

Studien zur
romanischen Sprachwissenschaft
und interkulturellen Kommunikation

HERAUSGEGEBEN VON GERD WOTJAK

Band 54



PETER LANG

Frankfurt am Main · Berlin · Bern · Bruxelles · New York · Oxford · Wien

Sonia Bravo Utrera/Rosario García López
(eds.)

Estudios de traducción:
Perspectivas

Zinaida Lvóvskaya in memoriam



PETER LANG

Internationaler Verlag der Wissenschaften

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der
Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische
Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Impreso con el apoyo del Departamento
de Filología Moderna, de la Facultad
de Traducción e Interpretación, y del Departamento
de Filología Española, Clásica y Árabe de la
Universidad de Las Palmas de Gran Canaria.

Comité Científico

Enrique Bernárdez Sanchís, Universidad Complutense de Madrid
Sonia Bravo Utrera, Universidad de Las Palmas de Gran Canaria
Ángela Collados Aís, Universidad de Granada
Pilar Elena García, Universidad de Salamanca
Leandro Félix Fernández, Universidad de Málaga
Rosario García López, Universidad de Las Palmas de Gran Canaria
Vicente Marrero Pulido, Universidad de Las Palmas de Gran Canaria
Elena Sánchez Trigo, Universidad de Vigo

Comité Editor

Sandra Marrero Morales, ULPGC
María Jesús Vera Cazorla, ULPGC

Gedruckt auf alterungsbeständigem,
säurefreiem Papier.

ISSN 1436-1914
ISBN 978-3-631-58907-6

© Peter Lang GmbH
Internationaler Verlag der Wissenschaften
Frankfurt am Main 2009
Alle Rechte vorbehalten.

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich
geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des
Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages
unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für
Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die
Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

www.peterlang.de

Comité Científico

Enrique Bernárdez Sanchís, Universidad Complutense de Madrid
Sonia Bravo Utrera, Universidad de Las Palmas de Gran Canaria
Ángela Collados Aís, Universidad de Granada
Pilar Elena García, Universidad de Salamanca
Leandro Félix Fernández, Universidad de Málaga
Rosario García López, Universidad de Las Palmas de Gran Canaria
Vicente Marrero Pulido, Universidad de Las Palmas de Gran Canaria
Elena Sánchez Trigo, Universidad de Vigo

Comité Editor

Sandra Marrero Morales, ULPGC
María Jesús Vera Cazorla, ULPGC

Patrocinadores

Departamento de Filología Moderna, ULPGC
Facultad de Traducción e Interpretación, ULPGC
Departamento de Filología Española, Clásica y Árabe, ULPGC

Vocabulario de los negocios en textos periodísticos

M. Josefa Reyes Díaz

Universidad de Las Palmas de Gran Canaria

Introducción

Suscribimos la idea expuesta por M. V. Romero Gualda (1999) sobre la función cultural y lingüística que cumplen los medios de comunicación en nuestra sociedad y su relevancia como fuente y asidero que reflejan las innovaciones lingüísticas de los grupos sociales que, al ser imitados por los usuarios, van fraguando nuevos hábitos lingüísticos que con el tiempo terminan por consolidarse en el sistema lingüístico. Por eso, el análisis de los textos periodísticos para detectar las novedades léxicas, las preferencias por los modelos de creación y los influjos interlingüísticos ha interesado tanto a autoridades en la materia, como Emilio Lorenzo, F. Lázaro Carreter, Manuel Seco, M. Alvar Ezquerra, entre otros. Esta preocupación no ha declinado, sino, por el contrario, la bibliografía al respecto ha ido acrecentándose y ha cobrado tal magnitud que ha dado lugar al encuentro, para un trabajo conjunto, entre periodistas, escritores y filólogos en los Congresos Internacionales de la Lengua Española (en Zacatecas, Valladolid, Rosario y Cartagena de Indias). En efecto, es obvio que el género periodístico, en concreto, recoge las maneras de expresarse de la gente de la cultura, la clase política y los gestores de la economía que conforman, representan y modifican la cultura de una sociedad. Precisamente, por su prestigio, son tomados como modelos de referencia e imitados en sus modos expresivos. La prensa escrita ha venido utilizándose como material del que sustraer los errores que atentan contra el uso normativo de la gramática, del plano gráfico y de los significados léxicos, pero también para espigar los neologismos de toda índole que atañen tanto al plano léxico como al fraseológico (González Calvo, Montero Curiel, Terrón González 1999). Siguiendo esta tradición, el estudio que presentamos también recolecta palabras de la prensa escrita, pero de unas páginas concretas, las del *El País Negocios*, que se publican todos los domingos. De tales páginas tomamos los términos que están escritos en cursiva, como señal de que son neologismos, pero ya se sabe que esto no siempre es así porque, pese a que muchas de ellas llevan muchísimo tiempo en rodaje y ya figuran sus lemas en los diccionarios, los usuarios las tratan como elementos nuevos. También es cierto que la letra cursiva se ha generalizado para indicar que una palabra aún está considerada como extranjerismo en la conciencia del hablante.

Algunas de las palabras escritas en cursiva en las páginas destinadas a dar las noticias del mundo de los negocios son anglicismos. Los préstamos de esta procedencia se dan con profusión en determinados campos del saber como en el deporte

(*rafting, snowboard*), los estilos artísticos (*tecktonik, breakdance, hip-hop*), las nuevas tecnologías (*hacker, keyloggers*), la moda (*top model, fashion, look*), y, de modo especial, proliferan en el mundo de los negocios (*marketing, monoline*), donde confluyen préstamos propios de la terminología relativa a las áreas financieras y empresariales junto con otros elementos foráneos menos específicos, pero que están ahí, en las páginas de los negocios, por ser nombres de objetos de trueque. Son las voces de este contexto las que nos hemos propuesto recoger. Por lo tanto, el objetivo del presente trabajo consiste en presentar el resultado de la descripción de una lista de términos tomada de las páginas de *El País Negocios*. El corpus sobre el que operamos, después de desechar otros materiales recopilados en el año 2005, está conformado por las ediciones que corresponden a los meses de mayo y diciembre del año 2007.

Este artículo está enmarcado en la línea de estudio que indaga los lazos que ligan las palabras con la realidad circundante. Comenta una lista de palabras cuyos significados dependen y reflejan lo que ocurre fuera de la lengua, por lo cual el nacimiento, estabilidad, mutación o desuso de tales términos está en consonancia con lo que les sucede a los referentes por ellos designados.

