

La enseñanza del español como lengua de los negocios y la economía (ENE) a nivel académico: retos y perspectivas.

Presentación de los editores invitados

Teaching Spanish for Business and Economics (SBE) in Higher Education: Challenges and Perspectives.

Introduction from the Guest Editors

Almudena Basanta

Universidad de Amberes

almudena.basanta@uantwerpen.be

Johannes Schnitzer

Wirtschaftsuniversität Wien

johannes.schnitzer@wu.ac.at

Lieve Vangehuchten

Universidad de Amberes

lieve.vangehuchten@uantwerpen.be

El dominio de una lengua extranjera con fines específicos se ha convertido en una herramienta fundamental para la comunicación efectiva en diversos contextos profesionales (Pérez Cañizares y Schnitzer, 2022). Tradicionalmente, el inglés ha sido la principal *Business Lingua Franca* (BLF), es decir, el idioma utilizado como medio común de comunicación en los negocios internacionales, pero el español aparece como una lengua clave en los negocios internacionales, sobre todo en América y Europa, con una influencia en constante expansión. Su funcionamiento como lengua franca en los negocios se basa, además de en criterios de vitalidad demográfica, en otros de índole económica y digital. Según datos del Anuario del Instituto Cervantes 2024,

Mastering a foreign language for specific purposes has become an essential tool for effective communication in various professional contexts (Pérez Cañizares and Schnitzer, 2022). Traditionally, English has been the main Business Lingua Franca (BLF), that is, the language used as a common means of communication in international business, but Spanish is emerging as a key language in international business, especially in the Americas and Europe, with an ever-expanding influence. Its functioning as a lingua franca in business is based not only on criteria of demographic vitality, but also on economic and digital criteria. According to data from the Instituto Cervantes Yearbook 2024, with a total of 600 million Spanish speakers, it is

con un total de 600 millones de hispanohablantes, es el segundo idioma más hablado del mundo por número de hablantes nativos (más de 500 millones) y el cuarto según el número total de hablantes (incluyendo los que lo hablan como segunda lengua), además de la lengua oficial en 21 países y muy presente en otros, como Estados Unidos y Brasil (Instituto Cervantes, 2024). El peso económico de países hispanohablantes como México, España, Colombia y Argentina, la inversión y comercio de empresas multinacionales que operan en múltiples países, la importancia del turismo, el crecimiento del sector tecnológico y el consumo de productos culturales en español, refuerzan su papel como lengua de negocios y la economía a nivel mundial. Conocido es el concepto del valor económico del español como materia prima, como medio de comunicación y como seña de identidad colectiva (García Delgado, 2021) y la relación entre una lengua como el español, que supone un activo económico capaz de añadir valor, y los retos ante los que se enfrenta para ser lengua de comunicación internacional.

Conocer el español económico supone una ventaja competitiva significativa en el mercado laboral actual: las empresas multinacionales y aquellas con proyección internacional buscan empleados, no solo que dominen una lengua extranjera, sino que puedan desenvolverse en entornos multiculturales y comunicarse eficazmente con clientes y proveedores en diferentes partes del mundo. En particular, el aprendizaje de una lengua extranjera con fines comerciales y económicos adquiere una relevancia creciente, al permitir mejorar la competitividad de individuos y organizaciones en un mercado internacional altamente interconectado. La habilidad para comprender y emplear la lengua del socio co-

the second most widely spoken language in the world in terms of the number of native speakers (more than 500 million) and the fourth in terms of the total number of speakers (including those who speak it as a second language), as well as being the official language in 21 countries and very present in others, such as the United States and Brazil (Instituto Cervantes, 2024). The economic weight of Spanish-speaking countries such as Mexico, Spain, Colombia and Argentina, the investment and trade of multinational companies operating in multiple countries, the importance of tourism, the growth of the technology sector and the consumption of cultural products in Spanish reinforce its role as a language of business and the global economy. The concept of the economic value of Spanish as a raw material, as a means of communication and as a sign of collective identity (García Delgado, 2021) is well known, as is the relationship between a language like Spanish, which is an economic asset capable of adding value, and the challenges it faces in becoming a language of international communication.

Knowledge of business Spanish gives a significant competitive advantage in today's labour market: multinational companies and those with an international presence are looking for employees who not only have a command of a foreign language, but who can also operate in multicultural environments and communicate effectively with customers and suppliers in different parts of the world. Particularly, learning a foreign language for commercial and economic purposes is becoming increasingly important, as it improves the competitiveness of individuals and organisations in a highly interconnected international market. The ability to under-

mercial facilita la comunicación intercultural, contribuye a generar confianza al denotar respeto y compromiso y, por ende, fortalece las relaciones de negocios (Martí Contreras, 2021; Pulido Morera y Martí Contreras, 2018).

