

GABRIEL NEILA GONZÁLEZ

# APLICACIÓN DEL MÉTODO DE LOS CASOS EN LA ENSEÑANZA DE EFE: EL CASO DEL ESPAÑOL DE LOS NEGOCIOS

MEMORIA DE MÁSTER  
UNIVERSIDAD DE JAÉN - FUNIBER

## ÍNDICE

1. Introducción al tema	3
1.1. Objetivos del trabajo y división por capítulos	4
1.2. Metodología utilizada	5
2. Estado de la cuestión	6
3. Análisis de materiales de EFE en la actualidad	10
4. Método de los casos. Definición y ventajas subyacentes	16
5. Elaboración de materiales	23
5.1. Primera unidad	26
5.2. Segunda unidad	28
5.3. Comentarios sobre las encuestas realizadas	29
6. Conclusiones	32
7. Bibliografía	34
8. Anexo 1	37
9. Anexo 2	46
10. Anexo 3	63

## 1. INTRODUCCIÓN AL TEMA

La expansión del español y el interés por el idioma crece de una manera vertiginosa. La demanda del estudio del español se ha disparado espectacularmente provocando el requerimiento de profesores de español en diversos países como Brasil, Alemania, China, Estados Unidos, Canadá o Japón. Ante esta situación debemos contemplar las necesidades de los destinatarios ya que, por ejemplo, para China la formación de los docentes es prioritaria al ser el español objeto de un enorme interés debido a la importancia económica y comercial que ha adquirido Latinoamérica para China.

A un nivel más general, los motivos para aprender un nuevo idioma son cada vez más de orden práctico, como “para utilizarlos en el trabajo” o “para poder trabajar en otro país”, comparados con los resultados de cuatro años antes. No obstante, otros motivos menos ‘utilitarios’ como “para utilizarlo en vacaciones en el extranjero” o ‘como satisfacción personal’ siguen siendo muy citados.

Por todas estas razones, el aprendizaje de lenguas se ha convertido en una de las claves de nuestro tiempo: los medios de comunicación, la facilidad de los viajes, el intercambio comercial, la política mundial, todo, en suma, nos lleva a comunicarnos, cada vez más, con una amplia diversidad de gentes y en una vasta pluralidad de lenguas y culturas. El dominio de las lenguas extranjeras es un imperativo social para que el ciudadano del siglo XXI pueda asumir plenamente sus responsabilidades en el mundo que le ha tocado vivir.

Por todo ello, la enseñanza de español con Fines Específicos (EFE) y, más concretamente, la Enseñanza de Español de los Negocios es un ámbito cada vez más creciente e importante dentro de la didáctica. Estamos hablando de un tipo de enseñanza que está ubicada en un apartado social definido profesionalmente puesto que la usan usuarios que son expertos en su ámbito de trabajo. Además, este tipo de lenguaje es un conjunto lingüístico especializado por el tema que trata, por el ámbito en el que se usa, por el uso que se hace de él y por los usuarios que lo conocen. Es una lengua muy formal que requiere una madurez lingüística elevada. Por lo tanto, la mayoría de los alumnos que aprenden español con fines específicos necesitan adquirir: confianza y fluidez en el habla, habilidades para organizar y estructurar información, lenguaje suficiente y preciso para ser capaz de comunicar ideas sin ambigüedad, estrategias para clarificar y comprobar información no clara, saber reaccionar con rapidez ante las palabras o declaraciones de los otros, clara pronunciación, etc.

Será en el segundo apartado donde se establezca cuando fue el nacimiento y el desarrollo de la Enseñanza de Español para Fines Específicos y, como consecuencia, del Español de los Negocios. Al mismo tiempo, trataremos de establecer un marco teórico que pueda servir para enmarcar los siguientes apartados de esta memoria.

## 1. 1. OBJETIVOS DEL TRABAJO Y DIVISIÓN POR CAPÍTULOS

Por todo lo que he recopilado después de un proceso de lectura bibliográfica, se puede obtener como conclusión que el objetivo principal de este trabajo es aplicar el método de los casos en la elaboración de una unidad didáctica de EFE para, más tarde observar su viabilidad a la hora de llevar unidades didácticas basadas en este método a clase. Este trabajo tendrá, por tanto, otros objetivos secundarios que también deben ser tenidos en cuenta como el análisis de materiales de EFE en la actualidad y la creación de materiales. Asimismo, se intentará proceder a un proceso de negociación con los estudiantes para atender a sus principales motivaciones a la hora de aprender español.