1. Relación de términos del vocabulario de los negocios

La voz **Alpha** es un término bursátil que identifica las variaciones de los precios. Es una medida que calcula y ajusta el excedente de rentabilidad de un fondo o valor. El *Diccionario de Términos de la Bolsa* (Mateo Martínez y Alcaraz Varó, 2003) explica cuando se emplea esta palabra:

“En resumen, los generadores de *alpha* [rentabilidad por encima de los índices] tendrán muchas oportunidades de demostrarlo y trasladar a la rentabilidad relativa esa mayor incertidumbre que pesa sobre la dirección de las bolsas”, concluye Buñesch.

(16-12-2007, p. 8)¹

La expresión **Baby bells** procede del inglés americano. En Estados Unidos se formaron a partir de la compañía telefónica AT&T siete compañías operativas regionales independientes, las *Baby Bells*. El apodo se fraguó a partir de *baby* y el apelativo *BELL*, que proviene del nombre Bell Telephone Company, (donde Bell es el apellido de Alexander Graham Bell), que luego se convirtió en la antigua American BELL. Una *baby bell* es una pequeña compañía telefónica nacida del Sistema Bell de AT&T. El *Larousse Business Dictionary* (Álvarez, 2004) no recoge esta expresión ni tampoco el *Diccionario Técnico Económico-Financiero-Actuarial* (Villalón y Martínez Barbeito, 2003), sí la comenta M. Castelo Montero (2003):

En los próximos años disminuirá el número de operadores en Europa, y aumentará su tamaño y su ámbito geográfico. El sector seguirá la misma tenden-

¹ Este ejemplo – y todos los que siguen – han sido tomados del diario “El País Negocios”.

cia que en Estados Unidos, donde ha fracasado la aventura de fragmentar el mercado de las telecomunicaciones, y las *baby bells* regionales han vuelto bajo el paraguas de AT&T.

(10-6-2007, p. 18)

Un **banner** es un formato publicitario que opera a través de Internet, consistente en introducir un anuncio publicitario dentro de una página web. Es una nueva vía publicitaria (y, por lo tanto, un término ligado al comercio), que refleja los avances tecnológicos informáticos. Según Wikipedia (24-1-2008) el término *banner* se utiliza para denominar todo tipo de formatos publicitarios digitales. Nos encontramos ante un neologismo bastante reciente. Su corta vida justifica que *banner* aún no esté documentado en los diccionarios impresos consultados. La introducción de este término, como la de tantos otros, avala la hegemonía del mundo anglosajón en los sistemas culturales publicitarios, informáticos y económicos. Para *Larousse Business Dictionary* (Álvarez, 2004) significa ‘publicitario’. El *Diccionario Técnico Económico-Financiero-Actuarial* (Villalón y Martínez Barbeito 2003) no lo recoge:

La publicidad gráfica (*banner*, ventanas que se abren al abrir una página, etc.), es “una publicidad más compleja porque el usuario no participa en ella”, explica Oliva. Con ella no sólo se busca que el internauta acceda a las páginas del anunciante, sino también el posicionamiento de marca.

(20-6-2007, p. 13)

Blue chips. El significado literal de esta voz anglosajona es ‘de primera categoría’ o ‘valor de primer orden’, según el *Diccionario Técnico Económico-Financiero-Actuarial* (Villalón y Martínez Barbeito, 2003). Algunas de las descripciones que figuran en el espacio de Internet refieren las empresas sólidas y de renombre que han demostrado en épocas de crisis mayor capacidad que la mayoría para soportarla. La página http://es.mini.hu/economia/blue_chips.html expone que ‘son los valores de cotización ascendente con gran calidad en sus datos fundamentales y a los que se asegura el mantenimiento de buenas posiciones en Bolsa’; por otro lado, habla de ‘mercado donde se negocia los valores mobiliarios’; y de ‘las mejores empresas de un país, reconocidas por la calidad de sus productos y estados financieros’. El *Larousse Business Dictionary* (Álvarez, 2004) ofrece dos acepciones, la primera, en cuanto que sustantivo, expresa que es ‘acción de gran liquidez’ y la segunda, como adjetivo, denota ‘las empresas punteras’. Desde una perspectiva etimológica, el tecnicismo *blue chips* es un compuesto de *blue* ‘azul’ y *chips* ‘fichas’. La expresión surgió posiblemente por asociación con la ficha de color azul, que es la de más alto valor en el juego del póquer:

Otro rasgo fue la entrada en el capital de empresas debutantes en el parque como Técnicas Reunidas, Grifols o General de Alquiler de Maquinaria, que se ha mantenido y reforzado en este 2007, donde además se ha virado más hacia los principales *blue chips* (valores de gran capitalización) españoles.

(16-12-2007, p. 8)

Bluetooth es un sistema de comunicación para redes inalámbricas de área personal que posibilita la transmisión de la voz entre diferentes dispositivos o transfiere datos de unos aparatos a otros. Es un medio que conecta diferentes tecnologías. Se utiliza en un gran número de productos tales como teléfonos, impresoras, módems y auriculares. El nombre, según nuestras pesquisas, procede del apelativo, por un proceso de comparación, del rey danés y noruego Harald Blatand que equivale al inglés Harold Bluetooth (*diente azul*), conocido por sus especiales dotes comunicativas y por su capacidad para aglutinar y unir a grupos de población de orígenes diversos. Realmente, este tecnicismo deriva del apellido inglés:

La publicidad que introducen a los móviles a través de *bluetooth* cuando los usuarios atraviesan algunas zonas ¿no vulnera la privacidad?

(10-6-2007, p. 3)

Los bonos basura, como puede constatarse en la cita periodística que adjuntamos, es un calco de *junk bonds*. Se denominan *bonos basura* en la jerga bursátil a aquellas obligaciones o bonos emitidos por entidades a los que se les atribuye baja valoración financiera, por considerar que el inversor corre un mayor riesgo financiero. Pero, aunque parezca contradictorio, la existencia de una gran inseguridad lleva consigo un mayor rendimiento. Es decir, debido a que estos *bonos basura* tienen un alto riesgo, el emisor ofrece un tipo de interés mayor que el de otras obligaciones más seguras. Por eso, se los denomina en el lenguaje más formal con el tecnicismo *bonos de alto rendimiento*. Estas emisiones son activos utilizados por empresas poco conocidas o aquellas que tienen mala reputación en cuanto a solidez crediticia para financiar sus proyectos de inversión. Por eso, tales bonos son calificados de no inversión, y es esa baja calificación, que supone que existe la probabilidad de que los propietarios de dichos bonos no cobren los cupones, la que propicia el concepto de *bonos basura* o *bonos de alto riesgo*, según la información recabada de páginas de Internet. Otra de las fuentes consultadas, el *Diccionario Técnico Económico-Financiero-Actuarial* (Villalón y Martínez Barbeito, 2003), traduce *junk bond* como 'bonos basura de alto riesgo':

Es bien sabido que en la economía americana se dan rasgos distintivos respecto a lo que ocurre en otras economías desarrolladas, como las europeas. Uno de estos rasgos es la afición, por llamarlo suavemente, por los activos de la baja calidad, lo que hace lustros se llamaba bonos-basura (*junk bonds*) cuyo abuso llevó a la cárcel a más de un exitoso *broker*.

