

## Gerencia en español

Rafael Jiménez Moreno

El pasado febrero, el Instituto Cervantes y la Fundación Telefónica presentaron en Madrid el libro *Economía del español. Una introducción*, de José Luis García Delgado, José Antonio Alonso y Juan Carlos Jiménez, el primer volumen de una investigación monumental que lleva por título *Valor económico del español: una empresa multinacional*. Es este un proyecto multidisciplinario que aspira a cuantificar los beneficios financieros obtenidos por los sectores cuyas actividades comerciales y productivas se encuentran asociadas al empleo del español.

Idioma de vocación universal, el español constituye la segunda lengua de comunicación internacional, con una comunidad lingüística —que también es un mercado— de 450 millones de personas alrededor del mundo (con una tasa de crecimiento del 10 por ciento anual, según estadísticas divulgadas por García Delgado, académico de la Universidad Complutense de Madrid). En palabras de la directora del Instituto Cervantes, Carmen Caffarel, «los hechos nos demuestran que el castellano ha pasado de ser la lengua de misioneros y conquistadores para transformarse en la lengua vehicular de empresarios y hombres de negocios. Enhorabuena».

Diversos han sido los factores que han coadyuvado a consolidar el prestigio del idioma español. Entre ellos pueden mencionarse la expansión geográfica de la comunidad lingüística, gracias a los flujos migratorios; la recuperación de las finanzas nacionales de los países iberoamericanos; el aumento del poder adquisitivo del consumidor hispanohablante; y la proliferación de

bloques de integración regional y tratados bilaterales de libre comercio.

«Cuando se analiza la última edición de la revista *Fortune*, dedicada al listado de las 500 mayores corporaciones del mundo, se puede apreciar que la cifra total de compañías estadounidenses se ubicó en 153 empresas, el número más bajo en una década, debido principalmente a la crisis económica y la sostenida depreciación del dólar. En cambio, los países emergentes, gracias al incremento del precio registrado en las materias primas, la diversificación del parque industrial y la adopción de prácticas gerenciales de calidad global, lograron situar una cantidad récord de compañías en la clasificación. En el caso de las naciones de habla hispana, los mejores desempeños fueron los de España, México y Chile», precisa Caffarel.

Para Eduardo Lago, director del Instituto Cervantes de Nueva York, el futuro del español como lengua internacional se encuentra estrechamente

vinculado a su evolución en Estados Unidos. «Cada día somos testigos del creciente interés por parte de la sociedad norteamericana. En un primer momento se trató de un fenómeno de estricta índole política: los candidatos demócratas y republicanos se percataron de que la comunidad hispana configuraba un importante segmento electoral; un grupo étnico con la capacidad suficiente para torcer el rumbo de cualquier consulta comicial. Y ahora, más recientemente, han sido los gerentes de ventas quienes han cobrado conciencia del relieve estratégico del mercado hispano, cuyo poder de compra está tasado en 600 mil millones de dólares. Impresiona el contraste entre la potentísima expansión del español y el fuerte retroceso del francés, el alemán, el italiano y el ruso. Lo más llamativo del asunto es que en los hijos de los inmigrantes hispanos se retiene la lengua madre, que remite a una suerte de contacto umbilical con las culturas de origen, y así se mantiene bastante viva».

De acuerdo con *La enciclopedia del español en el mundo* (Instituto Cervantes y Plaza & Janés, 2006), más de doce millones de personas estudian el castellano como segundo idioma. La mayor demanda se concentra en el continente americano, con más de siete millones de estudiantes. Le siguen Europa con 3,5 millones; África con 500 mil; y Asia con

### Han sido los gerentes de ventas quienes han cobrado conciencia del relieve estratégico del mercado hispano en Estados Unidos, cuyo poder de compra está tasado en 600 mil millones de dólares

160 mil. En Australia y Nueva Zelanda se han contabilizado 60 mil alumnos. La pujanza del español en el mundo de los negocios se expresa también en el surgimiento de publicaciones especializadas en las áreas de administración, finanzas y mercadeo. Un conjunto de revistas y portales digitales orientados a contextualizar en el marco local y regional hispanoha-

blados de integración regional y tratados bilaterales de libre comercio.