Desde una perspectiva pedagógica, la enseñanza de lenguas extranjeras con fines comerciales y económicos no ha de centrarse solo en la adquisición de vocabulario y estructuras específicas del sector (Martínez Martínez, 2018; Roselló Verdeguer, 2020; Sehaqui y Boughaba, 2022) sino, de manera más global, en el desarrollo de habilidades comunicativas en contextos reales de negocios. Esto implica un enfoque orientado a la acción (Consejo de Europa, 2020), con tareas que preparen a la participación en reuniones internacionales, a la negociación y mediación, la elaboración de informes comerciales, la redacción de correos electrónicos, planes de negocios, etc. (Millán e Iglesias, 2021; Villalba Ibáñez, 2021). Tareas multimodales, como propone Arroyo Martínez (2022), o estrategias como el análisis discursivo (Basanta y Vangehuchten, 2022) pueden incorporarse a las clases como herramientas pedagógicas para integrar elementos geopolíticos, económicos y diatópicos dado que se impone una visión de conjunto de situaciones y necesidades actuales en la comunicación externa e interna, con la participación de diferentes agentes económicos (Tano, 2018). El interés creciente por la enseñanza y adquisición del español para fines específicos se refleja en la reciente publicación del manual de *Español para Fines Específicos (EFE)/The Routledge Handbook of Spanish for Specific Purposes (SSP)*, editado por Barbara A. Lafford, Anita Ferreira Cabrera y Elisabet Arnó Macià (2025) que aborda varios dominios, entre los que se encuentra el ENE.

La interrelación entre la investigación y la docencia constituye un aspecto

stand and use the language of the business partner facilitates intercultural communication, helps to build trust by showing respect and commitment and therefore, strengthens business relationships (Martí Contreras, 2021; Pulido Morera and Martí Contreras, 2018).

*From a pedagogical perspective, the teaching of foreign languages for commercial and economic purposes should not only focus on the acquisition of vocabulary and structures specific to the sector (Martínez Martínez, 2018; Roselló Verdeguer, 2020; Sehaqui and Boughaba, 2022) but, more globally, on the development of communicative skills in real business contexts. This implies an action-oriented approach (Council of Europe, 2020), with tasks that prepare for participation in international meetings, negotiation and mediation, the preparation of business reports, the writing of emails, business plans, etc. (Millán and Iglesias, 2021; Villalba Ibáñez, 2021). Multimodal tasks, as proposed by Arroyo Martínez (2022), or strategies such as discursive analysis (Basanta and Vangehuchten, 2022) can be incorporated into classes as pedagogical tools to integrate geopolitical, economic and diatopic elements, given that an overview of current situations and needs in external and internal communication is required, with the participation of different economic agents (Tano, 2018). The growing interest in the teaching and acquisition of Spanish for specific purposes is reflected in the recent publication of the manual *Español para Fines Específicos (EFE)/The Routledge Handbook of Spanish for Specific Purposes (SSP)*, edited by Barbara A. Lafford, Anita Ferreira Cabrera and Elisabet Arnó Macià (2025) which covers several domains, including ENE.*

crucial para la enseñanza efectiva de lenguas extranjeras con fines comerciales y económicos (Darics, 2019). Identificar los cambios sociopolíticos, los recursos disponibles, los problemas y las necesidades del mercado son fundamentales para explorar, investigar y medir la efectividad de los enfoques de enseñanza, para que los estudiantes sean globalmente competentes (Cánovas, 2019). La investigación empírica permite desarrollar materiales más adecuados, evaluar las necesidades reales del mercado y adaptar los métodos de enseñanza a los cambios constantes del mundo empresarial (Darics y Clifton, 2019). Un profesor-investigador no solo transmite conocimientos, sino que también forma profesionales capaces de analizar críticamente su entorno y de tomar decisiones informadas. La incorporación de actividades específicas para el desarrollo de habilidades y conocimientos de liderazgo es clave para hacer que los estudiantes sean globalmente competentes. Hay que inculcar en los estudiantes el sentido crítico, proporcionándoles las herramientas analógicas y digitales adecuadas para evaluar la información y resolver problemas de manera efectiva (Vranic Petkovic y Georgijev, 2019).

Como en otros ámbitos, la integración de tecnologías digitales en la enseñanza de ENE está suponiendo una revolución y ha transformado los métodos de aprendizaje (Muñoz-Basols et al., 2024). Además de las herramientas de traducción o las correcciones de textos, van surgiendo diferentes oportunidades tecnológicas que se pueden integrar en el proceso de enseñanza y aprendizaje (Muñoz-Basols et al., 2025). La inteligencia artificial (IA) adapta los contenidos, facilitando la personalización a los objetivos y características de cada estudiante; las oportunidades de microaprendizaje e incluso la gamificación es-

The interrelation between research and teaching is a crucial aspect for the effective teaching of foreign languages for commercial and economic purposes (Darics, 2019). Identifying socio-political changes, available resources, problems and market needs are fundamental to exploring, researching and measuring the effectiveness of teaching approaches, so that students are globally competent (Cánovas, 2019). Empirical research allows for the development of more suitable materials, the evaluation of the real needs of the market and the adaptation of teaching methods to the constant changes in the business world (Darics and Clifton, 2019). A teacher-researcher not only conveys knowledge but also trains professionals to critically analyse their environment and make informed decisions. The incorporation of specific activities for the development of leadership skills and knowledge is key to making students globally competent. Students must be taught to think in a critical manner, providing them with the appropriate analogue and digital tools to evaluate information and solve problems effectively (Vranic Petkovic and Georgijev, 2019).