He decidido trabajar en este tema porque he intentado buscar manuales de Español de Negocios que fueran atractivos y motivadores para mis estudiantes, que me han afirmado en más de una ocasión la aridez de la mayoría de los materiales que hay en el mercado para este tema. Para intentar alcanzar este objetivo, he decidido dividir este trabajo en varios capítulos:

El primero de ellos versará sobre los diferentes enfoques metodológicos que se suelen citar a la hora de enmarcar la enseñanza de Español con Fines Específicos. Partiendo de una base general describiré los pros y los contras de la simulación global, el enfoque por tareas y del método de los casos.

El segundo de ellos hablará sobre el análisis que he realizado sobre algunos de los materiales de EFE que existen en la actualidad. Para ello, he elegido dos de los más conocidos y usados en la actualidad, como son *Entorno Empresarial* de la Editorial Edelsa y *Esnegocio* de la Editorial Espasa. En ellos, hablaré sobre diversos aspectos como la organización del material y de cada unidad, la metodología a seguir, la planificación del tiempo que proponen los autores y las observaciones que, desde mi punto de vista, hay que recalcar en cada uno de los manuales.

El tercero de ellos tratará sobre el método de los casos como tal. Explicaré las razones por las que he elegido esta corriente metodológica para la realización de mis nuevos materiales y hablaré, asimismo, sobre sus orígenes, su definición, sobre su amplio espectro de amplitud y sobre las posibles ventajas y desventajas que puedan subyacer en la enseñanza de EFE.

En el cuarto de ellos se expondrán y analizarán, paso a paso, las dos unidades didácticas presentadas en este trabajo. La primera de ellas será un borrador presentado a los alumnos para su valoración posterior, por medio de un cuestionario elaborado por el profesor y en el que los estudiantes tendrán que expresar su opinión sobre los contenidos tratados en la unidad. Acto seguido, se presentará una segunda

unidad en la que el profesor intentará mejorar los aspectos negativos de la citada unidad para presentársela a otro grupo de estudiantes.

Como conclusión a todos estos apartados, se incluirán también unas conclusiones generales en las que se valorará el grado de efectividad de la aplicación del método de los casos a la elaboración de materiales de Español de los Negocios. Al mismo tiempo, se intentará dar otras posibles variantes para posteriores estudios que se puedan realizar sobre estos campos.

Al final del trabajo, se podrán encontrar, por un lado, la bibliografía general de libros y artículos consultados para la realización de esta memoria y, por otro lado, tres anexos con las unidades didácticas elaboradas y el cuestionario de valoración de los estudiantes.

## 1.2. METODOLOGÍA UTILIZADA

En este trabajo he decidido adoptar un enfoque de investigación-acción. Desde mi punto de vista, la investigación en el aula consiste en una investigación práctica centrada en el contexto de clase en que los investigadores pretenden explicar qué es lo que exactamente sucede dentro del aula, la influencia tanto directa como indirecta que ejercen los factores internos y externos relacionados con el estudiante, el profesor y los programas de enseñanza de lenguas.

Por estas razones que acabo de exponer creo que la investigación-acción es el punto de vista óptimo para alcanzar los objetivos de esta memoria. Por un lado, nos vamos a encontrar con la parte de investigación más teórica que sería el uso de los diferentes enfoques en la enseñanza de EFE como es el que, principalmente, nos ocupa en este trabajo que es el método de los casos.

Además, nos vamos a encontrar con el análisis de materiales ya existentes en el mercado, que no llegan a satisfacer las necesidades de los alumnos de español de los Negocios que tengo en mis cursos regulares como docente. Es por este motivo por lo que nos vamos a encontrar también con la elaboración de materiales didácticos nuevos que reafirman la creencia de que un profesor no solamente se debe ceñir a los libros de texto que tienen los estudiantes, sino que debe ser capaz de realizar sus propios recursos siendo consciente de las necesidades de sus estudiantes.

Por último, nos encontraríamos con la parte de observación de la viabilidad de estos materiales en la propia clase. Se va a realizar mediante unas encuestas con preguntas de respuesta abierta y cerrada que se van a pasar a dos grupos diferentes de estudiantes para contrastar las diferentes opiniones que puedan surgir. Los resultados de estas encuestas se podrán encontrar en el tercer y último anexo de la presente memoria y se valorarán en el quinto apartado de este trabajo una vez descritas las unidades didácticas correspondientes.

También quisiera destacar en este apartado sobre cuestiones metodológicas que tanto las unidades didácticas que se han creado como las encuestas que se pueden encontrar al final de este trabajo se han elaborado en colaboración con los estudiantes de los cursos de Español de los Negocios de mi centro de trabajo. De esta manera, estamos hablando de unos estudiantes con un nivel de estudios universitarios y procedentes tanto de diferentes países de Asia como de Europa. Todos ellos se encuentran en una situación de clara inmersión lingüística y pasan en nuestro país del orden de los dos años.

