

---

## Características principales del español para los negocios

- El lenguaje escrito de los negocios tiende a desarrollar características y procedimientos propios de cada campo profesional en el que sea utilizado.
- En el español de los negocios se pueden encontrar características de los lenguajes de la economía, de las finanzas, del comercio y del español jurídico.

---

## El discurso especializado: comercio

El lenguaje de la economía se suele redactar con un registro elevado y su terminología suele coincidir con la francesa y la inglesa (devaluación, inflación, oligopolio, etc.). En el lenguaje de las finanzas confluyen dos factores que dificultan la comprensión de esta variedad:

- 1) Usos metafóricos: *fondos paraguas (small caps), capital físico (physical stocks), ralentización de los precios, brusco frenazo de los tipos de interés, enfriamiento de la economía, desaceleración económica, catalizador de riesgo, mercados emergentes; goteos a la baja; reflotamiento de la moneda; altibajos de las cotizaciones; turbulencias financieras; etc.*

---

## El discurso especializado: comercio

2) Acuñación constante de nuevos términos para nuevos productos; en el español de las finanzas hay, hasta el momento, una gran dependencia de la terminología inglesa, que por su brevedad expresiva se suele tomar prestada, sin hacer en muchos casos el mínimo esfuerzo por la búsqueda de un término español apropiado: *coaching, e-commerce, factoring, leasing, confirming, etc. (términos del comercio electrónico)*.

---

## El discurso especializado: comercio

El lenguaje bancario y bursátil es muy escueto, utiliza construcciones que se repiten constantemente, los formulismos están bien establecidos y se da poca libertad para la producción propia y la originalidad. En definitiva se reduce a lo imprescindible sin renunciar a la funcionalidad. Es un lenguaje mínimo.

---

## El discurso especializado: comercio

*En pocos años, China pasó de ser un país marginal dentro de la economía mundial a desempeñar un papel central en el escenario económico global. No por muy divulgadas, dejan de impresionar algunas cifras. Entre 1978 y 2004, el PIB real creció 9,4%. Este extraordinario comportamiento hizo de China una economía 12 veces más grande de lo que era hace solo 25 años, con un tamaño similar a la suma de las economías de Brasil, México y Rusia. De repetirse la experiencia en el próximo cuarto de siglo, la economía china podría igualar en dimensión a la de Estados Unidos. El fenómeno chino constituye, al mismo tiempo, el desarrollo de un importante mercado potencial. De 1978 a 2004, su volumen comercial creció a una tasa anual del 25%. China es hoy el principal receptor de inversión extranjera directa, con un volumen acumulado de alrededor de 60.000 millones de dólares en 2004. La economía china devora materias primas, y Latinoamérica, en su mayor parte, está especializada en la producción de estos bienes.*

---

---

## El discurso especializado: comercio

El español jurídico no constituye un bloque monolítico. Se pueden distinguir por lo menos cuatro variantes: *a)* el legislativo o de los textos legales; *b)* el jurisdiccional o de los jueces (sentencias, autos, providencias, etc.); *c)* el administrativo o de la Administración del Estado (instancias, expedientes, etc.); *d)* el notarial (testamentos, escrituras de compraventa, poderes, etc.). Cada uno de ellos posee rasgos peculiares, pero el que está por encima de todos los demás es el español de las leyes, también llamado el jurídico-normativo, que marca las pautas que habrán de seguir el lenguaje de los jueces, el de la Administración y el de los notarios.

---

## El discurso especializado: comercio

El lenguaje del comercio, por la larga tradición de esta actividad, goza de una combinación bastante equilibrada de términos tradicionales y de términos modernos (*plancha, estadía, conocimiento de embarque, flete, mercaderías, etc.*). El lenguaje utilizado en los textos comerciales es mucho más complejo y elaborado, aunque también aparecen fórmulas que se repiten constantemente. En estos casos, sin embargo, no podemos decir que todo se limite a la mera transmisión de contenidos: está dotado de una mayor posibilidad de cambio, es más flexible.

---

## El discurso especializado: comercio

- Nivel morfosintáctico:

Intenta evitar la polisemia porque ésta podría acarrear problemas de interpretación. El español comercial se caracteriza sobre todo por ser un lenguaje denotativo.

Utiliza una expresión neutra, sin color metafórico y sin figuras retóricas en general. Se busca la funcionalidad y no la belleza.

Se prefiere la coordinación a la subordinación, sin eliminar esta última. En general, se usa poco el subjuntivo y formas complejas del indicativo.

---

---

## El discurso especializado: comercio

Importancia de las oraciones de relativo y subordinadas adjetivas en general para la explicación detallada de lo que se quiere conseguir.

Profusión de paréntesis y guiones. Es muy importante, por lo tanto, la corrección en la colocación de estos signos y de la puntuación en general.

