. La puesta en marcha del juicio de expertos nos confirmó las unidades léxicas que deberían ser contempladas para la lengua de especialidad, pero también nos arrojó hallazgos relevantes en términos de las asociaciones que el léxico tiene con los aspectos socioculturales que podrían ser diferenciados para el mundo hispanoamericano en el español de negocios.

La caracterización de Nelson (2000) consideraba que el inglés de negocios no era emotivo y, por tanto, los aspectos personales y/o subjetivos no se hicieron presentes en su corpus. En contraste, para nuestros expertos, una noción específica como *Adjetivos de emoción* fue considerada como *Esencial para la enseñanza de negocios*. No obstante, al presentarse una alta desviación típica con nociones similares, sería necesario que en próximas investigaciones se indague con mayor profundidad sobre este punto que, sin duda, constituiría un aspecto que permitiría profundizar en los postulados de Riutort Cánovas (2010), específicamente sobre el léxico, lo cual podría fortalecer la enseñanza de la competencia cultural del español de negocios.

Con referencia al inventario final de MAULEN, podemos resaltar la importancia de la polisemia que, como Picoche (1993) afirma, debe ser contemplada de manera explícita en el aula, porque precisamente son estas palabras las que mayor frecuencia léxica suelen tener, y las que mayores dificultades representan para los estudiantes. En nuestro inventario, todas las acepciones que dan cuenta de aspectos corporativos fueron incluidas, con el fin de que los docentes puedan hacer un tratamiento adecuado a estas unidades y así se puedan solventar las dificultades que las unidades polisémicas pueden acarrear.

Además de unidades polisémicas, en nuestro estudio encontramos una gran presencia de sinónimos. Dados los niveles meta de nuestro estudio (A1, A2 y B1), consideramos un acierto tener una visión equilibrada entre la comprensión y la producción lingüística, por ello decidimos mantener el sinónimo más frecuente, puesto que es la unidad que más probabilidad tendría de aparecer en contextos reales, pero también incluir la unidad que cumpla con los criterios que facilitan el aprendizaje propuestos por Hidalgo (2017). De tal suerte que el estudiante tenga recursos suficientes para la recuperación de léxico para la producción y la comprensión, y el profesor tenga los elementos necesarios para hacer énfasis en uno u otro aspecto, mediante la categorización de la transparencia u opacidad de cada unidad.

En el inventario consolidado pudimos reflejar lo anteriormente mencionado. Esperamos que sea de gran utilidad para los agentes educativos y para el avance del español con fines específicos. Este estudio, aparte de ofrecer elementos para docentes y creadores de materiales, constituye una gran satisfacción como investigadora, pues resultó ser un proceso de formación en diferentes vías.

En primer lugar, fue una gran oportunidad adentrarnos en el mundo del léxico, su complejidad, pero también sus maravillas; darnos cuenta de las particularidades del español con relación al inglés, en términos léxicos, pero también de las implicaciones socioculturales fue una grata sorpresa. Además, estar en permanente contacto con el inglés y el español fue una experiencia muy enriquecedora que seguramente se verá reflejada tanto en nuestro desempeño pedagógico como investigativo.

Como docentes debemos tener consciencia de las implicaciones de la enseñanza del léxico y los aspectos que se deben tener en cuenta para su abordaje integral. En ese sentido, solo nos resta mencionar lo apasionante que es su estudio y lo mucho que falta por descubrir, es por eso que en esta investigación animamos a todas las personas interesadas en el español para fines específicos a adentrarse en este fantástico e inexplorado mundo.