## 2. ESTADO DE LA CUESTIÓN

El estudio de las lenguas con fines específicos no es nuevo. Desde sus inicios ha presentado dos vertientes muy claras: la necesidad de analizar, delimitar y enseñar su uso, tanto a hablantes nativos poco habituados a este tipo de discursos, como a hablantes no nativos, que necesitan de un aprendizaje que aúne una lengua extranjera con una lengua especializada como puede ser el caso del lenguaje de los negocios.

Por todo ello, el aprendizaje de lenguas extranjeras se ha convertido, hoy en día, en algo necesario para el ser humano por una serie de factores: para viajar a otros países, para participar en intercambios culturales, para estar al tanto de las últimas publicaciones en el ámbito de la medicina, la informática o los negocios, así como para obtener un empleo.

Especialmente en el ámbito económico, el idioma es un factor de penetración comercial y un vehículo que facilita el acceso de una empresa o producto a nuevos y más amplios mercados. En consecuencia, el conocimiento de una lengua especializada dará grandes ventajas a los representantes o negociadores de una compañía a la hora de introducir productos nuevos en un mercado. Además, el conocer una lengua de especialidad como la de los negocios les ayudará a conseguir términos más ventajosos con los organismos oficiales y empresas de los países donde se hable la lengua mencionada.

En los últimos años y debido a circunstancias de diverso orden, se aprecia un alza en el interés por el aprendizaje del español con Fines Específicos, especialmente en el sector de los servicios y el académico. Entre los factores que han motivado este aumento en el interés por el español como lengua de especialidad se pueden incluir: el reciente crecimiento económico de España y el consiguiente aumento del interés de empresas extranjeras por invertir su capital aquí; la consolidación de nuestro país como una de las principales destinos turísticos mundiales, etc. Todas estas razones, junto a factores de carácter más general como el desarrollo del comercio electrónico e Internet, así como la tendencia a la integración de los mercados en América, han contribuido a despertar un mayor interés por el español con fines específicos.

Es en estos ámbitos de especialización donde podemos hablar de lenguas de especialidad o de lenguas con fines específicos. Éstas nacen y evolucionan de forma paralela a las ciencias, las técnicas y las profesiones y poseen un marcado carácter vehicular.

Existen algunas ideas comunes desde el comienzo de los estudios de este tipo de lenguas. Una primera idea común es la de que el lenguaje científico supone un tipo de discurso alejado de otras manifestaciones. Esto supondría una diferencia tan marcada con respecto a la lengua común (e incluso a otras realizaciones de lenguas de especialidad) que necesitaría de un recio aprendizaje por parte del usuario, ya que constituiría un código aparte.

Otra idea común, superadora de la visión anterior, es aquella que plantea la diferenciación entre lengua común y lengua de especialidad como una cuestión de terminología. Ambas tienen puntos de razón y puntos de distorsión en lo que respecta al enfoque de análisis de este tipo de actuación de la lengua. El análisis del discurso ha sido la disciplina que ha resuelto la distancia existente entre estos dos enfoques, actuando sobre las realizaciones discursivas de los usos lingüísticos.

Lo que parece claro, al menos en la situación actual, es que la enseñanza del español para fines específicos ha sufrido un claro desarrollo muy vinculado al mismo que ha acontecido con la enseñanza del español como lengua extranjera. También podemos decir que de la misma forma, tiene sus propios achaques puesto que han surgido manuales de EFE sin que haya habido de forma paralela un desarrollo de estudios, en profundidad, para caracterizar estas lenguas específicas en el ámbito del español, de manera que todo se hace a imitación del inglés. Es cierto que el inglés es la lengua con mayor tradición en la investigación y enseñanza de la lengua para fines específicos, pero eso no quiere decir que la descripción que se ha realizado para esta lengua sea la más ajustada a la forma interior del español, que por supuesto se ha de manifestar en los usos específicos de la misma.

También hay que tener en cuenta cuáles han sido y siguen siendo los ámbitos metodológicos que más producción literaria tienen en el campo de la Enseñanza del Español de los Negocios, que es lo que nos ocupa en este trabajo. De todos los artículos que he leído para llevar a cabo este trabajo se puede colegir que a la hora de elegir un enfoque metodológico en la enseñanza de lenguas con fines específicos, generalmente, se aconseja adoptar una perspectiva ecléctica que incorpore los procedimientos que hayan resultado más eficaces en la enseñanza de lenguas en sentido general, así como otros originados en los ámbitos laborales o académicos de los estudiantes. Pasemos a analizar los más importantes según lo enunciado por Aguirre (2004:45).