(24-7-2007, p. 19)

Boom significa 'bonanza, período de prosperidad'. El *Nuevo Diccionario de Anglicismo* (Rodríguez González y Lillo Buades, 1997) registra varias acepciones del préstamo que señalan el 'alza brusca de los valores de la bolsa', 'prosperidad económica, súbita y poco estable, de una empresa o estado' y 'desarrollo súbito y espectacular de un fenómeno'. El *Larousse Business Dictionary* (Álvarez, 2004) revalida las definiciones expuestas al aludir al 'crecimiento rápido' de un negocio. E. Lorenzo (1996) ha consignado el empleo de *boom* en la jerga económica:

Las constructoras, que llevan años diversificando actividades y mercados en prevención del fin del *boom* inmobiliario y de una caída de las inversiones públicas en España, han pisado el acelerador en 2007. (30-12-2007, p. 6)

El préstamo **boutique** es un galicismo con varias décadas de rodaje. Es una tienda pequeña, pero de ropa de moda, de género de venta exclusiva, en principio. Este vocablo ha ampliado su designación a tienda de productos selectos. Aparece documentada en la vigésima segunda edición del *DRAE* (2001). Se entiende la aparición de *boutique* en nuestra muestra por la sencilla razón de que es un centro de venta, que empezó a prosperar con la comercialización de vestidos confeccionados, y así la *boutique* se distinguió de las tiendas que hasta entonces vendían tejidos destinados a la confección particular. En el negocio de la moda y de la alta costura ha sido y es un referente la costura francesa, de ahí que nos haya transferido este vocablo:

Y claro, para ello lo mejor es mirar a Francia y a su capital, París. El diseño de las tiendas de Bimba & Lola se inspira en la *boutique* francesa. Son superficies pequeñas, un espacio comercial de unos 60 metros cuadrados, que permite la atención personalizada a los clientes, en las que lo primero que se ve son los complementos. Luego, la ropa. Un portavoz de la firma lo explica: "El accesorio define el lujo."

(16-12-2007, p. 14)

Boutique es además un término que en su acepción financiera define a la agencia de Bolsa pequeña y especializada que ofrece servicios concretos a un número limitado de clientes (Mateo Martínez y Alcaraz Varó, 2003). El término en su acepción financiera proviene del inglés.

Un **broker** es un 'corredor, comisionista, intermediario'. Al respecto, la descripción de F. Rodríguez González y A. Lillo Buades (1997) denota el corredor de bolsa y al agente encargado de otras operaciones financieras. El *broker* es el agente o corredor que actúa como intermediario entre un comprador y un vendedor, por lo que cobra una comisión; el *broker* es, por lo tanto, aquel experto en finanzas que hace de asesor sobre temas financieros o relacionados con los negocios. No disiente de este sentido el *Larousse Business Dictionary* (Álvarez, 2004), que ofrece como opciones equivalentes *corredor, agente, agente de bolsa, corredor de bolsa*. En lo que se refiere a su empleo, el *Diccionario Panhispánico de Dudas* (2005) presenta el anglicismo con la forma adaptada a la grafía acentual del español (*bróker*) y recuerda que el plural que le corresponde es *bróqueres*. Asimismo reconoce que el préstamo, por ser innecesario, puede ser sustituido por expresiones españolas de sentido equivalente, como *agente financiero, de seguros* o *bursátil*. Sobre esta voz E. Lorenzo (1996: 140) realiza un exhaustivo rastreo de la etimología de la palabra en cuestión que le conduce a concluir que la voz inglesa procede del francés, donde está documentada ya en el siglo XIV con el significado de 'intermediario'. Así pues es una palabra de larga vida:

Ese análisis es el punto de partida en una negociación entre el *broker* de seguros y las diferentes aseguradoras, en las que se intentará llegar a un acuerdo entre los intereses contrapuestos del asegurado y los de las aseguradoras. (16-12-2007, p. 4)

El término **build ups**, según el *Larousse Business Dictionary* (Álvarez, 2004), puede entenderse como ‘ampliar, forjar, aumentar, promover’. La expresión *build up* posee el sentido de ‘edificar, construir, montar, crear la imagen de un producto’ aunque, en realidad, las *build ups* son sociedades planificadas o proyectadas desde un despacho y puestas en marcha por medio de una cadena de sucesivas adquisiciones. Las *build ups* pueden crearse con vistas a un posible comprador. En realidad, la secuencia textual que sigue es bastante explícita:

Construir una gran empresa desde la nada, en tres o cuatro años, parece cosa de magia, pero es una actividad que se hace cada vez más en España. Y funciona. Son las denominadas *build ups*, unas sociedades planificadas desde un despacho y ejecutadas mediante una cascada de sucesivas adquisiciones.

(17-6-2007, p. 5)

Buyouts es un término financiero que en *Larousse Business Dictionary* (Álvarez, 2004), donde figura escrito como *buy-out*, es ‘adquisición de todas las acciones’. Para M. Castelo Montero (2003) es ‘compra de control’. El concepto no es viejo. Consiste en la compra por parte de un grupo de inversores de todo el capital de una empresa, con la peculiaridad de que solo aporta una pequeña parte del precio de compra entre un 10 y un 15% en forma de acciones, mientras que el resto se materializa en deuda a largo plazo. El *buyout* pone de manifiesto una forma de cooperación entre la empresa y los accionistas, que suelen ser los directivos actuales o los futuros, o los empleados. Este modo de operar surgió en Estados Unidos en los años sesenta y se ha extendido últimamente a Canadá, Australia y Gran Bretaña:

Frente a los *buyouts*, operaciones muy financieras, los *build ups*, que reconcilian al sector con su vocación esencial (promover nuevos negocios), suelen estar muy bien vistas.

(17-6-2007, p. 6)

Call centres. El significado registrado en el *Larousse Business Dictionary* (Álvarez, 2004) es ‘centro de atención telefónica’. El significado literal de *call centres* es ‘centros de llamadas’, de *call* ‘llamada’ y *centres* ‘centros’:

Durante este tiempo ha implantado más de 300 plataformas de *call centers*, con una cuota que supera el 50% del mercado nacional y con una importante presencia en el resto de Europa y Latinoamérica.

