

EL NEGOCIADOR PENINSULAR: DONDE FUERES, HAZ LO QUE VIERES

ZAERA ACCENSI, Eva | Instituto de Lenguas Extranjeras de la Universidad de Guangdong, GDUFS (CHINA)
Universidad de Alcalá de Henares, UAH (ESPAÑA)

RESUMEN

El Español con Fines Específicos (de aquí en adelante, EFE) es el gran reto para los docentes y aprendientes de ELE de la próxima década. El español como LE/L2 se ha consolidado en los últimos años en China y esta estabilidad nos obliga a preguntarnos cuál será el siguiente paso. La especialización de las lenguas ya no es una opción sino un requisito indiscutible en un mercado laboral cada días más competitivo y global.

Disponer de la formación adecuada y de los recursos necesarios es vital para desarrollar nuestra tarea profesional, y en concreto, en el tema que hoy nos ocupa, la enseñanza del Español de los Negocios (o también ENE); ya que, la oferta editorial en EFE minva considerablemente en comparación con el vasto catálogo en ELE. No obstante, ENE ha gozado históricamente de una situación privilegiada respecto al resto de especialidades por la estrecha vinculación entre el mundo comercial y las principales motivaciones por el aprendizaje de una LE. Por eso, la siguiente propuesta didáctica pretende ser una ayuda complementaria a uno de los manuales más utilizados de ENE en China.

PALABRAS CLAVE: español con fines específicos (EFE), Español de los negocios (ENE), comunicación no verbal (CNV), negociador, cultura.

BIODATA

Profesora de ELE y teatro desde septiembre de 2013 hasta julio de 2016 en el Instituto Jinling (Universidad de Nanjing). Y en septiembre de 2016 ha empezado una nueva etapa profesional en el Instituto de Lenguas Extranjeras de la Universidad de Guangdong (GDUFS) como lectora AECID y sigue con el programa de doctorado sobre la enseñanza de la comunicación no verbal en ENE (UAH).

ABSTRACT

Spanish for Specific Purposes (SSP) is the main challenge for the next decade for students and teachers. Spanish as foreign language has increased in China during the last years but we should ask ourselves which step will be the next. As spanish teachers we need to improve our skills not only in general spanish but also in specific purposes. Business language is the most popular example for specific purposes, but the most of Spanish business books do not satisfy the needs. As a consequence, we offer these learning activities for helping the teachers who start their SSP career in Spanish Business.

KEYWORDS: Spanish for Specific Purposes, Business Spanish, non verbal communication, negotiator, culture.

INTRODUCCIÓN

China es un país complejo en todas sus dimensiones, por ello, vamos a contextualizar esta propuesta didáctica en un curso destinado a un grupo muy heterogéneo de sinohablantes: por ejemplo, 2 negociadores (uno de ellos es musulmán, y el otro, budista) y 3 negociadoras (de Shanghái) procedentes del norte y sur de China, respectivamente, que quieren introducirse en el mundo empresarial español. Todos ellos pertenecen a diferentes empresas dedicadas a la exportación de tabaco y han sido elegidos para trabajar en España durante un mes en la empresa socia. Imaginamos que acuden a nuestro centro educativo con el objetivo de realizar un curso intensivo de 2 meses (4 horas/semana divididas en 2 sesiones) antes de viajar a España y empezar las negociaciones con empresarios peninsulares en Madrid. Además, según el análisis de necesidades, podemos concretar que:

1. Presentan diferencias regionales y religiosas importantes que van a influir en su percepción y entendimiento de la realidad empresarial española.
2. Algunos de ellos ya han estado anteriormente en Latinoamérica por motivos laborales y/o personales (turismo) y presentan creencias y estereotipos sobre el mundo hispano.
3. El curso y el ambiente del grupo en sí mismo puede ser complicado por el rol de la mujer en la sociedad y las diferencias religiosas.
4. El nivel de español que presentan es intermedio-alto en destrezas escritas B2-C1, pero en destrezas orales su nivel no es superior a B2.
5. Su grado de motivación es alto porque necesitan mejorar sus destrezas orales y sobre todo, la competencia comunicativa e intercultural para adaptarse a la sociedad española urgentemente para llevar a cabo sus objetivos comerciales con las respectivas empresas.
6. Sus objetivos son a) enriquecer su vocabulario y b) conocer el protocolo en las negociaciones de España ya que las empresas socias

tienen la sede en España aunque saben que, algunas de ellas, cuentan entre sus miembros con asesores cubanos.

