

LA POPULARIZACIÓN DEL LENGUAJE ESPAÑOL DE LA ECONOMÍA, LA EMPRESA Y LAS FINANZAS

Marco VÉLEZ BARREIRO

E.O.I. da Coruña

La presente exposición pretende dar cuenta de algunos de los resultados obtenidos en el transcurso de una investigación sobre anglicismos en el español de los negocios. Esta investigación constituye un trabajo a medio camino entre la filología hispánica y la inglesa. Su objeto de estudio son los términos de origen anglosajón que se utilizan en textos españoles dentro de la lengua especial de la economía, las finanzas, la empresa y la bolsa, que genéricamente hemos denominado *lengua de los negocios*.

La confección de nuestra lista de términos exigió la construcción de un corpus lingüístico compuesto por textos periodísticos de dos publicaciones: el diario *Expansión* y la sección *Economía* del diario *El País*, del año 2001. Las voces identificadas como extranjerismos se clasificaron en anglicismos (con una presencia importante en los textos analizados) y voces inglesas (de uso esporádico).

Entre las razones por las que existe una presencia tan considerable de anglicismos en la lengua española de los negocios, podemos considerar las siguientes:

- 1) La primera potencia económica del mundo es, hoy por hoy, anglófona. Fueron fundamentalmente hablantes de inglés los que

diseñaron los sistemas económico y financiero que rigen el mundo de hoy.

- 2) Las agencias de información más importantes son anglosajonas, y por tanto, redactan originalmente las noticias en inglés.
- 3) El dinamismo del mundo de los negocios, en constante ebullición, hace que su terminología se renueve de forma constante y a velocidad de vértigo. Nuevos productos financieros, estrategias comerciales, formas de trabajo y organización empresarial, surgen todos los días y se acuñan en lengua inglesa.
- 4) Las nuevas tecnologías son capaces de llevar todo tipo de información hasta el lugar más recóndito del planeta y esta información se transmite casi siempre en lengua inglesa.

El objeto de nuestro estudio es el origen etimológico de los anglicismos encontrados, así como su delimitación semántica. Para esta exposición hemos seleccionado algunos de los términos más novedosos que hemos encontrado y a continuación vamos a comentarlos pormenorizadamente.

Vamos a comentar en primer lugar algunos términos que, aún siendo de la lengua de los negocios, tienen su origen en la lengua de la informática, y se encuentran a caballo entre la una y la otra. Es frecuente que se encuentren en el lenguaje español de los negocios muchas palabras y expresiones que tienen su origen no en el lenguaje común sino en otra lengua de especialidad. Ése es el caso de algunos términos informáticos, que por su enorme presencia en el lenguaje de los negocios consideramos parte del mismo. El extraordinario auge de las nuevas tecnologías ha conllevado, ya desde la década de los 80, una creciente automatización e informatización de los procesos económicos y financieros. En este proceso hubo un momento clave, que recibe el nombre de *Big Bang* y que marca un antes y un después en la implantación de las nuevas tecnologías en Europa.

Este proceso tuvo como consecuencia la acuñación de un buen número de términos nuevos, a medio camino entre la economía y la

informática, tales como *banner* “faldón publicitario en una página de la WWW”, *ASP (Application Service Provider)* “externalización de aplicaciones informáticas de una empresa”, etc. Además, gozan de una implantación extraordinaria en el castellano de la economía los adjetivos *electrónico* (del inglés *electronic*) y su variante *e-*, que encontramos en un sinfín de expresiones del mundo de los negocios: *abastecimiento e.*, *administración e.*, *banca e.*, *banco e.*, *bróker e.*, *cheque e.*, *cliente e.*, *comercio e.*, *compra e.*, *contratación e.*, *contrato e.*, *dinero e.*, *documento e.*, *economía e.*, *empresa e.*, *factura e.*, *facturación e.*, *filial e.*, *fraude e.*, *mercado e.*, *negocio e.*, *negociación e.*, *pago e.*, *sector e.*, *servicio e.*, *transacción e.*, *transferencia e.*, *transmisión e.*, *venta e.*, etc. Y también: *e-banca*, *e-comercio*, *e-confianza*, *e-cuenta*, *e-directivo*, *e-factura*, *e-negocio*, *e-notario*, *e-provisionamiento*, *e-seguridad*, *e-tienda*, etc.