(3-6-2007, p. 11)

El préstamo **catering**, como identifica su terminación, es un anglicismo que ha penetrado en el lenguaje comercial. La voz en cuestión designa, primeramente, la comida servida durante un trayecto más o menos largo en los aviones; más tarde, pasó a denominar “la comida preparada que una empresa dedicada a estos menes-

teres suministra a un conjunto de personas reunidas por razones de trabajo, estudios, celebración, etc. y, asimismo, el lugar donde se elabora este servicio.” El *Diccionario Panhispánico de Dudas* (2005) propone la adaptación gráfica *cáterin*, de género invariable, recomendación que nadie parece considerar, si nos atenemos a los casos registrados en el corpus:

En el mercado nacional, el grupo ultima su entrada en el canal de venta a la distribución profesional, para hoteles, restaurantes y *caterings*. Fuera, el primer gran paso será la irrupción en las mesas de la Europa del Este.

(16-12-2007, p. 15)

La traducción literal del término inglés **cash flow** (formado a partir de *cash* ‘caja, liquidez’ y *flow* ‘flujo’) es ‘flujo de caja’. Refleja los recursos generados por una empresa en un período de tiempo determinado. Uno de los glosarios consultados (Equipo de expertos 2100, 1994) explica el contenido del anglicismo diciendo que es el saldo neto entre cobros y pagos de una empresa, o suma de beneficios y amortizaciones; esto es, indica la solvencia o rentabilidad de la empresa. El *Diccionario Técnico Económico-Financiero-Actuarial* (Villalón y Martínez Barbeito, 2003) recomienda como posibles traducciones: ‘recursos generados, flujo de caja, generación de fondos, fondos monetarios, y movimientos de tesorería’. El *Diccionario Panhispánico de Dudas* (2005) prefiere el calco *flujo de caja* al préstamo crudo *cash flow*. Por su parte, Emilio Lorenzo (1996: 150) data este término como un neologismo inglés que puede traducirse por ‘*liquidez, efectivo o fondos generados*’:

La construcción pura y dura genera muchos ingresos, mucho *cash flow* (flujo de caja), pero poca rentabilidad [entre un 3% y un 6%, según la compañía de la que se trate]. El juego, por tanto, es invertir ese *cash flow* en negocios más lucrativos.

(30-12-2007, p. 13)

El vocablo **chairman** significa ‘presidente’. Esta palabra compuesta de *chair* ‘silla’ y *man* ‘hombre’, de origen anglosajón, en la jerga empresarial, designa al presidente de una compañía; también al presidente de una junta o consejo. Las fuentes consultadas permiten aseverar que no hay ninguna otra acepción referencial para el anglicismo compuesto:

El próximo alto cargo en desaparecer es el eterno superviviente, el ex presidente de Arcelor y actual *chairman* de la compañía, Joseph Kinsch, que dejará el cargo en la junta del 31 de mayo de 2008.

(16-12-2007, p. 9)

La lexía **coach** procede del ambiente deportivo, donde se emplea para designar al entrenador de un equipo. Muy recientemente pasa a las ciencias sociales como un neologismo con el sentido de ‘entrenador personal psíquico’. De ahí que el *coach* sea un especialista en *coaching* (etimológicamente ‘entrenamiento y enseñanza’), disciplina cuyo cometido consiste en potenciar las facultades de las

personas para que puedan definir y alcanzar las metas que se proponen, tanto en el plano personal como en el laboral. El *coach* ayuda o acompaña al cliente a incrementar su autoestima, a ordenar prioridades, a tomar decisiones. No es un consejero, sino un profesional que dispone de la formación y la técnica requerida para lograr que su cliente descubra el camino que en realidad desea recorrer y tome por sí mismo las decisiones que estime que son las más favorables y adecuadas. El *coach* ha penetrado en el mundo de los negocios, donde asesora al empresario, al directivo o al ejecutivo a conseguir sus objetivos empresariales y a mejorar sus metas profesionales. Por eso, este tecnicismo, aunque no es específico de la terminología empresarial y bursátil, aparece en el compendio de voces extranjeras recogidas de las noticias de los negocios:

Estos desagradables incidentes laborales suelen ocurrir cuando el jefe en cuestión "centra su foco de atención en el corto plazo, orientando su conducta más hacia el cumplimiento de las tareas profesionales que en la relación duradera con las personas con las que trabaja", señala la *coach* Maite Barón, directora de Building Visionary Organisations.

(17-6-2007, p. 34)

Commodity es anglicismo equivalente a los significados españoles 'mercancía, producto básico, artículo, materia prima, bien de consumo'. Está inventariado y descrito en el *Nuevo Diccionario de Anglicismo* (Rodríguez González y Lillo Buades, 1997) en su forma plural como 'materia prima y producto básico objeto de negociación en las bolsas de productos'. Asimismo lo consigna el *Diccionario Panhispánico de Dudas* (2005), que le atribuye el significado de 'producto objeto de comercialización' y precisa que es más frecuente el uso de la forma en plural *commodities*. Además, aconseja que, debido al carácter innecesario del extranjerismo, se sustituya en el acto de la escritura por alguno de los vocablos equivalentes disponibles en el idioma español:

Sobre estas y otras medidas es sobre lo que hay que debatir; son las que afectan a los ciudadanos; mucho más que las opas. La energía no es una *commodity*, es seguridad y es cambio climático.

(17-6-2007, p. 14)

Credit crunch es una expresión producto de la suma de las voces inglesas *credit* 'crédito' y *crunch* 'crujido, momento crucial' que figura en el *Diccionario de Términos de la Bolsa* (2003) con el significado de 'crisis crediticia' y que el *Larousse Business Dictionary* (2006) describe de manera más clara como 'restricciones al crédito'. A su vez, M. Castelo Montero (2003) explica que una de las acepciones del anglicismo alude a las restricciones impuestas por el gobierno para reducir el gasto y aumentar el ahorro:

Dadas las pérdidas registradas hasta ahora, las entidades financieras que han prestado sus recursos para apalancar la emisión de los productos estructurados podrían reclamar sus préstamos, no sin sufrir problemas en el camino, lo que

traería consigo la temida espiral de la contracción del crédito (*credit crunch*) con eventuales repercusiones macroeconómicas negativas.