7. Presentan un contexto laboral definido que los fuerza a formarse específicamente para el entorno empresarial del español peninsular.

A pesar de esta contextualización tan detallada, la propuesta es flexible y adaptable a cualquier grupo indistintamente de sus rasgos, creencias y necesidades siempre y cuando el profesorado adapte los materiales.

1. CONTEXTO

Las siguientes actividades están formuladas para completar, definir y ahondar un poquito más en la negociación con españoles para diferenciarla de otros países de habla hispana, compararla con la china y establecer un puente de comunicación y entendimiento entre ambas. En consecuencia, los ejercicios diseñados quieren hacer hincapié principalmente en la competencia sociocultural e intercultural reforzando la oral. Por esta razón, nuestra propuesta de actividades se titula ***El negociador peninsular: donde fueras, haz lo que vieras***.

1.1 El manual

En esta ocasión, hemos decidido tomar como manual de referencia la versión para China de *Cultura y Negocios. El español de la economía española y latinoamericana de la editorial* (2012) de Edinumen por ser uno de los pocos manuales en las instituciones educativas en China que presenta la competencia intercultural y sociocultural en sus contenidos, ya que frecuentemente en las universidades chinas se siguen utilizando libros de carácter puramente teórico dedicados, la mayor parte de ellos, a la correspondencia comercial. La unidad 8 titulada *España: El sector*



turístico (pág.160) se dedica en el apartado 8.3. *Así nos ven, así nos vemos* (pág. 167-171) a hablar del perfil negociador español, las negociaciones, los valores del directivo peninsular y se presentan brevemente dos estudios de casos. En este contexto, vamos a detallar a continuación cinco actividades que pretenden completar dicha unidad y acercar al alumnado a la cultura de negocios de la Península Ibérica.

1.2 Objetivos, contenidos, metodología y cronograma

Objetivos:

- Explorar la cultura de negocios ajena a partir de la propia.
- Reflexionar sobre los saludos entre hombres y mujeres.
- Mejorar la empatía y el entendimiento.
- Desarrollar las destrezas orales.
- Ser consciente del estilo negociador peninsular.
- Aproximarse a los rasgos socioculturales del empresario español.
- Establecer similitudes y diferencias entre la jerarquía de la empresa española y la china.
- Conocer el rol de la mujer en la empresa peninsular.

Contenidos:

- a. Gramaticales
 - Indicativo y subjuntivo.
 - Marcadores discursivos o conectores.
 - Expresar hipótesis.
- b. Léxico
 - Vocabulario propio del mundo empresarial español.
 - Refranero español.
 - Expresiones españolas.

c. Funcionales

- Expresar una opinión, idea o argumento.
- Justificar y argumentar una posición o idea.
- Hablar de situaciones hipotéticas.

d. Interculturales

- El proyecto INES y el negociador peninsular.
- Diferencias socioculturales en los países hispanohablantes.
- La interculturalidad en los negocios.
- El choque cultural por cultura, religión y raza.
- La mujer en el mundo empresarial.
- La comunicación no verbal en los negocios.

Metodología:

- Explicación del/a profesor/a.
- Debate.
- Uso de las TIC y TAC.
- Muestras reales: un texto digital y un vídeo de una feria (entrevistas a hombres de negocios).
- Recursos audiovisuales: un fragmento de una película sobre negocios.

Cronograma

La secuencia didáctica puede seguirse tal como presentamos en el siguiente apartado o pueden utilizarse los ejercicios independientemente según las necesidades y/o rasgos del grupo clase. Cada tarea presenta un tiempo recomendado de ejecución aunque es una temporalización flexible y orientativa.