As in other fields, the integration of digital technologies in the teaching of Spanish for Business and Economics is revolutionising and transforming learning methods (Muñoz-Basols et al., 2024). In addition to translation tools and text correction, different technological opportunities are emerging which can be integrated into the teaching and learning process (Muñoz-Basols et al., 2025). Artificial intelligence (AI) adapts content, facilitating personalisation to the objectives and characteristics of each student; microlearning opportunities and even gamification stimulate self-learning at initial levels and increase student autonomy; and, on the

timulan el autoaprendizaje a niveles iniciales e incrementan la autonomía del estudiante; y, por otra parte, es posible acceder a la interacción con hablantes nativos o, incluso a realidades virtuales o inmersivas que ofrecen nuevas oportunidades didácticas. Uno de los mayores desafíos radica, precisamente, en esta constante evolución, que requiere actualización en la formación de profesores para comprender la utilidad de cada herramienta y equilibrio para decidir cuál aplicar a su entorno didáctico concreto (Gil de Montes Garín y Oliva Sanz, 2023).

Introducir el multilingüismo en el aula de ENE como una actitud más que una aptitud, facilita que los estudiantes desarrollen conciencia lingüística y sean capaces de mediar en la diversidad cultural (Giannini, 2024). Debemos prepararlos para ejercer su profesión en un entorno caracterizado por esa interculturalidad, lo que requiere enseñarles a desarrollar habilidades de comunicación más allá del dominio fluido de múltiples idiomas. El plurilingüismo sería la situación más completa, pero es interesante la opción de fomentar el multilingüismo receptivo, que permite la comprensión de diversas lenguas sin hablarlas como un nativo. Eso promueve la intercomprensión y reduce el bloqueo lingüístico. Además de proporcionarles la base de la lengua, indudablemente, para preparar a nuestros estudiantes a trabajar en entornos multilingües y multiculturales deberíamos desarrollar destrezas de mediación lingüística que les permitan traducir conceptos, negociar significados y facilitar la comunicación entre personas de diferentes lenguas; enseñarles a adaptarse al contexto y a los interlocutores mediante estrategias de comunicación intercultural; y promover el respeto a la diferencia y gestionar la diversidad que caracteriza el actual mundo de los negocios. Para afrontar estos retos tenemos que disponer de estrategias didácticas

other hand, it is possible to access interaction with native speakers or even virtual or immersive realities that offer new didactic opportunities. One of the greatest challenges lies precisely in this constant evolution, which requires updating in teacher training to understand the usefulness of each tool and balance in deciding which one to apply to their specific teaching environment (Gil de Montes Garín and Oliva Sanz, 2023).

Introducing multilingualism in the Spanish for Business and Economics classroom as an attitude rather than an aptitude, facilitates students' development of linguistic awareness and their ability to mediate in cultural diversity (Giannini, 2024). We must prepare them to practice their profession in an environment characterised by this interculturality, which requires teaching them to develop communication skills beyond the fluent mastery of multiple languages. Plurilingualism would be the most complete scenario, but the option of promoting receptive multilingualism is interesting, as it allows for the understanding of different languages without speaking to them like a native speaker. This promotes mutual understanding and reduces language barriers. In addition to providing them with the basis of the language, and in order to prepare our students to work in multilingual and multicultural environments, we should undoubtedly develop skills in linguistic mediation that allow them to translate concepts, negotiate meanings and facilitate communication between people of different languages. Therefore, it is our responsibility to teach them to adapt to the context and the interlocutors through intercultural communication strategies and promote respect for difference by managing the diversity that characterises today's business world. To meet these challenges, we need

que aumenten en nuestros estudiantes y en nosotros mismos el espíritu crítico y el respeto por la diversidad lingüística y cultural en entornos profesionales y en el aula (Muñoz-Basols, 2024).

Además, como bien señalan muchos trabajos de investigación (solo recogemos las referencias de Arnold Morgan, 2015 y Dewaele, 2018 que aportan bibliografía interesante) y a todos los profesores nos consta, el aprendizaje de una lengua extranjera tiene una dimensión afectiva y, sin duda, el interés y el compromiso del estudiante repercute en una actitud positiva que mejora su adquisición. La motivación de los estudiantes de español para los negocios y económico (ENE) suele ser instrumental, es decir, orientada a objetivos específicos, o integradora, basada en sus inquietudes culturales y la interacción con hablantes nativos. Es apropiado manejar estrategias que potencien esta dimensión afectiva del aprendizaje, como los métodos basados en la acción, que proponen proyectos concretos, interacción con hablantes nativos o el uso de tecnologías que se adapten a los objetivos del estudiante y le motiven a personalizar la experiencia. Así, el aprendizaje de un idioma no solo implica desarrollar habilidades comunicativas, sino también adoptar nuevas perspectivas y valores culturales.