(24-6-2007, p. 19)

La lexicogénesis de la expresión inglesa **fast fashion** deviene de la yuxtaposición de *fast* 'rápida' y *fashion* 'moda'. Por lo tanto, la traducción literal que le corresponde es *moda rápida*, como de *fast food* lo es 'comida rápida', sin embargo, resulta más apropiada la traducción *última moda*. El anglicismo que comentamos se puede rastrear en las noticias comerciales, anuncios publicitarios y muy especialmente, en las revistas del ramo de la alta costura, y se oye tanto la expresión completa como la lexía simple *fashion* en determinadas situaciones comunicativas. La expresión inglesa no está documentada ni en el *Nuevo Diccionario de Anglicismos* (Rodríguez González y Lillo Buades, 1997) ni en el *Diccionario Panhispánico de Dudas* (2005), lo que, en cierto modo, certifica el aspecto novedoso de su circulación. Si constan, respectivamente, las entradas *fashion* 'moda, boga; idear, elaborar' y *fast* 'rápido, veloz' en el *Diccionario de Terminología de la Bolsa* (2003), pero no la expresión sintagmática *fast fashion*. Esta voz debe evitarse:

El hecho de que buena parte de las prendas que se distribuyen por las tiendas cada dos semanas pertenecen a eso que se llama la *fast fashion*, diseños nuevos, con mayor componente de moda, y que tienen que ser producidos en cuestión de semanas o días, lo más cerca posible del mercado europeo, aconseja a no cambiar el modelo de centralización de plataformas en España.

(17-6-2007, p. 14)

Flexiseguridad es un neologismo terminológico que ha nacido del debate sobre el mercado laboral europeo y en el desarrollo de políticas sociales en el marco de la Comunidad Europea. La idea que encierra esta palabra compuesta es la de que es posible que flexibilidad y seguridad laboral no sean antagónicas, sino compatibles, de modo que la empresa disfrute de mayor libertad para contratar y despedir y, a su vez, los trabajadores puedan aspirar a mejores empleos, pretender la movilidad ascendente en su lugar de trabajo o a cambiar de ocupación de acuerdo con las circunstancias o ambiciones. Así, el concepto de *flexiseguridad* conjuga flexibilidad en el mercado laboral y seguridad en los empleos:

En 2007, el término *flexiseguridad* se hizo un hueco en la documentación oficial de la Unión Europea. El objetivo de sus defensores es ir hacia un modelo laboral en el que, en lugar de garantizar el empleo, se asegure la empleabilidad de las personas, es decir, se propicie la movilidad a base de grandes desembolsos en formación a lo largo de toda la vida, de tal modo que sea sencillo cambiar de trabajo sin traumas.

(30-12-2007, p. 31)

La **franquicia**, palabra que se forma sobre la raíz *franco* 'libre, exento', es un tipo de contrato por el que un comerciante cede a otro la licencia de una marca de prestigio, junto con el método de hacer negocio, productos y su imagen pu-

blicitaria, a cambio de una tarifa periódica. El concepto de *franquicia* es, pues, un proceso de colaboración entre *franquiciador* y *franquiciado*, de modo que el primero otorga derechos y obligaciones al segundo. El *franquiciador*, dado que es un empresario que ha consolidado un negocio, es el responsable de una red comercial que tiene como cometido proporcionar información, asistencia técnica y otras prestaciones. En contraste, los *franquiciados* son los que compran la idea y se someten al control del tutor de la *franquicia*:

Tampoco era una persona con especial capacidad para atraer la atención de los negocios, como su rival tejano. Hoy, siete años después, su nombre es toda una *franquicia*.

(23-12-2007, p. 9)

Free float. Etimológicamente *free* significa 'libre' y *float* significa 'caja, reserva, valor'. El tecnicismo anglosajón compuesto *free float* (literalmente 'flotación libre') se traduce por 'capital flotante', que expresa la parte del capital social de una empresa, compañía o sociedad que cotiza libremente en bolsa y que no está controlado por accionistas ni por directivos de empresas. Según el *Diccionario Técnico Económico-Financiero-Actuarial* (Villalón y Martínez Barbeito, 2003), *free float* es el 'sistema de tasa de cambio caracterizado por la ausencia de intervención del gobierno'. La descripción que emite el *Larousse Business Dictionary* (Álvarez, 2004) apunta a 'las acciones de una empresa que cotizan libremente en el mercado'. En el mismo sentido obra M. Castelo Montero (2003) cuando se refiere a *free float* como las 'acciones emitidas puestas a disposición del mercado, capital de libre circulación, porcentaje de capital de una sociedad que se puede comprar y vender libremente en el mercado'. El término financiero que comentamos no figura ni en el *Diccionario Panhispánico de Dudas* (2005) ni en el *Nuevo Diccionario de Anglicismos* (Rodríguez González y Lillo Buades, 1997) ni en el *Diccionario de Términos de la Bolsa* (2003), lo que hace pensar que su incorporación es relativamente reciente:

Aparte de la compraventa para la cobertura de carteras, facilitar la intermediación o la cobertura para clientes, el Santander establece dos finalidades de su política de autocartera: facilitar "liquidez" al mercado (el *free float* es superior al 90%) y aprovechar "la debilidad" en el precio de las acciones "en relación con las perspectivas de la empresa a medio plazo."

(10-6-2007, p. 21)

La voz **handicap**, que, procedente del inglés *handicap*, equivale a las voces españolas 'desventaja', 'inconveniente', es propia de la jerga deportiva. Al respecto, Rodríguez González y Lillo Buades (1997) comentan que es una palabra que se gestó (*hand i' cap* 'mano en la gorra') en los ambientes de las competiciones hípcas para mencionar un sorteo que se hacía antes de celebrar una carrera de caballos. Luego, tomó el sentido de prueba ventajosa para los competidores del deporte hípcico en condiciones de inferioridad para establecer cierto equilibrio en las posibilidades del conjunto. El término extendió su alcance referencial a otros

deportes que adoptan este procedimiento. En este uso, el extranjerismo *handicap* puede traducirse por *compensación*. Asimismo, en el golf, según el *Diccionario Panhispánico de Dudas* (2005), donde la palabra aparece escrita con acento ortográfico (*hándicap*), significa el 'número total de golpes adjudicados antes de empezar a jugar'. Cuando la voz inglesa adquiere el sentido de 'situación desventajosa' es evitable por ser sinónimos suyos *obstáculo*, *impedimento*, *desventaja*, *dificultad*, *inferioridad*, que son los vocablos que deben sustituir al préstamo crudo, como se viene insistiendo desde hace más de dos décadas. E. Lorenzo (1996: 236) admite para *handicap* solo el significado general de 'desventaja, estorbo, obstáculo'. Este es el sentido que impera lógicamente en las noticias relativas al comercio, como puede inferirse de la siguiente secuencia:

Las mercancías vienen en barco, luego se cambian al tren y, para cruzar Europa, tienen que cambiarse de nuevo al camión. Éste es el mayor *handicap*, concluye desde Parc Logístic su gerente, Antonio Gracia.