11. Referencias

- Ainciburu, M. (2014). El léxico en L2: la adquisición del vocabulario y sus mitos. ¿Existe el vocabulario rentable? *Signos ELE*. Número 8. pp. 1-18. URL: <http://p3.usal.edu.ar/index.php/ele/article/view/2087>
- Alvar Ezquerro, M., & Corpas Pastor, G. (Coords.) (1999). *Léxico y voces del español*. [Málaga]: Universidad de Málaga.
- Andión Herrero, M. (2015). Los americanismos en Español Lengua Extranjera. Reflexiones sobre la variación léxica desde variedades preferentes europeas o estandarizadas. *RiCognizioni Rivista di lingue, letteratura e culture moderne*, 2. 10.13135/2384-8987/935.
- Ariza, E., Corpas, J., García, E., Garmendia, A., Nieto, G., Molina, G., & Sans Baulenas, N. (2018). *Aula América 1*. Barcelona: Difusión.
- Ariza, E., Corpas, J., Garmendia, A., Nieto, G., Molina, G., Soriano, C., & Sans Baulenas, N. (2019a). *Aula América 2*. Barcelona: Difusión.
- Ariza, E., Molina Morales, G., & Nieto, V. (2019b). Adaptación de materiales para la enseñanza de español como lengua extranjera en Latinoamérica: el caso de Aula América 1. Consultado el 16 julio 2019 de: <http://dx.doi.org/10.15446/fyf.v32zn1.77418>
- Baralo, M. (2007). Foro de español internacional: Aprender y enseñar léxico. En: *Adquisición de palabras: redes semánticas y léxicas*. [online] Universidad Antonio Nebrija, Instituto Cervantes y editorial SGEL, pp. 384-399. Disponible en: https://cvc.cervantes.es/Ensenanza/Biblioteca_Ele/publicaciones_centros/PDF/munic_h_2006-2007/04_baralo.pdf [Consultado el 1 de marzo de 2020].
- Bartol Hernández, José A. (2010). Disponibilidad léxica y selección del vocabulario. De moneda nunca usada: Estudios dedicados a José M^a Enguita Utrilla. Zaragoza: Instituto Fernando El Católico.
- Benítez, Pedro. (1994). Léxico real/léxico irreal en los manuales de español para extranjeros. II Congreso de Congreso Nacional de la ASELE. Español para Extranjeros: Didáctica e Investigación. Madrid.
- Bernal, Julio., & Hincapié, Diana. (2018). *Lingüística del corpus*. Bogotá: Instituto Caro y Cuervo.
- Bravo, E. (2004). XV Congreso Internacional de la ASELE. En: La variedad americana en la enseñanza del español como EL2. [En línea] Sevilla: ASELE, pp. 193-198. Disponible en: https://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/asele/pdf/15/15_0191.pdf [consultado el 8 de octubre de 2019].

British Council. (2018). The future demand for English in Europe, 2025 and beyond. Recuperado de: https://www.britishcouncil.org/sites/default/files/future_demand_for_english_in_europe_2025_and_beyond_british_council_2018.pdf

Chomsky, N. (1976). *On the Nature of Language*. Annals of the New York Academy of Sciences, 280: 46-57. doi:10.1111/j.1749-6632.1976.tb25470.x

Corbacioğlu Gőnezer, Eda. (2015). Le français fondamental et la statistique lexicale et l'utilisation des mots fręquents dans les manuels pręparęs pour FLE. The Journal of International Social Research, [en lęnea] 8(41). Disponible en: http://www.sosyalarastirmalar.com/cilt8/sayi41_pdf/5egitim/corbacioglugonezer_ed_a.pdf [Consultado el 2 de septiembre de 2019].

Corpas Pastor, G. (1996). *Manual de fraseologęa espańola*. Madrid: Gredos.

Corpas, J., Garmendia, A., Garcęa, E., & Sans Baulenas, N. (2013). Aula internacional 1. Barcelona: Difusi3n.

Corpas, J., Garmendia, A., Soriano, C., & Sans, N. (2017). Aula internacional 2. Barcelona: Difusi3n.

Cotton, D., Falvey, D., Kent, S., & Rogers, J. (2009). Market leader. Longman: Pearson Longman.

Creswell, J. & Plano, V. (2011). *Designing and Conducting Mixed Methods Research, segunda edici3n*. Los 1ngeles: Sage Publications.

Davies, M. (2006). *A Frequency Dictionary of Spanish: Core Vocabulary for Learners*. New York: Routledge

Dęaz, Sandra. (2014). Los mętodos mixtos de investigaci3n: presupuestos generales y aportes a la evaluaci3n educativa. *Revista Portuguesa de Pedagogęa*, 48 (1), 7-23. http://dx.doi.org/10.14195/1647-8614_48-1_1

Escobar Pęrez, Jazmine y Cuervo Martęnez, 1ngeles. (2008). Validez de contenido y juicio de expertos: una aproximaci3n a su utilizaci3n. *Avances en Medici3n*, 6 (1) 27-36. Recuperado de: http://www.humanas.unal.edu.co/psicometria/files/7113/8574/5708/Articulo3_Juicio_de_expertos_27-36.pdf.