En esta sección temática contamos con cinco artículos que abordan aspectos diferentes y complementarios de la enseñanza del ENE y exponen trabajos cuyos resultados y conclusiones nos llevan a reflexionar sobre la manera en la que el plano de la investigación tiene que incidir en las prácticas docentes y adaptarlas a esta nueva realidad. Algunas de las contribuciones muestran cómo los idiomas siguen formando parte de la formación universitaria en las facultades de economía en Austria, Bélgica e Italia y nos aportan su visión de cómo se aborda

teaching strategies that foster in our students and in ourselves a critical spirit and respect the linguistic and cultural diversity in professional environments and in the classroom (Muñoz-Basols, 2024).

Furthermore, as many research papers rightly point out (we only include the references of Arnold Morgan, 2015 and Dewaele, 2018, which provide interesting bibliography) and all teachers are aware, learning a foreign language has an affective dimension and, without a doubt, the interest and commitment of the student has a positive impact on their attitude, which improves its acquisition. The motivation of students of Spanish for Business and Economics tends to be instrumental, as in, oriented towards specific objectives, or integrative, based on their cultural interests and interaction with native speakers. It is appropriate to use strategies that enhance this affective dimension of learning, such as action-based methods, which propose specific projects, interaction with native speakers or the use of technologies that are adapted to the student's objectives which motivate them to personalise the experience. Thus, learning a language not only involves developing communicative skills, but also adopting new perspectives and cultural values.

In this thematic section we have five articles that address different and complementary aspects of teaching Spanish for Business and present studies whose results and conclusions lead us to reflect on the way in which papers has to influence teaching practices and adapt them to this new reality. Some of the contributions show how languages continue to form part of university education in the faculties of economics and business faculties in Austria, Belgium

la enseñanza del español de los negocios y económico. Uno de los aspectos sobresalientes se refiere al léxico especializado, para cuyo aprendizaje se propone combinar la formación en estrategias de evaluación y uso adecuado para adaptarlo a distintos niveles de competencia lingüística. Se considera, además, el interés de la traducción para lenguas cercanas, como el italiano. Sin embargo, son los recursos tecnológicos los que han suscitado más atención y se subraya que la evolución de la IA y su impacto en la enseñanza requieren un seguimiento continuo, tanto en el aula como en la formación del profesorado. Las herramientas de IA no eliminan los retos léxicos, sino que exigen nuevas formas de abordarlos mediante estrategias para su aprovechamiento consciente y crítico. Otro recurso que aumenta la efectividad comunicativa es la enseñanza basada en géneros, concretamente de las colocaciones y las estrategias discursivas. Formar a los estudiantes para la comunicación intercultural en entornos profesionales globalizados requiere un enfoque orientado a la acción en la enseñanza de la competencia comunicativa intercultural en ENE, partiendo del potencial plurilingüe y pluricultural del aula.

En el primer artículo, Lucía Gil de Montes Garín presenta una propuesta didáctica original y relevante para integrar el componente léxico-discursivo en el enfoque por géneros en ENE para desarrollar la oralidad, tanto desde el punto de vista del discente como del docente. Concretamente, analiza el impacto de la enseñanza explícita de colocaciones léxicas y estrategias discursivas en el aprendizaje del español en contextos profesionales y empresariales. Esta enseñanza basada en géneros se presenta como un enfoque efectivo que permite una progresión estructurada desde modelos guiados hasta la producción autónoma,

and Italy as they give us their vision of how the teaching of business and economic Spanish is approached. One of the outstanding aspects refers to specialised vocabulary, for the learning of which is proposed to combine training in evaluation strategies and appropriate use to adapt it to different levels of linguistic competence. The interest of translation for closely related languages, such as Italian, is also considered. However, technological resources have raised the most interest and it is emphasised that the evolution of AI and its impact on teaching require continuous monitoring, both in the classroom and in teacher training. AI tools do not eliminate lexical challenges, but they do demand new ways of addressing them through strategies for their informed and critical use. Another resource that increases communicative effectiveness is genre-based teaching, specifically of collocations and discursive strategies. Training students for intercultural communication in globalised professional environments requires an action-oriented approach to the teaching of intercultural communicative competence in Spanish for Business and Economics, based on the plurilingual and pluricultural potential of the classroom.

In the first article, Lucía Gil de Montes Garín presents an original and relevant didactic proposal for integrating the lexical-discursive component into the genre-based approach to Spanish for Business and Economics in order to develop oracy, both from the point of view of the learner and of the teacher. Specifically, she analyses the impact of the explicit teaching of lexical collocations and discursive strategies on the learning of Spanish in professional and business contexts. This genre-based teaching is presented as an effective ap-

promoviendo la autonomía del aprendiente y su capacidad para desenvolverse en contextos profesionales. A pesar de la brevedad de los cursos y la estructura predeterminada de algunos materiales, se evidencia que el aprendizaje explícito de las colocaciones y el análisis discursivo contribuyen a prevenir malentendidos socioculturales y a garantizar el éxito comunicativo. Los resultados reflejan que tanto docentes como discentes valoran la explicitación del léxico especializado y su integración en secuencias didácticas contextualizadas. También quedan patentes diferencias en la percepción de las estrategias: los docentes priorizan la selección léxica y metodológica y los discentes la práctica oral con menor planificación de la producción. Asimismo, la incorporación de actividades motivadoras, la retroalimentación continua y el uso de herramientas como diccionarios especializados favorecen el desarrollo de estrategias de comunicación efectiva.