(17-6-2007, p. 9)

Handling es un anglicismo que designa en los aeropuertos todo el servicio que se presta a los pasajeros, desde el avión hasta el servicio de equipajes. La etimología de la palabra remite a *handle*, que significa 'manejar, encargarse de' más la desinencia *-ing*. No está registrada en el *Diccionario Panhispánico de Dudas* (2005), pero sí aparece en la relación de E. Lorenzo (1996: 236) con el valor de 'servicio de asistencia en tierra a aeronaves, pasajeros y mercancías':

Porque lo que de verdad hace atractiva a la aerolínea son sus líneas con Latinoamérica; aunque sin olvidar negocios como el *handling* (servicios aeroportuarios en tierra) o la rama de cargo.

(17-6-2007, p. 11)

Head hunter es una expresión de la jerga del negocio. Generalmente reciben esta denominación las agencias dedicadas a la búsqueda del personal idóneo para suplir determinadas vacantes, sobre todo se ocupan de la selección de personas para ocupar cargos directivos. A cambio de este servicio perciben una comisión fijada en función del salario del seleccionado. Este extranjerismo está documentado en el *Larousse Business Dictionary* (Álvarez, 2004) como 'cazatalentos':

Una de las grandes evoluciones en estos últimos años son las herramientas con las que estamos trabajando. Históricamente los *head hunter* trabajan con ternas. Pasan cinco o seis meses desde que el cliente pide un servicio hasta que lo resuelven, y nosotros en nuestro nivel lo hacemos en cuatro semanas.

(2-12-2007, p. 3)

El término **hedge funds** se traduce al español por 'fondos especulativos, fondos de inversión, fondos de inversión libre, fondo de cobertura'. Según el *Diccionario Técnico Económico-Financiero-Actuarial* (Villalón y Martínez Barbeito, 2003), el *hedge fund* es el 'fondo de cobertura'; para el *Larousse Business Dictionary* (Álvarez, 2004), el 'fondo de inversión de alto riesgo' y para el *Diccionario*

nario de *Términos de la Bolsa* (Mateo Martínez y Alcaraz Varó 2003) es el 'fondo de inversión de riesgo'. El término de que hablamos no está datado ni por E. Lorenzo (1996) ni en el *Nuevo Diccionario de Anglicismos* (1997), lo que demuestra que no es un anglicismo viejo:

No es por ello verídica la imagen de héroe patrón de los accionistas minoritarios con la que se envuelve el presidente de Endesa (sí podría serlo en el último año de los *hedge funds* especuladores), ya que los que acudieron en 1998 a la última privatización sólo recuperaron lo invertido en 2005.

(17-6-2007, p. 14)

La voz **holding** designa la empresa que controla una o más empresas subsidiarias. El filólogo E. Lorenzo señala que *holding* (1996: 242) surgió como neologismo terminológico para designar un 'conjunto de empresas bajo control superior' y repasa las definiciones de diccionarios y libros de estilo que en general apuntan a 'grupo financiero, industrial, grupo de empresas'. Aún el anglicismo conserva su aspecto original, tanto en la prensa como en el *DRAE* (2001) y en el *Diccionario Panhispánico de Dudas* (2005), pese a llevar muchos años en rodaje:

Nueva Rumasa, como el *holding* anterior, se ha levantado con el protagonismo de toda la familia, pero con la figura de José María Ruiz Mateos como eje en todas las operaciones.

(10-6-2007, p. 8)

Joint venture significa 'operación o empresa conjunta'. La palabra *joint venture* denomina un conjunto de empresas que se unen para ejecutar un proyecto o negocio determinado, por eso, Rodríguez González y Lillo Buades (1997) proponen las traducciones 'agrupación de empresas, empresa conjunta, empresa mixta o negocio conjunto'. El *Diccionario Técnico Económico-Financiero-Actuarial* (Villalón y Martínez Barbeito, 2003) enumera como traducciones alternativas 'riesgo colectivo, empresa colectiva, sociedad en participación'. E. Lorenzo (1996: 258, 1999: 24) hace algún tiempo comentó de soslayo (1999) que 'coinversión' es la equivalencia correcta de *joint venture*:

En el segmento de los dulces, el nuevo grupo inició su entrada en el mercado con la compra de Chocolates Trapa, en la localidad de Dueñas. El desarrollo de los programas de innovación ha supuesto colocar en el mercado nuevos productos tras una *joint venture* con la suiza Frei bajo la marca Trapa Swiss. En 2005 se incorporó al grupo la marca de galletas y chocolates Elgorriaga, propiedad de la firma francesa Cantalou.

(10-6-2007, p. 8)

Know-how significa 'habilidad, conocimiento' (Rodríguez González y Lillo Buades, 1997), por lo que suele emplearse en alusión al conjunto de conocimientos técnicos y habilidades que se requieren para desarrollar una actividad en el mundo de los negocios; es decir, designa el conjunto de conocimientos prácticos adquiridos y verificados. Este anglicismo es innecesario. El *Diccionario Panhispánico de Dudas* (2005) recomienda usar en su lugar la locución española *saber hacer*:

Entiendo por socio de referencia cuando es de tu mismo sector, con una aportación de *knowhow*. Por ejemplo, si Indra ayuda a desarrollar un proyecto a una empresa de IT de cualquier otro país y adquiere un 15% del accionario.

(17-6-2007, p. 8)

La palabra **marketing** designa tanto los procesos de distribución, promoción y presentación de un producto como la investigación relativa al estudio previo de aspectos del mercado de un producto determinado (Equipo de expertos 2100, 1994). Los usuarios siguen prefiriendo el anglicismo a su equivalente 'mercado-tecnia'. Aunque el *Diccionario Panhispánico de Dudas* (2005) aboga por la voz española mercadotecnia, que significa literalmente 'comercialización', propone la adaptación gráfica *márquetin*:

A principios de mayo fue con la Universidad de Salamanca y hace apenas una semana ha sido con la escuela de negocios y *marketing* ESIC

(3-6-2007, p. 36)

Outsourcing es un tecnicismo empresarial que denomina la 'externalización de una parte de la producción' o 'subcontratación', según los diccionarios especializados. El académico E. Lorenzo (1996) precisa que *outsourcing* designa una serie de actividades especializadas (contabilidad, limpieza, vigilancia) controladas desde la empresa:

La subcontratación es otro de los aspectos más destacados. Según el estudio de DBK, en los últimos años se ha observado una clara tendencia al *outsourcing* de los servicios de almacenaje y manipulación de mercancías.