Preferencia por la construcción nominal y la impersonalidad así como de las locuciones preposicionales

---

## El discurso especializado: comercio

- Conectado con lo anterior: abundancia de verbos auxiliares y de verbos vacíos de significado, como *ser, estar, haber, existir, darse, exigir, esperar*, etc. Estos son muy comunes en cualquier tipo de texto del español para los negocios, especialmente en proyectos y propuestas.
- Uso de oraciones pasivas.
- Enumeraciones.

---

## El discurso especializado: comercio

- Adjetivación abundante.
- Estructuras perifrásticas.
- Neologismos, cultismos, extranjerismos.
- Sustantivaciones.
- Creación de nuevos términos, abundancia del sufijo -izar.
- Términos de otras disciplinas.
- Léxico específico.
- Siglas y abreviaturas.

---

## El discurso especializado: comercio

Formato de los escritos: los escritos del español comercial siguen unas normas establecidas de formato muy rígidas. Estas normas deben ser observadas en la redacción de cualquier documento sin excepción.

## El discurso especializado

CONTRATO ENTRE \_\_\_\_ S.A. Y \_\_\_\_ S.A.S. PARA LA DISTRIBUCIÓN DEL LIBRO:

INTERVIENEN:

De una parte D<sup>a</sup> \_\_\_\_\_, en representación de \_\_\_\_\_ s.a.s. N.I.F. n. \_\_\_\_\_, con D.N.I. n. \_\_\_\_\_ (a partir de ahora La Editorial), y de otra D<sup>a</sup> \_\_\_\_\_, con D.N.I. n. \_\_\_\_\_, en representación de \_\_\_\_\_ S.A., N.I.F. \_\_\_\_\_ (a partir de ahora El distribuidor).

Ambas partes se reconocen capacitadas mutuamente para este acto y a continuación  
CONVIENEN lo que sigue:

PRIMERO: La editorial concede la distribución no exclusiva del libro

para España y el extranjero a \_\_\_\_\_ S.A.

SEGUNDO: La editorial entrega al distribuidor los ejemplares para su comercialización, libres de gastos de envío, corriendo por cuenta del distribuidor los gastos de devolución, si la hubiera, y cuya liquidación se efectuará en el plazo de 12 meses a partir de la última liquidación efectuada conforme al siguiente punto.

TERCERO: El distribuidor recibe estos libros en calidad de depósito, comprometiéndose el mismo a abonar a la editorial el 50% del importe bruto de las ventas, mediante liquidaciones semestrales. Todos los libros no devueltos, vendidos y no vendidos, en conformidad con el punto anterior, se considerarán vendidos.

CUARTO: A todos los efectos, ambas partes acuerdan someter sus diferencias [al laudo arbitral](#), si procediera, de la [Jurisdicción y Tribunales](#) de \_\_\_\_\_.

---

# Aviso de finalización de contrato proveedor / cliente.

[Introduzca el logotipo o nombre de su empresa]

[Introduzca la dirección de su empresa]

[Introduzca el CP y la ciudad]

[Introduzca su número de teléfono]

[Introduzca su número de fax]

[Introduzca ciudad y fecha]

Muy Sr. Nuestro:

Nos **ponemos** en contacto con usted en primer lugar para agradecerle la confianza que ha depositado en [introduzca nombre de su empresa]. Próximo a producirse el **vencimiento del contrato** que usted firmó con nosotros, queremos corresponder a su fidelidad ofreciéndole [introduzca descripción de ventajas que ofrecerá por la renovación de contratos como **no subida de precios**, nuevos servicios, etc.]

Asimismo, le recordamos que su contrato **quedará renovado automáticamente** en las **condiciones pactadas** una vez se produzca el **vencimiento** del mismo, salvo que usted se ponga en contacto con nosotros y nos comunique su deseo de **resolverlo**.

Sin otro particular, aprovechamos la ocasión para saludarle.

Muy atentamente,

[Introduzca nombre de su empresa y firme debajo]

[Introduzca su nombre]

---

## Resolver: (Del lat. *resolvĕre*; de *re*, y *solvĕre*, soltar, desatar) .•

1. tr. Tomar determinación fija y decisiva.
2. tr. Resumir, epilogar, recapitular.
3. tr. Desatar una dificultad o dar solución a una duda.
4. tr. Hallar la solución de un problema.
5. tr. Deshacer, destruir.
6. tr. Dicho de un agente natural: Deshacer algo cuyas partes separa destruyendo su unión. U. t. c. prnl.
7. tr. Analizar, dividir física o mentalmente un compuesto en sus partes o elementos, para reconocerlos cada uno de por sí.
8. tr. *Mús.* Llevar a efecto una **resolución** (|| paso de un acorde a otro).
9. prnl. Decidirse a decir o hacer algo.
10. prnl. Dicho de una cosa: Reducirse, venir a parar en otra de menor importancia en relación con lo que se creía o temía.
11. prnl. *Med.* Dicho de las enfermedades, y en especial de las inflamaciones: Terminar, ya espontáneamente, ya en virtud de los medios médicos, quedando los órganos en el estado normal.