Otros términos de los negocios que plantean problemas de traducción más o menos importantes son las siglas. En primer lugar, vamos a comentar un conjunto de expresiones curiosas de reciente aparición en el lenguaje español de la economía, de las cuales la más utilizada es *B2B*, abreviatura de *business to business*, que no aparece recogida en ningún diccionario, ni inglés ni español, y que sustituye la preposición *to* por el numeral *two*, cuya pronunciación es idéntica.

El término *business* tiene en inglés dos usos: uno incontable (como en *business is business*) y otro contable (*a good business; the Galician businesses*). Es el segundo de ellos sobre el que se ha creado en español este neologismo. *B2B* hace referencia al comercio que se produce entre dos empresas a través de la red informática Internet. Casi siempre tiene valor de sustantivo, aunque también puede funcionar como un adjetivo (*proyecto B2B*). Se trata de un término bastante novedoso en español, ya que el auge del comercio electrónico en nuestro país es un fenómeno reciente.

Existe toda una familia de términos contruidos sobre el mismo principio. Entre ellos, *B2C (Business to Consumer)*, que hace referencia a las relaciones entre una empresa y sus clientes o *B2E (Business to Employee)*, que se refiere a la relación entre la empresa y sus empleados y que se utiliza con frecuencia para referirse a la página web corporativa, en la que el empleado puede obtener un resumen

diario de noticias de prensa, rellenar una solicitud de vacaciones, consultar su nómina o solicitar un curso de formación.

Las traducciones que de estas siglas se hacen normalmente al español suelen ser bastante largas y por ello no terminan de imponerse. Respectivamente, *comercio electrónico entre empresas (B2B)*, *comercio electrónico entre empresas y consumidores (B2C)*, y *página web corporativa o portal del empleado (B2E)*.

El término *puntocom* es un calco del inglés *dotcom*. No hemos encontrado ni el anglicismo ni su modelo inglés en los diccionarios, de español o de inglés. Se trata de un préstamo extremadamente reciente: el primer uso que de él hemos encontrado en *Expansión* data de enero de 2000, y el primer uso de *dotcom* en *The Times*, en octubre de 1999. El término hace referencia a las empresas que no tienen una sede física, reduciéndose su presencia al ámbito virtual y desarrollando su actividad a través de Internet. Normalmente, las empresas *puntocom* tienen un sitio web o página con una dirección que suele terminar en *.com*, esto es, *punto com (dot com* en inglés) que es el dominio económicamente más asequible y que además es sencillísimo de obtener y fácil de recordar por los clientes, por ser la terminación más común de muchas direcciones famosas de páginas web. De ahí que popularmente estas empresas comenzasen a ser conocidas con el nombre de *dotcom firms* (empresas *puntocom*).

La expansión de las *puntocom* revolucionó el mundo de los negocios al introducir la imagen del joven triunfador que partiendo de la nada, fundaba una de esas empresas y obtenía ingentes beneficios en muy poco tiempo. En 2000 estalló la llamada *burbuja tecnológica* y gran parte de las *puntocom* se vinieron abajo. Sólo sobrevivieron aquellas que de verdad tenían un proyecto sólido, y muchas de ellas decidieron modificar sus planteamientos abriendo sedes al público, en una estrategia que se llamó *click to brick* (“del click al ladrillo”). Actualmente la idea que se tiene de una buena empresa es la de aquella que combina una empresa tradicional (con sede física, oficinas, personal,...) con una presencia sólida en Internet y un grado razonable de implicación en las nuevas tecnologías. Los anglosajones bautizaron este nuevo modelo ideal de empresa con el nombre de *clicks and bricks*, en alusión a las dos vertientes del negocio.

En el corpus el término suele funcionar como sustantivo (adjetivo sustantivado: *las puntocom*), aunque también hay numerosos usos como adjetivo, frecuentemente acompañando a los nombres *empresa* y *compañía*. Por extensión, también aparece en ocasiones acompañando a otros sustantivos, que en el corpus son los siguientes: *consultor*, *contabilidad*, *despido*, *estallido* y *cliente*.