(17-6-2007, p. 6)

El acrónimo **pyme** fue creado a partir de las siglas de las palabras *pequeña y mediana empresa (PYME)*, que es su significado literal. La *pyme* es un tipo de empresa, que genera mucho empleo, con un número reducido de trabajadores (generalmente entre 50 y 120 empleados) y cuya facturación es moderada. El concepto de *pyme* está determinado por el volumen de ventas y el número de trabajadores:

La adopción o no del Plan de *Pyme* deberá evaluarse en función de las particularidades de cada caso. Sin duda, los profesionales de la contabilidad tienen mucho trabajo por delante.

(30-12-2007, p. 4)

Los **small caps** son 'fondos de inversión de pequeña capitalización, fondos de pequeños valores.' Esta expresión no está registrada en ninguno de los diccionarios consultados para la realización de este trabajo descriptivo:

Mateos explica que el ciclo de las *small caps* (compañías de pequeña capitalización) ha terminado y ahora están sobrevaloradas en su mayor parte, con un PER (relación entre el beneficio y la cotización) de hasta 20 veces o más, cuando el ratio del Bies ha estado en torno a 15 veces.

(16-12-2007, p. 9)

En las páginas dedicadas a las noticias de los negocios, el vocablo **spin-off** se emplea en sustitución de 'subproducto, sucedáneo y derivado', que es la traducción que ofrece el *Diccionario Técnico Económico-Financiero-Actual* (2003). El uso del término foráneo es superfluo:

De la cola a la cabeza. Andalucía ha pasado de ocupar los últimos puestos en creación de empresa *spin-off* a encabezar la clasificación nacional con 33 empresas innovadoras surgidas de la investigación universitaria en 2006. El año pasado encabezó la lista de comunidades con casi el 27% del total nacional, seguida de Madrid.

(23-12-2007, p. 5)

El préstamo **stand**, fiel reflejo del étimo inglés, aún no ha sido hispanizado, aunque su estancia en el español es larga (*vid.* Lorenzo, 1996: 422), además de innecesaria por no cubrir un vacío significativo. Es conmutable, según cuál sea el referente, por las voces 'pabellón, caseta, puesto', sinónimos con los que convive y a los que desplaza de los textos en los que figura. La presencia del anglicismo está documentada desde hace muchísimo tiempo (Lorenzo, 1996):

En ellas participaron más de 21.000 expositores directos, cuyos *stands* fueron visitados por 3.8 millones de personas.

(30-12-2007, p. 14)

Stock es uno de esos anglicismos polémicos por su carácter innecesario, pues su significado más general alude a las existencias o acumulación de materias primas o bienes no vendidos, que en el español está estructurado bajo las formas 'surtido, existencia y almacenamiento'. Pese a ello, el extranjerismo es frecuente en el lenguaje comercial, y a estas alturas parece imposible imaginar que su uso decaiga aunque desde su nacimiento ha sido constantemente descalificado por las autoridades que en estos años han estado velando por la vida y la función de las palabras patrimoniales. En los diccionarios y en los textos figura con la forma inadaptada:

De una situación tradicionalmente excedentaria, con montañas de *stocks* en los organismos de intervención comunitarios, se ha pasado a otra de *stocks* bajo mínimos y a la necesidad de contar con importaciones para un adecuado abastecimiento.

(17-6-2007, p. 16)

El anglicismo financiero **subprime** que aparece en los últimos tiempos en la prensa alude a las hipotecas o créditos de alto riesgo, variedad de préstamo común en el sistema de concesión de créditos de Estados Unidos, que funciona a partir de una escala de calificación por puntos. La calificación que reciba un sujeto estará en consonancia con el grado de solvencia de que disponga. Las personas que solicitan un préstamo son evaluadas a base de puntos. Los que superan los 850 puntos obtienen un crédito *prime* a un tipo de interés bajo, mientras que aquellos otros clientes que reciben una puntuación por debajo de 650 se consideran de alto riesgo (porque la clientela carece de aval, no tiene nóminas,

carece de estabilidad laboral, es morosa, con penuria económica, etc.) y, por ello, son los candidatos idóneos a los créditos *subprime*, con tipo de interés superior al de los otros préstamos hipotecarios y más gastos en comisiones. La palabra *subprime* es un neologismo. Por este motivo no aparece registrado en los diccionarios que hemos consultado para la descripción que nos ocupa. Si lo con-signa A. S. Ramírez en su trabajo sobre los anglicismos técnicos que elaboró en el verano de 2007 (en prensa). El concepto *subprime* que en español se traduce por 'hipotecas de alto riesgo, hipotecas de baja calidad o hipotecas basura' penetró en lenguaje de los negocios a partir del 8 de febrero de 2007 cuando las acciones de la sociedad hipotecaria estadounidense New Century se desplomaron un 36% en la Bolsa de Nueva York:

Después de un mes de enero tranquilo, llegó febrero y, por primera vez, la palabra *subprime* (hipoteca de alto riesgo) se incrustó en el vocabulario no ya de los agentes financieros sino del público en general.

(16-12-2007, p. 12)

En solo una de las noticias de los ejemplares de *El País Negocio* recopilados se utiliza exclusivamente el calco *hipotecas basura* que traduce la voz angloamericana *subprime*. El anglicismo se difunde en paralelo con su calco en la *Red* en sintagmas del tipo "Las hipotecas *subprime*", "la crisis *subprime*", "el impacto *subprime*", "en inversiones *subprime*", "la tormenta de las *subprimes*", "el inicio de la crisis *subprimes*", "la plaga de las 'hipotecas basura'", "un año de hipotecas 'basura'", lo que implica que el tema de este tipo de hipotecas ha estado en boga y han sido muy debatidas durante el año 2007:

La permanencia de las nubes grises en el horizonte del próximo año aconseja cautela a la hora de preparar las inversiones bursátiles. La crisis crediticia provocada fundamentalmente por las *hipotecas basura* de Estados Unidos a las que se han añadido posteriormente en España los aires de desaceleración económica y las tensiones inflacionistas, auguran una prolongación del ambiente de incertidumbre y la volatilidad que ha reinado durante los últimos meses.

(23-12-2007, p. 1)

La palabra inglesa **warrant**, literalmente 'justificante, autorización', suele emplearse con varios usos: comprobante con detalle de los bienes depositados en un almacén, derecho de acción u opción a largo plazo. En el contexto de los negocios es una garantía a un derecho de compra. Puede ser una escritura de compra, un certificado extendido por una sociedad que otorga a su poseedor el derecho a comprar o vender una cantidad determinada de un activo con condiciones acordadas. Es un bono de suscripción de títulos nuevos en condiciones fijadas con anterioridad:

Comprar y vender acciones. Una posibilidad de invertir en Bolsa que, pese a que sigue siendo la más utilizada, ha dejado de tener la exclusividad. Hace

tiempo que en el mercado aparecieron los futuros y opciones sobre acciones, los *warrants*.