Galicia Alarc3n, Liliana Aidę, Balderrama Tr1paga, Jorge Arturo, & Edel Navarro, Rubęn. (2017). Validez de contenido por juicio de expertos: propuesta de una herramienta virtual. *Apertura* (Guadalajara, Jal.), 9(2), 42-53. Recuperado de: <https://dx.doi.org/10.18381/ap.v9n2.993>

García-Page Sánchez, M. (2010): «En torno a la locución y la colocación: semejanzas y diferencias», *I Seminario de Fraseología de la Universidad de Brasilia* (Brasilia, 11- 15 de octubre de 2010)

García Salido, Marcos, & Alonso Ramos, Margarita. (2018). Asignación de niveles de aprendizaje a las colocaciones del Diccionario de Colocaciones del español. *Revista signos*, 51(97), 153-174. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-09342018000200153>

Gómez de Enterría, Josefa. (2001). La enseñanza-aprendizaje del español con fines específicos. Las lenguas de especialidad. Su aplicación a la enseñanza del Español como Lengua Extranjera. En: La enseñanza - aprendizaje del español con fines específicos. Madrid: Edinumen.

Gómez Molina, J. (2004). Las unidades léxicas en español. Carabela. Recuperado de: https://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/carabela/pdf/56/56_027.pdf

González, M., Martín Saráchaga, F., Verdía, E., & Rodrigo, C. (2015). *Socios I*. Barcelona: Difusión.

Hidalgo, M. (2017). La disponibilidad léxica como método de detección del vocabulario y de su selección en manuales: aplicación en una muestra de estudiantes sinohablantes de ele (Doctorado). Universidad de Jaén.

Higueras, M. (2006). *Las colocaciones y su enseñanza en la clase de ELE. Cuadernos de didáctica del español/LE*. Madrid: Arco/Libros.

Higueras, Marta. (2017). Logros y retos de la enseñanza del léxico. En: Enseñar léxico en el aula de español, el poder de las palabras. Barcelona: Difusión.

Instituto Cervantes (2001). *Marco común europeo de referencia para las lenguas: enseñanza, aprendizaje y evaluación (MCERL)*. En [<http://cvc.cervantes.es/obref/marco/>].

Instituto Cervantes (2006). *Plan Curricular del Instituto Cervantes. Niveles de referencia para el español*. Madrid: Instituto Cervantes / Edelsa, Biblioteca Nueva (3 vols.). También disponible en red:

https://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/plan_curricular/niveles/09_nociones_especificas_introduccion.htm

Instituto Cervantes. (2018). *El español: una lengua viva*. Informe.

Jarvis, Ana., & Lebrede, L. (2014). *Basic Spanish for business and finance*. Boston, Mass: Heinle Cengage Learning.

Leeman, D. (2005). Le vertige de l'infini ou de la difficulté de didactiser le lexique. *Le français aujourd'hui*, 148(1), 89-99. doi:10.3917/lfa.148.0089.

Lewis, Michael. (1993). *The Lexical Approach The State Of ELT And A Way Forward*.

López Fernández, Pilar. (2015). Las variantes léxicas hispanoamericanas en el aula de E/LE (Máster). Universidad de Oviedo.

López Meirama, B. (Ed.) (2011). *Estudios sobre disponibilidad léxica en el español de Galicia*. Santiago de Compostela: Servizo de publicacións e intercambio científico Universidade de Santiago de Compostela.

Martín Peris, Ernesto y Sabater, M.^a Lluïsa. (2011). Plan curricular del español de los negocios de la Fundación Comillas. Comillas: Fundación Comillas. Recuperado el 25 de septiembre de 2019 de: https://www.slideshare.net/negocioELE/plan-curricular-de-espaol-de-los-negocios?from_action=save

Mascull, Bill. (2010). *Business vocabulary in use. Elementary to Pre-intermediate*. Cambridge: Cambridge University Press.

Montes Giraldo, José Joaquín. (1992). Lingüística, idiomática y español de América. [En línea] *Revista de filología española*, 72 (3/4) 3/4. Disponible en: <http://xn--revistadefilologiaespaola-uoc.revistas.csic.es/index.php/rfe/article/view/564/629> [consultado el 8 de octubre de 2019].

Moreno Fernández, Francisco. (1999). *Lenguas de especialidad y variación lingüística. Lenguas para fines específicos (VI). Investigación y enseñanza*. Alcalá de Henares: Universidad de Alcalá.

Moreno García, Concha (2015). *Materiales, estrategias y recursos para la enseñanza del español como 2/L*. Madrid: Arco Libros. 2da edición.

Nelson, Michael. (2000). *A Corpus-based Study of the Lexis of Business English and Business English Teaching Materials*. University of Manchester. Manchester.