Otro término que resulta enormemente interesante, no sólo por su historia, sino también por el uso recurrente que de él se hacía en la prensa hasta hace muy poco tiempo, es *incubadora*. Las *incubadoras* son empresas que nacieron con el auge de las nuevas tecnologías y que asesoran e incluso financian proyectos empresariales relacionados con la Internet. Como consecuencia de la crisis de las *puntocom*, la mayor parte de las pequeñas *incubadoras* se quedaron sin clientes y fueron a la bancarrota. Las que sobrevivieron comenzaron a reorientar sus servicios de consultoría hacia otras áreas. El fiasco de esta aventura empresarial fue tan enorme que el término *incubadora* adquirió una connotación negativa, de tal forma que fue sustituido por el de *consultoras tecnológicas* o también *aceleradoras tecnológicas*, que es como la prensa económica se refiere a ellas en la actualidad.

Hemos clasificado el término *incubadora* como un anglicismo semántico paronímico, ya que se trata de la transferencia de un significado del término inglés *incubator* al término español *incubadora*, previamente existente y con el que comparte un mismo origen etimológico. Además de ese término, hemos encontrado en el corpus el verbo *incubar* y el sustantivo *incubación*, que consideramos voces inglesas, por su número de usos.

Ningún diccionario recoge los términos *incubadora* en español o *incubator* en inglés con la acepción empresarial que acabamos de estudiar, con la única excepción del DBF, que recoge el término *small business incubator*, con la definición siguiente: “(US) Centre which provides support for new businesses before they become really viable”. Añade un ejemplo de uso de la publicación *Fortune*: “Sometimes these organizations help support so-called small-business incubators at local universities. These institutions often provide such

amenities as inexpensive office space, receptionists, and copy machines”.

Los términos que hemos considerado hasta aquí están estrechamente relacionados con el mundo de la informática y de las nuevas tecnologías. Vamos a analizar a continuación algunos anglicismos relacionados con el mundo de la gestión empresarial que tienen igualmente una enorme expansión en la prensa económica especializada.

En primer lugar, trataremos el término *back office*, que se refiere al centro de operaciones de un banco o de una agencia de valores bursátiles; se trata del lugar desde donde operan los directivos de dichas entidades, al que no tiene acceso el público. Se opone a *front office*, que hace referencia a la oficina de atención al público y del que aparecen en el corpus tres usos.

La ortografía inglesa obliga a escribir unidas por un guión las dos partes del término siempre que este desempeñe la función de adjetivo, y separadas si este desempeña la función de sustantivo. Así, el empleado que trabaja en la oficina técnica de una empresa se denominaría en inglés *back-office employee* (con guión), mientras que a la oficina propiamente dicha se le llama *back office* (sin guión). En el corpus de textos en español se respeta siempre esta regla con una única excepción. En otros dos usos se da también la variante nominal *backoffice*, que no hemos encontrado en ningún diccionario inglés, lo que permite suponer que es una solución española.

El DTEFC recoge sólo los dos términos en función nominal: *back office* y *front office*. Para el primero de ellos propone la traducción de “*banca, trastienda; centro neurálgico de un banco o de una agencia de valores bursátiles –stockbroker’s– encargado del seguimiento de las operaciones de compra y venta de los títulos, también llamado ‘bank’s operation centre’*”. Para el segundo, da la traducción de “*oficina central; oficina de contratación y de atención al cliente; también llamada ‘dealing/trading room’, en ella residen los mandos de gestión y de atención al cliente para gestión, arbitraje, especulación*”.

El MWD señala el término *back-office* como registrado por vez primera en el año 1953, mientras que señala *front office* como registrado en 1900. Los diccionarios de español común consultados (DEA, DUE y DRAE) no recogen ninguno de estos términos. La fecha del uso más temprano que hemos podido localizar en el diario *Expansión* es el 18 de abril de 1991. Finalmente, hemos encontrado un uso del término *middle office*, que no recoge ninguno de los diccionarios consultados y que figura en este trabajo como una voz inglesa. Hace alusión, probablemente, al trabajo intermedio entre la atención al público y la toma de decisiones, esto es, al trabajo de *oficina* propiamente dicho.