(10-6-2007, p. 22)

El número total de palabras comentadas han sido 38 y, de ellas, las que han aparecido en mayor variedad de textos periodísticos son *subprime* y *marketing*, seguidas de *joing venture*, *stock* y *holding*. Consideramos que son neologismos las expresiones *banner*, *buill ups*, *coach*, *fash fashion*, *flexiseguridad* y el préstamo *subprime* y su traducción *hipoteca basura*. Por otra parte, nos hemos percatado de que los redactores a veces adjuntan a la expresión extranjera una aclaración del término, que es su traducción. Así, entre los casos recopilados, tenemos: *subprime* (hipoteca de alto riesgo); *subprime* (hipotecas *basura* de EEUU); *blue chips* (valores de gran capitalización); *stock options* (opciones sobre acciones); *joint ventures* (empresas mixtas); *hedge funds* (conocidos en español como fondos especulativos o, también, como fondos de inversión); *hedge funds* (fondos de alto riesgo), *handling* (servicios aeroportuarios en tierra), *cash flow* (flujo de caja), *lobby* (grupo de presión). Es sabido que este recurso técnico es bastante común cuando la palabra es inusual, pero hemos comprobado que no siempre es este criterio el que justifica tal procedimiento, sino la intención de facilitar la lectura al lector no familiarizado con este lenguaje. Menos recurrente es la inversión del orden que consiste en citar entre paréntesis la expresión extranjera que sirve de modelo a un término español, tal y como certifican las siguientes ilustraciones: “la crisis de los mercados de crédito (*credit crunch*)”, “ahora quiere serlo en la publicidad gráfica (*banner*, ventanas que se abren, etc.)” o “lo que hace lustros se llamaba *bonos-basura* (*junk bonds*)”. Por otro lado, comprobamos que los redactores ignoran las censuras a ciertos préstamos innecesarios que los expertos en el idioma español realizan, como lo demuestra el hecho de que sigan usando determinados anglicismos catalogados reiteradamente de prescindibles: *broker*, *stand*, *stock*, *handicap*, *cash flow*, *commodity*. Asimismo reparamos en que la escritura de ciertos anglicismos reflejan con fidelidad la forma recogida en la vigésima segunda edición del DRAE: *marketing*, *handicap* y *catering* y hacen caso omiso de las recientes proposiciones del *Diccionario Panhispánico de Dudas* que admite las adaptaciones *hándicap*, *cáterin* y *márquetin*.

En el vocabulario espigado hay palabras que no son tecnicismos específicos del lenguaje especializado de los negocios: *blog*, *brent*, *chat*, *chip*, *dossier*, *espresso*, *glamour*, *graffitis*, *hardware*, *hip hop*, *hackers*, *link*, *lobby*, *malware*, *máster*, *mountain bike*, *player*, *rally*, *tomate raf*, *ranking*, *sandwiches*, *software*, *think tanks*, *top model*, etc.

Conclusión

Las unidades del vocabulario comentado son ejemplos ilustrativos de los contactos lingüístico-culturales potenciados por las relaciones comerciales internacionales. Tales elementos evidencian la influencia de un sistema cultural (la economía) en la lengua y en su mutación. Constatan una vez más que la presencia de los anglicismos es pura consecuencia del dominio del inglés como lengua vehicular en las transacciones comerciales. Lo prueba, además, la circunstancia de que haya gruesos y diversos diccionarios bilingües (inglés-español y español-inglés) especializados en esta nomenclatura. Las voces descritas son tecnicismos y, como tales, tienen carácter internacional, por lo que los significados son los mismos en todas las lenguas que manejan la misma rama del conocimiento y del saber hacer. Es una parcela léxica igual en todas las lenguas que comparten un mismo dominio cultural.

Bibliografía

- Alvar Ezquerra, Manuel. “El neologismo: caracterización, formación y aceptabilidad”. *V Jornadas de Metodología y Didáctica de la Lengua Española. El Neologismo*. Ed. J. M. González Calvo, M. L. Montero Curiel y J. Terrón González. Cáceres: Universidad de Extremadura. Servicio de Publicaciones. 39-66, 1999.
- Álvarez, Teresa. *Larousse Business Dictionary*. Barcelona: Larousse Editorial, 2004, 2006.
- Castelo Montero, Miguel. *Diccionario comentado de términos financieros ingleses de uso frecuente en español*. La Coruña: Netbiblo, 2003.
- Equipo de expertos 2100. *Business English*. Barcelona: Editorial de Vecchi, 1994.
- González Calvo, José Manuel, María Luisa Montero Curiel y Jesús Terrón González (ed.). *V Jornadas de Metodología y Didáctica de la Lengua Española. El Neologismo*. Cáceres: Universidad de Extremadura. Servicio de Publicaciones, 1999.
- Lorenzo, Emilio. *Anglicismos hispánicos*. Madrid: Gredos, 1996.
- “Neologismo y anglicismo”. En J. M. González Calvo, M. L. Montero Curiel y J. Terrón González, *V Jornadas de Metodología y Didáctica de la Lengua Española. El Neologismo*. Cáceres: Universidad de Extremadura. Servicio de Publicaciones. 19-30, 1999.
- Mateo Martínez, José y Alcaraz Varó, Enrique. *Diccionario de Términos de la Bolsa*. Barcelona: Ariel, 2003.
- Ramírez, Ana Sofía. “Anglicismos técnico-culturales en la prensa escrita”. *Léxico y Cultura*. Ed. M. J. Reyes Díaz, en prensa.

RAE. *Diccionario de la Lengua Española*. Madrid: Espasa.

RAE y AALE. *Diccionario Panhispánico de Dudas*. Madrid: Santillana, 2005.

Rodríguez González, Félix y Lillo Buades, Antonio. *Nuevo Diccionario de Anglicismos*. Madrid: Gredos, 1997.

Romero Gualda, M. Victoria. "Neologismo y medios de comunicación". En J. M. González Calvo, M. L. Montero Curiel y J. Terrón González, *V Jornadas de Metodología y Didáctica de la Lengua Española. El Neologismo*. Cáceres: Universidad de Extremadura. Servicio de Publicaciones. 67-96, 1999.

Villalón, Julio G. y Martínez Barbeito, Josefina. *Diccionario Técnico Económico-Financiero-Actuarial*. La Coruña: Netbiblo, 2003.