---

# Carta de presentación de nueva oferta de productos / servicios a clientes.

[Introduzca el logotipo o nombre de su empresa]

[Introduzca la dirección de su empresa]

[Introduzca el CP y la ciudad]

[Introduzca su número de teléfono]

[Introduzca su número de fax]

[Introduzca ciudad y fecha]

Muy Sr. Nuestro:

Nos permitimos presentarle a continuación los productos y servicios que nuestra compañía ofrece y que pueden resultarle de gran utilidad en el desarrollo de su actividad.

[Introduzca descripción de su empresa]

[Introduzca descripción de productos y/o servicios que ofrece]

Sin otro particular, aprovechamos la ocasión para saludarle.

Muy atentamente,

[Introduzca nombre de su empresa y firme debajo ]

[Introduzca su nombre]

---

# Documentos más usuales en el comercio exterior

- Documento de oferta
- Factura proforma
- Factura comercial
- Factura consular
- Licencia de exportación
- Declaración de aduanas de exportación

---

# Documentos más usuales en el comercio exterior

- Licencia de importación
- Declaración de aduanas de importación
- Certificado de origen
- Certificado de calidad
- Certificado de inspección
- Certificado de análisis
- Certificado sanitario

---

# Documentos más usuales en el comercio exterior

- Certificado de fabricación
- Certificado de lista negra o boicot
- Certificado de peso
- Lista de contenido
- Cuadernos ATA
- Certificado SOIVRE
- Certificados Casher y certificado Halal

---

# Documentos más usuales en el comercio exterior

- Nota de carga
- Conocimiento de embarque
- Conocimiento aéreo
- Carta de porte CMR
- Carta de porte ferroviario CIM
- Documento de transporte multimodal FBL
- Póliza de seguro

---

# Documentos más usuales en el comercio exterior

- Documento único administrativo DUA
- Documentos para intercambios comunitarios
- Documentos para intercambios no comunitarios

---

# español del turismo

La expresión “español del turismo” en la acepción corriente, indica el nivel de supervivencia en el idioma que necesita el turista para desenvolverse en las situaciones comunicativas más comunes (hoteles, restaurantes, agencias de viajes etc.); en el ámbito del español para fines específicos o del español de los negocios, en cambio, se aplica a los conocimientos específicos que se le exigen al profesional de este sector.

---

# español del turismo

Existe un núcleo restringido, relativo a la organización y estructuras turísticas (hostelería, agencias de viajes, compañías de transporte), caracterizado por una marcada internacionalización (abundante uso de siglas internacionales, abreviaturas, anglicismos etc.): es el lenguaje especializado propiamente dicho, que se utiliza para la comunicación entre los profesionales del sector, tal como ocurre en otros ámbitos como la economía, la informática, etc.

---

# español del turismo

Pero, además de estos tecnicismos, el lenguaje del turismo incluye otros componentes temáticos, relacionados con la tipología de los destinos turísticos (turismo de sol y playa, rural, activo, religioso, gastronómico, arqueológico, etc.) y con múltiples aspectos culturales (geografía, historia, historia del arte, folklore), específicos de cada área lingüístico-geográfica.

---

# español del turismo

Otra diferencia entre el lenguaje del turismo y la comunicación profesional en general se refiere al contacto con el público. Mientras que en algunos ámbitos de los negocios la comunicación tiene lugar principalmente entre especialistas, el turismo posee una dimensión comunicativa más amplia, orientada hacia el público que se beneficia de los servicios. Esto se relaciona con la competencia oral, fundamental en muchas profesiones (por ej., la de guía turístico), pero también la escrita, indispensable para actividades como la confección de itinerarios, folletos informativos, etc.

---

## Aspectos lingüísticos: turismo

- Los aspectos lingüísticos van ligados a los sectores y disciplinas relacionadas (hostelería, de los transportes, de la burocracia internacional, de la historia del arte, etc.)
- Áreas léxicas interrelacionadas: viaje y seguro, alojamiento, gastronomía, recreo, ocio.
- Estos sectores tienen en común la **organización empresarial:**
  - **Gestión**
  - **Marketing**

---

## Aspectos lingüísticos

### **Formación de palabras:**

- Derivación mediante sufijos (vacacional)
- Creación de compuestos (agriturismo, desayuno buffet, turismo de aventura, aparto-hotel)
- Uso de anglicismos (charter, airbus, check-in)
- Siglación (AVE, CV, HR)

---

## Géneros textuales

### **Textos escritos:**

- Textos comerciales (facturas, bonus, formularios, etc.)
- Texto jurídicos (contratos, normativas)
- Artículos, reportajes
- Guías turísticas
- Literatura de viaje
- Páginas web

---

# Géneros textuales

## **Textos orales:**

- Interacciones entre:
  - operadores turísticos y operadores turísticos
  - operadores turísticos y clientes