Magdalena Zehetgruber y Johannes Schnitzer comprueban en el segundo trabajo cómo la incorporación en el aula de herramientas basadas en IA ha modificado la manera en que los estudiantes enfrentan los desafíos léxicos en el español de los negocios y económico. Esto requiere una reflexión sobre la manera de optimizar su uso y sobre la formación necesaria para su correcta interpretación y aplicación. Su estudio apunta que es fundamental estructurar la enseñanza en tres niveles clave: (1) fomentar la conciencia lingüística, promoviendo una actitud crítica y reflexiva hacia la lengua; (2) desarrollar la conciencia de los recursos lexicográficos, permitiendo que los estudiantes comprendan las capacidades y limitaciones de las herramientas de IA; y (3) fortalecer la conciencia de estrategias lexicográficas, enseñando a evaluar y corregir los resultados obtenidos mediante estas tecnologías. Afirman que el

proach that allows for a structured progression from guided models to autonomous production, promoting learner autonomy and the ability to function in professional contexts. Despite the brevity of the courses and the predetermined structure of some materials, it is evident that the explicit learning of collocations and discourse analysis contribute to preventing sociocultural misunderstandings and guaranteeing communicative success. The results show that both teachers and students value the explicitness of specialised vocabulary and its integration into contextualised teaching sequences. There are also clear differences in the perception of strategies: teachers prefer lexical and methodological selection and students prefer oral practice with less planning of production. Likewise, the incorporation of motivating activities, continuous feedback and the use of tools such as specialised dictionaries favour the development of effective communication strategies.

In the second paper, Magdalena Zehetgruber and Johannes Schnitzer show how the incorporation of AI-based tools in the classroom has changed the way students approach lexical challenges in business and economic Spanish. This requires reflection on how to optimise their use and on the training necessary for their correct interpretation and application. Their study suggests that it is essential to structure teaching at three key levels: (1) fostering linguistic awareness, promoting a critical and reflective attitude towards language; (2) developing awareness of lexicographic resources, enabling students to understand the capabilities and limitations of AI tools; and (3) strengthening awareness of lexicographic strategies, teaching how to evaluate and correct the results obtained using these technologies.

avance de la IA no eliminará los desafíos léxicos en el aprendizaje de idiomas, sino que exigirá nuevas formas de abordarlos. La enseñanza del ENE debe centrarse en el desarrollo de competencias críticas para evaluar la validez de los resultados generados por la IA y en la integración de estrategias de búsqueda eficientes. Los estudiantes deben ser conscientes de la heterogeneidad del léxico y la gramática, para adaptar su producción lingüística a cada contexto comunicativo.

La investigación de Carlos Rocha Ochoa parte de la identificación de un problema: la escasa atención a la variación léxica diatópica en el español de negocios y económico, y las limitaciones de las fuentes terminológicas disponibles. Basándose en una revisión bibliográfica, se plantea una propuesta que analiza glosarios bancarios, diccionarios académicos y modelos de IA generativa, con el objetivo de enriquecer el estudio de la terminología financiera y optimizar herramientas lingüísticas en español. Se trata de una propuesta original al abordar la variación léxica diatópica que caracteriza al español en un ámbito poco explorado como el ENE, específicamente en finanzas y economía. Examina la variación terminológica y geosinónima desde un enfoque pluricéntrico y evalúa la utilidad de recursos, bien tradicionales, como los diccionarios de la RAE y la ASALE o los glosarios bancarios regionales, bien de herramientas de inteligencia artificial generativa como ChatGPT. Al comparar cien unidades léxicas con alto grado de variación extraídas de glosarios bancarios de Argentina, Chile, Colombia, España y México, verifica la escasez de términos especializados y las deficiencias en la marcación diatópica en los diccionarios. La información que proporciona la IA generativa, pese a inconsistencias en términos menos frecuentes o altamente polisémicos, resulta más precisa y

They state that the advancement of AI will not eliminate lexical challenges in language learning, but will demand new ways of addressing them. The teaching of Spanish for Business and Economics should focus on the development of critical skills to evaluate the validity of the results generated by AI and on the integration of efficient research strategies. Students must be aware of the heterogeneity of lexicon and grammar in order to adapt their linguistic production to each communicative context.