«Cuando se analiza la última edición de la revista *Fortune*, dedicada al listado de las 500 mayores corporaciones del mundo, se puede apreciar que la cifra total de compañías estadounidenses se ubicó en 153 empresas, el número más bajo en una década, debido principalmente a la crisis económica y la sostenida depreciación del dólar. En cambio, los países emergentes, gracias al incremento del precio registrado en las materias primas, la diversificación del parque industrial y la adopción de prácticas gerenciales de calidad global, lograron situar una cantidad récord de compañías en la clasificación. En el caso de las naciones de habla hispana, los mejores desempeños fueron los de España, México y Chile», precisa Caffarel.

Para Eduardo Lago, director del Instituto Cervantes de Nueva York, el futuro del español como lengua internacional se encuentra estrechamente



blante cada una de las principales novedades gerenciales adoptadas por las grandes corporaciones. A continuación indicamos unas cuantas páginas relacionadas con este tema.

### **América Economía** americaeconomia.com

Revista creada en 1996 por el chileno Elías Selman y el sueco Nils Strandberg, sus redactores buscan cumplir con una ambiciosa visión estratégica: perspectiva global, enfoque regional e inteligencia local. Su credibilidad editorial le ha permitido convertirse en una publicación pionera en la elaboración de listas y clasificaciones anuales, entre las que destacan el *ranking* de las 500 mayores empresas de América Latina. Los lectores también pueden consultar contenidos relacionados con finanzas, energía, política empresarial, pequeña y mediana industria, tecnología, infraestructura, innovación y maestrías en negocios.

### **Harvard Business Review América Latina** hbral.com

La versión en español de la prestigiosa *Harvard Business Review* cuenta con un portal sobrio y funcional. Destacan las secciones de liderazgo, comunicación, finanzas y contabilidad, innovación e iniciativa, desarrollo organizacional, mercadeo y ventas, gestión operativa, tecnología y estrategia. Funciona en la modalidad de suscripción. Ofrece como principal ventaja la posibilidad de consultar en línea un vasto archivo de ponencias

y casos de estudios elaborados por el grupo de académicos de la Universidad Harvard y los más famosos gurús del mundo de los negocios.

### **Capital** revistacapital.cl

Esta publicación con diez años de trayectoria en el mercado editorial sureño tiene la virtud de retratar en sus páginas las principales claves de la impactante economía chilena. También acostumbra entregar a sus lectores *dossiers* de información relevante sobre las marchas y contramarchas del Mercosur. Sin duda, un portal de obligatoria revisión.

### **EKA Revista Empresarial** ekaenlinea.com

Para todos aquellos ejecutivos interesados en invertir en la floreciente economía panameña o en otros destinos de la región centroamericana, la revista empresarial EKA, de periodicidad mensual, constituye un excelente aliado. Resulta de interés el apartado dedicado al monitoreo de las estadísticas nacionales de Costa Rica, Panamá, Nicaragua y El Salvador. Igualmente, en cada número se puede consultar un informe especial sobre algún tema importante del mundo de los negocios.

### **Alto Nivel** altonivel.com.mx

Portal informativo para empresarios y ejecutivos. Entre las secciones que pueden ser revisadas por los visitantes se cuentan finanzas, liderazgo, iniciativa empresarial, innovación, posgrados,

mercadeo, negocios, indicadores económicos y estilos de vida. También pueden revisarse los interesantes reportajes sobre la vida organizacional de las corporaciones mexicanas más relevantes.

### **Puro Marketing** puromarketing.com

Diario digital en español que busca «mantener informados a sus usuarios, miembros y visitantes de las noticias y hallazgos más actuales y relevantes del mercadeo y la publicidad, a la vez que generar una gran comunidad virtual donde los miembros participantes puedan adquirir notoriedad e identidad propia». La publicación presenta trabajos especiales sobre mercadeo viral, mercadeo por correo electrónico, marcas, mercadeo de guerrilla, mercadeo turístico, mercadeo directo, mercadeo deportivo y redes sociales.

### **El Blog Salmón** elblogsalmon.com

Blog divulgativo de informaciones económicas y financieras. Sus autores escriben con soltura sobre temas diversos: historia de la economía, indicadores y estadísticas, sectores productivos, entorno empresarial, inversiones, seguridad jurídica, mercados financieros, políticas laborales, iniciativa empresarial, desarrollo profesional, capital social y reseñas de libros especializados. Una de las virtudes de la página es el buen ritmo de actualización de los materiales de lectura. 

### **Rafael Jiménez Moreno** Comunicador social y egresado del IESA