2. ACTIVIDADES

2.1. EL REFRANERO ESPAÑOL (5'-10')

El título de esta unidad corresponde a un refrán español aún muy usado en la actualidad, busca su significado en tu dispositivo móvil en el *Refranero multilingüe* del Instituto Cervantes: <http://cvc.cervantes.es/lengua/refranero/>. ¿Qué relación hay entre el refrán y el mundo de los negocios? Comparte con tus compañeros tus hallazgos e intenta buscar una expresión en tu lengua materna que signifique lo mismo.

2.2. EL NEGOCIADOR PENINSULAR (15'-20')

Visualiza el siguiente vídeo extraído de la película *Wall Street 2: el dinero nunca duerme* de 2010. <https://vimeo.com/20148299>



En el mismo podemos apreciar los rasgos del negociador chino como pragmático y que aprecia los detalles y regalos, prefiere las relaciones a largo plazo, utiliza el *guanxi*, etc. Después de ver el vídeo, lee el artículo *Cuando la empresa se "humaniza"* de la página 167 de tu manual *Cultura y Negocios*, y responde a la pregunta: si tuvieras que definir el perfil del negociador español en 5 palabras, ¿cuáles utilizarías?

1.
2.
3.
4.
5.

Descubre las respuestas. En mayo de 2000 el Proyecto INES¹ arrojó un poco más de luz al mundo de los negocios en España, en este estudio se definió el perfil del negociador español en 5 conceptos:



¹ Si quieres saber más sobre el proyecto INES, consulta la pág. 2 de http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/asele/pdf/13/13_0939.pdf o la pág. 6 de http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/publicaciones_centros/PDF/manchester_2012/12_ruiz.pdf

2.3. NEGOCIADOR ESPAÑOL VS. NEGOCIADOR CHINO (10'-15')

Ahora que ya conoces un poco más los rasgos del negociador español, ¿puedes definir las similitudes y diferencias a partir del modelo que nos plantea la actividad anterior? Según tu opinión, ¿qué otros rasgos y/o peculiaridades compartimos? Comparte tus opiniones con la clase.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2.4. EN PRIMERA PERSONA (20'-25')

Escucha las opiniones de los entrevistados sobre el mundo empresarial en España y después di si son verdaderas o falsas las siguientes afirmaciones. Ver <https://www.youtube.com/watch?v=Xds9AMMcV10>

- V/ F Prefieren sacar la información de forma directa.
- V/ F En los negocios con españoles se aprecia ser muy claros y prácticos.
- V/ F A los españoles les gusta perder el tiempo.

- V/ F Los hombres siempre se dan dos besos al principio de la negociación.
- V/ F El español tiene la tendencia de no concretar las cifras, sino de exagerarlas.
- V/ F Los mensajes pueden ser equívocos.
- V/ F Al empresario español le gusta el estilo indirecto y la practicidad.
- V/ F Los horarios son más extensos: la comida es la cena, etc.
- V/ F La confianza y el contacto es vital para negociar, no solo es vender.
- V/ F La manera de hablar de los españoles puede ser muy ruda o directa, pero no significa que estén enfadados. Son muy claros.

En el vídeo de *Legiscomex.com* podemos escuchar las siguientes expresiones españolas, intenta definir las con tus propias palabras.

- *Maquillar las cifras.*
- *Ir al grano.*
- *No irse por las ramas.*
- *Aunque hablamos el mismo idioma, no hablamos el mismo idioma*

Discute con tus compañeros/as. ¿Existe alguna expresión similar en tu lengua materna? ¿Cuál?

.....

.....

.....

.....