Carlos Rocha Ochoa's research starts from the identification of a problem: the lack of attention to diatopic lexical variation in business and economic Spanish, and the limitations of the available terminological sources. Based on a literature review, a proposal is made to analyse banking glossaries, academic dictionaries and generative AI models, with the aim of enriching the study of financial terminology and optimising linguistic tools in Spanish. This is an original proposal in that it addresses the diatopic lexical variation that characterises Spanish in a little-explored field such as ENE, specifically in finance and economics. It examines terminological and geosynonymous variation from a pluricentric approach and evaluates the usefulness of resources, either traditional, such as the dictionaries of the RAE and the ASALE or regional banking glossaries, or generative artificial intelligence tools such as ChatGPT. By comparing one hundred lexical units with a high degree of variation extracted from banking glossaries from Argentina, Chile, Colombia, Spain and Mexico, it verifies the scarcity of specialised terms and the deficiencies in diatopic markings in the dictionaries. The information provided by generative AI, despite inconsistencies in less frequent or highly polysemous terms, is more accurate

contextualizada e incorpora variantes regionales. Los glosarios regionales se muestran como una valiosa fuente para mejorar el conocimiento del léxico económico y optimizar la precisión terminológica de la IA en español, sin dejar de considerar los diccionarios regionales y los corpus textuales y de integrar el léxico de disciplinas como el derecho o la gestión empresarial.

Almudena Basanta, Lieve Vangehuchten, Mariet Raedts, Laura Arroyo y Cristina Chavarría examinan el desarrollo de la competencia comunicativa intercultural (CCI) en un grupo diverso de estudiantes universitarios de español de los negocios y económico a partir de un viaje de estudios a Madrid. Mediante un enfoque de métodos mixtos, se evaluaron las actitudes, conocimientos y estrategias interculturales de los participantes antes y después de la experiencia. Los resultados muestran avances significativos en el uso de estrategias, aunque no se llegan a demostrar mejoras sustanciales en el conocimiento y las actitudes, aspectos que parecen requerir una experiencia más profunda o una exposición más prolongada. La investigación confirma la importancia de aprovechar la diversidad lingüística y cultural del grupo como un recurso valioso para fomentar la CCI y comprueba que la presencia de hablantes de herencia del español contribuyó significativamente a la mediación intercultural. Los estereotipos culturales, aun sin desaparecer, se ven notablemente reducidos tras el viaje, lo que destaca la necesidad de integrar la dimensión crítica en la enseñanza de la CCI. La internacionalización en casa mediante el trabajo con casos interculturales, la colaboración en línea y la simulación de contextos comunicativos con inteligencia artificial, son estrategias alternativas a este tipo de viajes que pueden desarrollar el pensamiento crítico en la enseñanza de la CCI.

and contextualised and incorporates regional variants. Regional glossaries are shown to be a valuable source to improve knowledge of economic lexis and optimise the terminological accuracy of AI in Spanish, while still considering regional dictionaries and textual corpora and integrating the lexis of disciplines such as law or business management.

Almudena Basanta, Lieve Vangehuchten, Mariet Raedts, Laura Arroyo and Cristina Chavarría examine the development of intercultural communicative competence (ICC) in a diverse group of university students of business and economics Spanish based on a study trip to Madrid. Using a mixed-method approach, the participants' intercultural attitudes, knowledge and strategies were evaluated before and after the experience. The results show significant progress in the use of strategies, although substantial improvements in knowledge and attitudes are not demonstrated, which are aspects that seem to require a deeper experience or a more prolonged exposure. The research confirms the importance of taking advantage of the linguistic and cultural diversity of the group as a valuable resource to promote ICC and proves that the presence of heritage speakers of Spanish contributed significantly to intercultural mediation. Cultural stereotypes, although not disappearing, are notably reduced after the trip, which highlights the need to integrate the critical dimension into the teaching of ICC. Internationalisation at home through work with intercultural cases, online collaboration and the simulation of communicative contexts with artificial intelligence are alternative strategies to this type of trip that can develop critical thinking in the teaching of ICC.

La contribución de Giuseppe Trovato presenta, en el quinto y último estudio de la sección, una reflexión basada en datos cualitativos sobre el valor pedagógico de la traducción como herramienta en la enseñanza del español de la economía y los negocios para estudiantes italo hablantes. Tradicionalmente relegada debido a su aparente incompatibilidad con el enfoque comunicativo, la traducción ha sido revalorizada tras la publicación del Volumen Complementario del Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas (2020). Se trata de un enfoque poco explorado que, sin embargo, podría ser útil en ciertos contextos de enseñanza, concretamente en lenguas tan próximas tipológicamente como el español y el italiano. Los resultados obtenidos muestran que la proximidad lingüística entre el español y el italiano no siempre facilita el proceso de traducción e incluso, al basarse los estudiantes en la similitud estructural entre ambas lenguas, generaron soluciones gramaticalmente correctas, pero poco funcionales en términos comunicativos. Las principales dificultades se han identificado en el plano morfosintáctico, mientras que los aspectos léxicos y terminológicos no han supuesto un obstáculo significativo. Pese a lo limitado del estudio, la experimentación realizada sugiere que la traducción pedagógica puede configurarse como una metodología didáctica eficaz para la enseñanza de lenguas de especialidad como el ENE, con un potencial para desarrollar competencias lingüísticas, interculturales y pragmáticas, que permite a los estudiantes reflexionar sobre simetrías y disimetrías interlingüísticas y abordar errores previsibles.