Ninguno de los diccionarios de español consultados recogen el término *road show*, excepto el DEF, que lo define de la siguiente manera: “*Se conoce así a la presentación diseñada para dar a conocer una empresa y a sus directivos a los inversores institucionales, y los grandes inversores de los mayores centros financieros europeos, al objeto de preparar el mercado para una futura emisión de títulos*”. El DTEFC lo sitúa en el campo de las finanzas y lo traduce al español de la siguiente manera: “*Gira, peregrinación, romería [sic], campaña explicativa, publicitaria o de márketing; es el período de explicación de las bonanzas de un título – security– antes de salir a Bolsa –go public– por las distintas plazas financieras –security markets–*”.

El origen de este término hay que buscarlo en otra lengua de especialidad, la lengua del teatro o del mundo del espectáculo en general. En ese contexto, un *road show* es “*a show given by touring actors or musicians, usu. with the minimum of equipment and preparation*” (OED). El MWD data el término en 1908 y da la misma definición, a grandes rasgos: “*A theatrical performance given by a troupe on tour*”. Y añade otras dos: “*(2) A special engagement of a new motion picture, usu. at increased prices*” y “*(3) a promotional presentation or meeting conducted in a series of locations*”. Esta última es la más próxima a la acepción económica que ha pasado al español y que se usa en el corpus, y probablemente es una extensión de la primera y un peldaño intermedio entre la una y la otra.

El préstamo ya no es nuevo en español, ya que hemos encontrado usos del mismo en *Expansión* desde 1993. A continuación, transcribimos el primero de todos los usos que hemos encontrado en esta publicación: “*El lunes comienzan las presentaciones a los potenciales inversores, que empezarán en Europa y terminarán en Estados Unidos. Las ciudades previstas para realizar este road show son, además de Madrid, París, Ginebra o Zurich, Amsterdam o La Haya, Francfort y Milán*” (C.A./J.B.Madrid. *Expansión*: 10/3/2001).

El término *ebitda* es la sigla de *Earnings Before Interest, Tax, Depreciation and Amortisation*, y al igual que el *cash flow*, constituye uno de los criterios que utilizan los economistas para evaluar la rentabilidad de una empresa. El término pertenece a toda una familia de siglas derivadas de *ebt* o *earnings before tax*, que no hemos encontrado en ninguno de los diccionarios consultados. El *ebt* es una medida financiera definida como los ingresos de una empresa menos el coste de los productos vendidos y los gastos administrativos en general, es decir, el beneficio bruto antes de deducir el impuesto sobre la renta. Derivados de este término hay toda una familia de siglas entre las que se encuentra la que nos concierne, el *ebitda*. Todas ellas significan, en esencia, lo mismo: las ganancias brutas de la empresa. Lo que las diferencia es lo que descontamos de esas ganancias brutas a la hora de hacer el cálculo.

De esta forma, si el *ebt* descuenta sólo los impuestos (pero incluye los intereses, la depreciación y la amortización), el *ebit* (*Earnings Before Interest and Tax*) descuenta además los intereses (pero todavía incluye la depreciación y la amortización). Y el *ebitd* (*Earnings Before Interest, Tax and Depreciation*) descuenta los impuestos, los intereses y la depreciación (pero incluye aún la amortización). Finalmente, el *ebitda* (*Earnings Before Interest, Tax, Depreciation and Amortisation*), descuenta de las ganancias brutas todos los parámetros. Una variante más es el *ebiat* (*Earnings Before Interest after Taxes*), que mide las ganancias menos el interés más los impuestos sobre efectivo (*cash income taxes* o *cash taxes*). Aunque estas siglas se suelen utilizar refiriéndose al rendimiento de una empresa, también se puede hablar, por ejemplo, del *ebitda* de todo un sector (el tecnológico, el alimentario, etc.) o incluso de un país o una región geográfica más amplia.

El único término de la familia que hemos encontrado en los diccionarios es *ebit*, del que sólo hay un ejemplo en el corpus. El DTEFC traduce *ebit* como “*beneficios antes de intereses e impuestos*”. Y el DEF lo define como “*beneficios antes de intereses e impuestos. Magnitud microeconómica muy estudiada, principalmente en el análisis fundamental*”. No hemos encontrado el término en ningún diccionario de inglés, ni común ni de la economía, y tampoco en ningún diccionario de español común.