Otaola Olano, C. (2004). *Lexicología y semántica léxica*. Madrid: Ediciones Académicas.

Pedrosa, Ignacio, Suárez-Álvarez, Javier, & García-Cueto, Eduardo. (2013). Evidencias sobre la validez de contenido: avances teóricos y métodos para su estimación. *Acción Psicológica*, 10(2), 3-18. <https://dx.doi.org/10.5944/ap.10.2.11820>

Penadés Martínez, Inmaculada. (1999). *La enseñanza de las unidades fraseológicas*. Cuadernos de didáctica del español/LE. Madrid: Arco/Libros.

Pérez Serrano, M. (2017). *La enseñanza-aprendizaje del vocabulario en ELE desde los enfoques léxicos*. Madrid: Arco/Libros.

Picoche, Jacqueline., & Rolland, Jean Claude. (2002). *Le Dictionnaire du Français usuel*. Recuperado de: <http://jpicochelinguistique.free.fr/DFU/DDFUpreface.html>

¿Qué es el Proyecto Panhispánico? | DispoLex. (2019). Recuperado el 4 de octubre de 2019, de: <http://www.dispolex.com/info/el-proyecto-panhispanico>

Richer, J. (2007). *Le FOS est-il soluble dans le FLE ? Pour une didactique spécialisée du Français sur Objectifs spécifiques (F.O.S.)*. Disponible en: <http://gerflint.fr/Base/Perou2/Richer.pdf> [consultado el 15 de julio de 2019].

Riutort Cánovas, Antonio (2010). *La competencia comunicativa intercultural en el aula de español de los negocios: análisis de materiales para su enseñanza*. Tesis (Doctoral), E.T.S.I. Montes (UPM) [antigua denominación]. Recuperado de: <http://oa.upm.es/10621/>

Robles Garrote, Pilar y Rojas, Manuela del Carmen. (2015). La validación por juicio de expertos: dos investigaciones cualitativas en lingüística aplicada. *Revista Nebrija de Lingüística Aplicada*, núm. 18. Recuperado de: https://www.nebrija.com/revista-linguistica/files/articulosPDF/articulo_55002aca89c37.pdf

Rodríguez-Piñero, Ana y García, María. (2009). *Lenguas de especialidad y lenguas para fines específicos: precisiones terminológicas y conceptuales e implicaciones didácticas*. Comillas: Fundación Comillas.

Rojo, Guillermo. (2008). *Lingüística de corpus y lingüística del español*. Ponencia plenaria en el XV Congreso de la ALFAL (Montevideo, 18-21 de agosto de 2008). Edición electrónica en las actas de congreso (ISBN 978-9974-8002-6-7). Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/259693713_Linguistica_de_corpus_y_linguistica_del_espanol

Romero Aguilera, Laura. (2014). *El tratamiento de las colocaciones en la lexicografía monolingüe general del español (siglos XVII-XXI)*. Tesis doctoral. Universidad de Alicante.

Ruiz Gurillo, Leonor. (2001). *Las locuciones en español actual*. *Cuadernos de lengua española 71*. Madrid: Arco/Libros.

Santos Palmou Palmou, Xandra. (2017). *Métodos de selección léxica aplicados a la enseñanza. El vocabulario fundamental del español*. (Tesis de doctorado). Universidad de Salamanca.

Tano, M. (2011). *Expertos*. Barcelona: Difusión.

Tristán-López, Agustín. (2008). Modificación al modelo de Lawshe para el dictamen cuantitativo de la validez de contenido de un instrumento objetivo. *Avances en Medición*, vol. 6, núm. 1, pp. 37-48. Recuperado de: http://www.humanas.unal.edu.co/psicometria/files/8413/8574/6036/Articulo4_Indice_d_e_validez_de_contenido_37-48.pdf

Tomé Cornejo, C. (2015). *Léxico disponible. Procesamiento y aplicación a la enseñanza de ELE*. Tesis Doctoral inédita defendida en el curso 2014-2015 en la Universidad de Salamanca. Salamanca: Universidad de Salamanca

Tutin, A. (2019). Les principaux types de corpus. En: Introduction à la linguistique de corpus. Fun-Mooc. Universidad de Grenoble-Alpes

Vocabulary in Use: Elementary to Pre-intermediate | Business, Professional and Vocational. (2020). Recuperado el 8 de agosto de 2020, de <https://www.cambridge.org/gb/cambridgeenglish/catalog/business-professional-and-vocational/business-vocabulary-use-elementary-pre-intermediate-2nd-edition>