Todas estas aportaciones muestran que los investigadores no son ajenos a los cambios de realidades en los que estamos inmersos: desde el uso de los géneros orales profesionales para formar a

In the fifth and final study in the section, Giuseppe Trovato's contribution presents a reflection based on qualitative data on the pedagogical value of translation as a tool in the teaching of Spanish for business and economics Italian-speaking students. Traditionally relegated due to its apparent incompatibility with the communicative approach, translation has been revalued following the publication of the Companion Volume to the Common European Framework of Reference for Languages (2020). This is an unexplored approach which, however, could be useful in certain teaching contexts, specifically in languages as typologically close as Spanish and Italian. The results obtained show that the linguistic proximity between Spanish and Italian does not always facilitate the translation process and furthermore, as the students relied on the structural similarity between the two languages, they generated grammatically correct solutions that were not very functional in communicative terms. The main difficulties have been identified at the morphosyntactic level, while lexical and terminological aspects have not been a significant obstacle. Despite the limitations of the study, the experiments carried out suggest that pedagogical translation can be configured as an effective teaching methodology for the teaching of specialised languages such as ESP, with the potential to develop linguistic, intercultural and pragmatic competences, allowing students to reflect on interlinguistic symmetries and dissymmetries and to address predictable errors.

All these contributions show that researchers are not oblivious to the changing realities in which we are immersed: from the use of professional oral genres to train students effectively to communicate in the business

los estudiantes eficazmente en comunicar en el mundo de los negocios, hasta el creciente acceso a las herramientas de AI generativa, sin perder de vista la multiculturalidad que caracteriza nuestro mundo actualmente y para la que tenemos que preparar eficazmente a nuestros estudiantes. A partir de estas contribuciones los docentes pueden aplicar en el aula lo necesario para hacer avanzar este sector específico de la enseñanza del español como lengua extranjera.

world, to the increasing access to generative AI tools, without losing sight of the multiculturalism that characterises our world today and for which we have to prepare our students competently effectively. Based on these contributions, teachers can apply what is necessary in the classroom to advance this specific sector of Spanish as a foreign language teaching.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS / REFERENCES

- Arnold Morgan, J. (2025). La dimensión afectiva en el aprendizaje de ELE1. Centro Virtual Cervantes. https://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/antologia_didactica/claves/arnold.htm
- Arroyo Martínez, L. (2022). La red social LinkedIn como herramienta para el aprendizaje del español de los negocios. En N. de Benedetto, S. Greco, y P. Laskaris (Eds.), *Saberes humanísticos, ciencia y tecnología en la investigación y la didáctica del hispanismo*. https://cvc.cervantes.es/literatura/aispi/pdf/bib_07/07_193.pdf
- Basanta, A. y Vangehuchten, L. (2022). Los informes de sostenibilidad de empresas chilenas, españolas y mexicanas: un análisis crítico del género. *Círculo de lingüística aplicada a la comunicación*, (89:1), 201-220. <https://doi.org/10.5209/CLAC.72902>
- Cánovas, A. R. (2019). Análisis de necesidades y diseño del temario en la enseñanza del español para los negocios en contexto universitario. *Fu Jen Studies: Literature and Linguistics*, (52), 57+.
<https://link.gale.com/apps/doc/A674725559/AONE?u=anon~f965fe7f&sid=googleScholar&xid=7a4d325a>
- Consejo de Europa (2020). *Common European Framework of Reference for Languages: Learning, teaching, assessment – Companion volume*. Strasbourg: Council of Europe Publishing. www.coe.int/lang-cefr.
- Darics, E. (2019). Critical Language and Discourse Awareness in Management Education. *Journal of Management Education*, 43(6), 651-672. <https://doi.org/10.1177/1052562919848023>
- Darics, E. y Clifton, J. (2019). Making Applied Linguistics Applicable to Business Practice. Discourse Analysis as a Management Tool. *Applied Linguistics* 40(6), 917-936. <https://doi.org/10.1093/applin/amy040>
- Dewaele, J.-M. (2018). (ed.) Special issue "Emotions in SLA". *Studies in Second Language Learning and Teaching*, 8 (1). <https://doi.org/10.14746/ssllt.2018.8.1.1>
- García Delgado, J. L. (2021). El español, lengua internacional: proyección y economía de un patrimonio común. Lección magistral Santo Tomás de Aquino. Curso 2020-2021. <https://www.nebrija.com/medios/actualidadnebrija/wp-content/uploads/sites/2/2021/01/Leccion-Magistral-Jose-Luis-Garcia-Delgado.pdf>
- Giannini, S. 2024. La educación multilingüe es la clave de un aprendizaje inclusivo y de calidad. *Crónica ONU*. <https://www.un.org/en/un-chronicle/multilingual-education-key-quality-and-inclusive-learning>