El término *ebitda* parece estar ampliamente difundido en el español de la economía, no sólo por el número de usos que hemos encontrado en el corpus y en el resto de la prensa examinada, sino también por el número de usos independientes –esto es, sin acotaciones aclaratorias– que hemos localizado. También es muy significativo el hecho de que la mayor parte de los usos son en minúsculas, lo que podría indicar que en muchos casos ya no se tiene conciencia de que el término es una sigla. Hemos encontrado en el corpus y en el resto de la prensa examinada alguna utilización meramente testimonial de *ebit* y de *ebitd*, pero por el bajo número de usos que presentan merecen más la consideración de voces inglesas que de anglicismos, como *ebitda*.

Entre los términos del inglés de los negocios que no se suelen traducir al español figura el término *lobby*. Curioso por su etimología este término tiene el origen de su significado en el pasillo de la House of Commons británica en el que los legisladores de esa institución se reunían con gente ajena a la misma que venía a demandar su voto a favor de sus intereses particulares. Hoy en día, en países como EE.UU., los *lobbies* tienen entidad legal y se organizan para defender sus intereses. El término *lobby* tiene su origen en el latín medieval *lobium* o *lobia*, que hacía referencia a un pasillo cubierto dentro de un monasterio.

En inglés, el término tiene otros significados que no han sido transferidos aparentemente al español. Según el OED: “*In a ship, a small apartment adjoining the fore part of the bread room, and appropriated to the use of the surgeon*”; “*(agric.) a small enclosure for cattle adjoining the farm-yard*”; “*a watchman’s ‘box’ in a*

factory". Esta otra acepción es la que dio origen al uso del término en sentido figurado, tal y como lo conocemos en español: "*In the House of Commons, and others houses of legislature, a large entrance-hall or apartment open to the public, and chiefly serving for interviews between members and persons not belonging to the House; also (more fully 'division lobby'), one of the two corridors to which members retire to vote when the House divides*". Del uso en sentido figurado de esta acepción surgió esta otra: "*Those who frequent the lobbies of the House or who vote in a particular lobby; U.S. the persons who frequent the lobby of the house of legislature for the purpose of influencing its members in their official action; also the body of lobbyists*".

Pasaremos a continuación a comentar el término *utilities*, de uso muy frecuente en la prensa económica en español. El primer artículo de *Expansión* en el que se hizo uso de este anglicismo fue en la sección *La llave* del día 13/11/1993. No lo hemos encontrado en ningún diccionario de español. El DTEFC lo traduce como "*utilidad; servicio público, empresa de servicio público; empresa de suministro público*". El DBE lo define como "*one of the services, called 'public utilities', that supply the public with electricity, gas, water, transport, etc*". El DBF dice "*company that provides an essential service, such as water, gas, electricity, transportation, etc*".

El OED recoge la expresión *public utility*, la data primeramente en 1930 y la define así: "*Also simply, 'utility'. Hence, a company providing such a service or supply. In plural, also shares in such a company*". Genéricamente, el término *utility* significa "*the fact, character, or quality of being useful or serviceable; fitness for some desirable purpose or valuable end; usefulness, serviceableness*". Sobre este término el DDI señala que "*como es sabido, antepuesto a otro sustantivo, 'utility' tendrá función adjetival. Hay casos, sin embargo, en que estos términos genéricos ingleses no escamotean la precisión que exige el castellano: 'The car hit a utility pole'. En este caso no sabemos si el coche chocó contra un poste de teléfonos o contra un poste de conducción de la energía eléctrica. Los ingleses se contentan con saber que fue un poste de una empresa de servicios públicos*". La misma autoridad ofrece tres traducciones posibles del término: "1. Utilidad, interés, ventajas; 2. Empresa de servicio

público (agua, gas, electricidad, etc); 3. (En plural.) Acciones de una empresa de servicio público”.

Viene del francés antiguo *utilitei* o *utelite*, que a su vez tiene su origen en el latín *ūtilitāt*, *ūtilitās*, de *ūtili-s* “útil”. Este origen es común a *utilidade* (gallego y portugués), *utilidad* (español), *utilité* (francés), *utilitat* (catalán) y *utilità* (italiano).