2.5. UNA LENGUA CON MUCHAS CULTURAS (10')

Completa el siguiente texto con las palabras del cuadro:

Relajado	Géneros	Inapropiadas	Calidad	Nombre de pila
Tediosas	Pautas	Interrupciones	Contacto	Colegas



A Berlitz Company

España: relaciones profesionales y negociación

En España la diferenciación entre los papeles de los es pequeña. También significa que para los españoles la familia y las relaciones son importantes. Los negocios llevan tiempo, porque se necesita una auténtica relación. Las negociaciones, por consiguiente, son largas y No se alarme si durante las reuniones hablan a la vez más de dos personas, porque esto es una parte normal del proceso. Y tampoco si bromea o explican chistes, aunque mantienen las formas, les gusta trabajar en un ambiente relajado y distendido. Normalmente, se cierra la puerta y las se consideran Las reglas suelen considerarse más que límites rígidos. Los españoles prefieren solucionar los problemas en el nivel personal y consultar las normas solo como último recurso. Como está desarrollando un lazo, elija con sensatez a su comercial, porque es muy difícil cambiarlo por otro. Para los saludos, tenga las tarjetas de visita impresas en inglés y en español. Los hombres que son amigos cercanos o profesionales desde hace tiempo a menudo intercambian un abrazo o un apretón de manos firme; por su parte, las mujeres intercambian un beso en la mejilla. Asegúrese de saludar

a las personas con la fórmula apropiada, Buenos días o Buenas tardes. Para dirigirse correctamente a alguien, utilice el y el apellido, precedido de Señor, Señora o Señorita (si es una mujer joven). A diferencia de otras culturas hispanohablantes, en España no se usan títulos como licenciado o doctor, rara vez se utilizan. En general los españoles emplean las palabras "por favor" y "gracias" en menor frecuencia que las culturas latinoamericanas. No lo interpretes como irrespetuoso, simplemente es la forma en que su lenguaje es hablado. Además, evita hacer comentarios despectivos sobre los espectáculos taurinos porque esta actividad es considerada un arte para muchas personas. Investiga sobre las costumbres particulares de la región donde vas a hacer negocios y no se recomienda comparar Barcelona con Madrid. El concepto del tiempo en España es muy Es la de vida lo que prima sobre la cantidad. Los colegas suelen ser amigos cercanos y se relacionan en el nivel personal. Muchas decisiones se adoptan durante una comida y la mayoría de las personas echan la siesta para relajarse por la tarde antes de volver al trabajo. Disfrute de este tiempo para comer, porque la cena no se sirve hasta la noche, normalmente después de las 9:00 p.m.

Texto extraído y adaptado de
<http://news.telelangua.com/es/2012/02/relaciones-profesionales-y-negociacion-espana>,
<https://bloginteligenciacultural.com/2011/06/20/tips-culturales-espana/>
https://www.protocolo.org/laboral/empresarial/claves_para_negociar_de_forma_exitosa_en_espana.html

2.6. REFLEXIONA Y DEBATE (20'-25')

Es tu primer día de trabajo en una empresa española y cuando abres la puerta de la oficina conoces a estas personas. Observa cada situación y discute con tus compañeros las siguientes cuestiones. Puedes utilizar las siguientes expresiones:

- ✚ **Opinión:** en mi opinión, creo que, pienso que, no tengo ninguna duda que, mi punto es que, desde mi punto de vista, siento que, estoy seguro/a que, me parece que...
- ✚ **Acuerdo o desacuerdo:** (no) estoy de acuerdo, (no) entiendo que, creo que es (in)correcto, lo siento pero, estoy totalmente de/en (des)acuerdo...
- ✚ **Marcadores discursivos:** primero/primeramente, segundo, en primer lugar/segundo/tercero, por un lado/por otro, por ejemplo, asimismo, sin embargo, aunque, además, no obstante...

A



B



C



D



- ¿Quién crees que es el/la jefe/a?
.....
.....
.....
.....
- ¿A quién saludarías primero? ¿Y después?
.....
.....
.....
.....
- ¿Quién es cada uno? ¿Qué cargo y/o posición ocupa en la empresa? ¿Por qué?
.....
.....
.....
- ¿Cómo saludarías a los hombres? ¿Y a las mujeres?
.....
.....
.....
- ¿Es adecuado saludar a una empresaria española con dos besos en el primer encuentro? ¿Por qué? ¿Cuándo se puede abrazar a nuestro interlocutor?
.....
.....
.....
.....
.....