- Gil de Montes Garín, L. y Oliva Sanz, C. (2023). Study of the course syllabuses for the training of teachers of Spanish for Specific Purposes in Spanish universities. *Ibérica: Revista de la Asociación Europea de Lenguas para Fines Específicos (AELFE)*, (45), 267-288. <https://doi.org/10.17398/2340-2784.45.267>
- Instituto Cervantes. 2024. *El español en el mundo. Anuario del Instituto Cervantes 2024* https://cvc.cervantes.es/lengua/anuario/anuario_24/el_espanol_en_el_mundo_anuario_instituto_cervantes_2024.pdf
- Lafford, B. A., Ferreira Cabrera, A. y Arnó Macià, E. (2025) *Español para Fines Específicos (EFE)/The Routledge Handbook of Spanish for Specific Purposes (SSP)*. <https://doi.org/10.4324/9781003057604>
- Martí Contreras, J. (2021). La mediación lingüística en español para fines específicos: el ámbito de los negocios. En M. Sanz Gil (Coord.), *Estrategias lingüísticas para la sociedad multilingüe* (pp. 63-76). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8950308>
- Martínez Martínez, I. (2018). Lingüística de corpus y gramática inductiva: cómo trabajar con los corpus en la clase de español de los negocios. En A. Van Hooft, A. Escofet Roig, B. de Jonge, P. Lorente Fernández, L. Vangehuchten, J. Á. Piña Sánchez, M. B. Roza González y G. Melgosa Fernández (Coords.), *El Español como lengua para la innovación profesional: Artículos seleccionados del VI Congreso Internacional de Español para Fines Específicos (CIEFE)* (pp. 87-100). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7515435>
- Millán, D. e Iglesias, G. N. (2021). La corrección de la expresión e interacción orales a través de la transcripción de grabaciones audiovisuales en la clase de Español de los negocios. *redELE: Revista Electrónica de Didáctica ELE*, (33). <https://www.educacionyfp.gob.es/dam/jcr:612173a8-6330-4980-bf1a-e049ef1f1e19/correccion.pdf>
- Muñoz-Basols, J., Fuertes Gutiérrez, M. y Cerezo, L. (2024). PLANIFICAR, PERSONALIZAR, IMPLEMENTAR (PPI). La enseñanza de lenguas mediada por tecnología. En J. Muñoz-Basols, M. Fuertes Gutiérrez, y L. Cerezo (Eds.), *La enseñanza del español mediada por tecnología. De la justicia social a la Inteligencia Artificial (IA)* (pp. 1-19). London/New York: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003146391-1>
- Muñoz-Basols, J. (2024). Multilingüismo y enseñanza de lenguas en Europa: del perfil multilingüe a la competencia plurilingüe. En Instituto Cervantes, *El español como lengua de mediación en contextos educativos y profesionales* (pp.26-42). https://www.researchgate.net/publication/384631827_Multilinguismo_y_ensenanza_de_lenguas_en_Europa_del_perfil_multilingue_a_la_competencia_plurilingue
- Muñoz-Basols, J., Gutiérrez, M. F., Cerezo, L. y Balkwill, E. (2025). *Technology-Mediated Language Teaching: From Social Justice to Artificial Intelligence*. Multilingual Matters. <https://doi.org/10.21832/MUNOZ9872>
- Pérez Cañizares, P. y Schnitzer, J. (2022). La enseñanza del español de la economía y los negocios. En L. Santana Negrín (Ed.), *La enseñanza de Español para Fines Específicos* (pp. 51-75). Madrid: enclave-ELE / UDIMA. <https://www.bubok.es/libros/272496/La-ensenanza-del-Espanol-para-Fines-Especificos>
- Pulido Morera, A. y Martí Contreras, J. (2018). Una propuesta didáctica para la implementación de la atenuación en español para los negocios. *ELUA: Estudios de Lingüística. Universidad de Alicante*, (Extra 4), 289-302. <https://doi.org/10.14198/ELUA2018.Anexo4.16>
- Roselló Verdeguer, J. (2020). Trabajando con lenguajes de especialidad: una mirada al léxico del español para los negocios a través de los libros de economía y empresa. *Cultura, lenguaje y representación = Culture, language and representation: revista de estudios culturales de la Universitat Jaume I = cultural studies journal of Universitat Jaume I*, (23), 151-168. <https://raco.cat/index.php/CLR/article/view/372860>.
- Sehagui, Z. y Boughaba, M. (2022). La traducción pedagógica en clase de español de negocios: el caso de las colocaciones. En: R. A. Martín Vegas (Ed.), *La enseñanza del léxico*, Ediciones Universidad Salamanca, 93-109. https://www.researchgate.net/publication/377529553_LA_ENSEÑANZA_DEL_LEXICO

- Tano, M. (2018). Orientaciones metodológicas y programáticas de un curso de español para fines específicos. *CRISOL*, 1, 1-36. <https://hal.science/hal-02970455/document>
- Villalba Ibáñez, C. (2021). El tratamiento del acto comunicativo de la queja en el ámbito del español para los negocios: algunas reflexiones. En M. Sanz Gil (Coord.), *Estrategias lingüísticas para la sociedad multilingüe* (pp. 169-179). <https://doi.org/10.36006/16333>
- Vranic Petkovic, I. y Georgijev, I. (2019). La enseñanza de español con fines específicos: propuestas básicas para el diseño de un curso de español para los negocios (nivel B1). *Colindancias: Revista de la Red de Hispanistas de Europa Central*, (10), 295-312. <https://colindancias.uvt.ro/index.php/dj/article/view/76>.