Otros dos términos muy curiosos y que tampoco se suelen traducir son *management* y *manager*, que han acabado por incorporarse al lenguaje común aunque inicialmente se conocían sólo en el ámbito de los negocios. Ambos tienen origen en el término italiano *maneggiare* “manejar”, de una supuesta forma latina **manidiare*, derivada a su vez de *man*, *-us* “mano”. Desde el italiano se incorporó supuestamente al inglés en el siglo XVI como *manage* “manejar, manipular, dirigir, gobernar”, de donde surgirían posteriormente las formas *manager*, literalmente “el que maneja, el dirigente, el gobernante” y *management* “el manejo, la dirección, el gobierno”.

Para terminar, no queremos dejar de comentar dos términos muy novedosos en la prensa económica española que resultan de enorme interés, *coaching* y *mentoring*. Ambos han sido importados como anglicismos pero tienen una historia mucho más rica y antigua, dado que el inglés los había importado, a su vez, de otras lenguas.

No hemos podido localizar el término *coaching* en ninguno de los diccionarios consultados. Hemos encontrado la expresión *coaching managerial style* en el DTEFC, que aunque parece estar relacionado, no tiene nada que ver. El *coaching* es un concepto íntimamente relacionado con el *mentoring*. Sospechamos que ambos son de incorporación bastante reciente al español, ya se comenzaron a usar en *Expansión*, respectivamente, en 1997 y 1998. El término *coach* no tiene más que un uso en *Expansión*, *mentoring* tiene cuatro y *mentor*, que no es un anglicismo, tiene nueve.

El *coaching* es un proceso de discusión entre miembros de una organización con el objetivo de ejercer una influencia positiva en la motivación y trabajo de uno de ellos. Se pretende que el individuo

aprenda y se conciencie acerca de cuáles son sus virtudes y sus defectos, tratando de potenciar las primeras y minimizar el efecto de los segundos. En los encuentros, que se producen de forma regular, participa el individuo interesado (el *protégé*), que suele ser un empleado o ejecutivo de una empresa, y el *coach* o *coacher*, que suele ser su superior. En algunas ocasiones, el *coach* es incluso una persona ajena a la empresa, contratada por la misma para que entrene a sus ejecutivos. En este caso, el *coach* puede actuar por cuenta propia o por cuenta de una empresa especializada en servicios de *coaching*. La profesión de *coach*, que podríamos traducir por *entrenador empresarial*, es una de las más novedosas del momento. Parece ser bastante difícil dar con un buen *coach*, y existen incluso empresas que se dedican a formar estos *entrenadores empresariales*.

Relacionada con el *coaching* coexiste la actividad de *mentoring*. La principal diferencia entre ambas radica en que en el segundo caso no es la empresa la que impone el proceso, sino que el propio trabajador se somete a él voluntariamente. Los beneficios del *coaching* se reflejan en el trabajo, mientras que los del *mentoring* afectan a la vida entera del individuo. En el *coaching* hay una agenda que cumplir, con unos plazos y unos objetivos. En el *mentoring* el aprendizaje es, tal vez, más anárquico, no tiene una agenda específica y además resulta enriquecedor tanto para el entrenador o *mentor* como para el *protégé*.

El término *coaching* es el resultado de sustantivar el verbo *to coach*, que parece tener su origen en el ambiente universitario británico de mediados del siglo XIX. En aquella época se empleaba de forma coloquial. El OED lo data primeramente en 1849 y lo define como “*to prepare (a candidate) for an examination; to instruct in special subjects; to tutor; also, to train for an athletic contest, as a boat-race*”. También: “*To ‘read’ or to study with a ‘coach’*”. El uso de esta expresión en el deporte debió de comenzar en la misma época: el OED data el sustantivo *coach* en el ámbito de las carreras de botes en 1885, y lo define como “*one who trains others for an athletic contest, esp. a boat-race*”. Y define la acepción universitaria como “*a private tutor who prepares a candidate for an examination*”.

Antes de esas fechas el único significado que tenía el término *coach* en inglés hacía referencia a un carruaje o coche de caballos, de tal forma que estas acepciones –primero universitaria y luego, por extensión, la deportiva–, deben de haber aparecido como nuevos semas del término a principios del siglo XIX. El étimo último de *coach* hay que buscarlo en el húngaro del siglo XVI, en el que se denominaba *kocsi szeker* “coche/vagón de Kocs” a un tipo de coche característico de Kocs, una región del sur de Hungría. La mayor parte de las lenguas europeas tomaron prestada la expresión, pero sólo se quedaron con el adjetivo *kocsi* “de Kocs”, que iba colocado en primer lugar y que se pronunciaba /kɔ tʃi/. Así, en el siglo XVI el francés, el español y el portugués adoptaron el término con la ortografía *coche* a través del alemán *kotsche*, adonde llegó desde el húngaro, al igual que ocurrió con el holandés (*kotsie*) y con el inglés (*cochee*).

Por otra parte, el término *mentoring* tiene su origen en el verbo *to mentor*, a su vez del sustantivo correspondiente, que el OED define de la siguiente manera: “*With initial capital: The name of the Ithacan noble whose disguise the goddess Athene assumed in order to act as the guide and adviser of the young Telemachus; allusively, one who fulfils the office which the supposed Mentor fulfilled towards Telemachus. // Hence, as common noun: An experienced and trusted counsellor. The currency of the word in Fr. and Eng. is derived less from the Odyssey than from Fénelon’s romance of Télémaque, in which the part played by Mentor as a counsellor is made more prominent*”.

El término *mentor* no es un anglicismo porque la lengua inglesa no fue intermediaria en el proceso de transferencia del término al español desde el griego, en donde éste tiene su étimo último. Así lo confirma el DRAE, que define el término como “*Méntor, personaje de la Odisea, consejero de Telémaco*”. También: “*Consejero o guía*”. El DEA recoge los mismos significados, pero el DUE añade: “*Antiguamente, hombre encargado de la educación de un joven. Hoy, persona que aconseja, guía o inspira a otra con respecto a esta*”. El *mentoring* no es sino, por tanto, una actualización anglosajona de un concepto que existía ya en otras culturas desde antiguo.

Para terminar sólo resta añadir, a modo de conclusión, que en el español de los negocios, el estudio de los términos que van y vienen, y del origen de sus significados constituye un campo de investigación tan fértil como inexplorado. Las palabras no son patrimonio exclusivo de ningún idioma, porque todas son fruto del contacto fecundo de unas lenguas con otras. La historia de las palabras y de sus significados refleja de forma muy fiel la historia de la gente que las ha creado, moldeado y desechado, y su estudio en un campo tan específico pero tan amplio como el de los negocios añade, si cabe, un aliciente a la investigación en una parte de la lingüística ya de por sí fascinante.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ADAM, J. H. (1997). *Longman Dictionary of Business English* (DBE). Harlow, Essex: Longman, 2ª ed.
- ALCARAZ VARÓ, Enrique y HUGHES, Brian. (1999). *Diccionario de términos económicos, financieros y comerciales. Inglés-español, Spanish-English* (DTEFC). Barcelona: Ariel, 3ª ed.
- COLLIN, P. H. (1999). *Dictionary of Banking and Finance* (DBF). Teddington: Peter Colling Publishing, 2ª ed.
- Merriam Webster's Collegiate Dictionary* (MWD). (1997). Cd-rom. Britannica CD. Versión 97. Encyclopaedia Britannica, Inc., 10ª ed.
- MOLINER, María. (1998). *Diccionario de uso del español* (DUE). Madrid: Gredos, 2ª ed.
- Oxford English Dictionary* (OED). (1994). Cd-rom. v.1.13. Oxford: Oxford University Press.
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA DE LA LENGUA. (2001). *Diccionario de la lengua española* (DRAE). Madrid: Espasa Calpe, 21ª ed.
- SECO, Manuel. (1999). *Diccionario del español actual* (DEA). Madrid: Aguilar.
- TAMAMES, Ramón y GALLEGO, Santiago. (1994). *Diccionario de economía y finanzas* (DEF). Ed. especial para Central Hispano. Madrid: Alianza.
- TORRENTS DELS PRATS, Alonso. (1989). *Diccionario de dificultades del inglés* (DDI). Barcelona: Juventud, 2ª ed. corregida y aumentada.