Por un lado, nos encontramos con lo que se denomina como la simulación o dramatización global. Estas teorías consisten en la reconstrucción en el aula de todos

aquellos elementos que definen cierto marco de realidad. Requiere un establecimiento del decorado, unas reglas y una puesta en escena. Es un proceso a lo largo del que el profesor deberá dar los elementos lingüísticos y comunicativos que sean necesarios para comenzar la interacción oral entre iguales. Según muchos autores, una de las ventajas de esta forma de llevar a cabo la clase es la gran motivación que permitirá a los estudiantes implicarse, empleando su creatividad para tomar iniciativas y decisiones.

La interacción comunicativa ha de ser, desde el punto de vista de varios estudios, en el verdadero motor del aprendizaje en el aula. Para que tal interacción sea comunicativa, Hernández y Zanón (1990:13-18) dijeron que han de darse las siguientes condiciones:

- Que los alumnos dispongan de los contenidos necesarios para incorporarse a la situación.
- Que posean una razón para implicarse en una actividad de descodificación.
- Que exista una situación en la que otro interlocutor proporcione información.
- Que el estudiante disponga de una intención comunicativa como marco de referencia sobre el que evaluar el resultado de la interacción con objeto de decidir la coordinación o finalización de la operación.

Se considera este método especialmente apropiado para la enseñanza de lenguas con fines específicos, ya que mediante el mismo se recrean las posibles situaciones en las que puede encontrarse en un futuro el estudiante o profesional y se le expone así a los problemas de diferente índole que puedan surgir en esos contextos.

También debemos tener en cuenta otro enfoque metodológico como es la Enseñanza de la Lengua mediante Tareas, que aparece más que como un método propiamente dicho como una innovación dentro del Enfoque Comunicativo, del que se diferencia en su concepción de la lengua y su manera de planificar y organizar las clases en forma de tareas. Se plantea, pues, un objetivo o tarea final que funciona como motor de todo el trabajo; a partir del mismo se plantean diferentes tipos de tareas que darán al alumno las herramientas necesarias para enfrentarse a la realización del producto o tarea final.

Este modo de trabajo supone, según afirma Nunan (1989), una mayor implicación de los estudiantes en la comprensión, producción e interacción en la lengua meta, a la vez que centran su atención más en el significado que en la forma.

Como opción metodológica, el enfoque por tareas responde a una serie de principios generales según Gómez del Estal y Zanón (1999:141-142):

- Promover los procesos de comunicación en el aula.
- Facilitar la transferencia de la práctica en el aula a situaciones reales de comunicación.
- Responder al criterio de integración de destrezas.
- Promover la responsabilidad del alumno sobre su propio aprendizaje.

Hay otros autores como Cabré y Gómez de Enterría (1998) que han integrado la simulación mencionada anteriormente en este enfoque. Según su propuesta la simulación funcional, como método idóneo para recrear en el aula las condiciones reales de comunicación de la vida real, se estructuraría en torno a un tema que constituiría el objetivo final y que se desarrollaría gracias a una serie de hechos estructurados en dos ejes: el eje vertical, de los elementos ficticios y el eje horizontal, en el que se detallaría la cronología. Este segundo eje, dice la autora, podría seguir la propuesta del enfoque por tareas, para llegar al fin establecido mediante una serie de actividades o tareas previas.

Por su parte, Sheila Estaire define una serie de pasos para programar las mencionadas tareas según el enfoque que estamos presentando:

- Elección del tema.
- Especificación de los objetivos comunicativos, lingüísticos y profesionales.
- Planificación de la tarea final o tareas finales.
- Especificación de los exponentes lingüísticos necesarios para llegar a la tarea final.
- Planificación del proceso: tareas de comunicación y posibilitadoras.

(Estaire, 1995:28-39)

En conclusión, podemos decir que este método presenta ventajas como el hecho de proporcionar a los estudiantes razones para comunicarse y propiciar la resolución de problemas de diferentes formas, a lo largo de un proceso en el que se tiene en cuenta la experiencia previa del alumno. En este sentido y teniendo en cuenta todo lo anterior, el enfoque por tareas es considerado como uno de los métodos más adecuados para programar un curso de Español de los Negocios, dada la primacía que este enfoque otorga a la simulación como forma de recrear en el aula las condiciones de la vida real -algo tan importante en el mundo de los negocios-, así como la resolución de problemas en grupo. Desde mi punto de vista, creemos también que un marco teórico basado en el enfoque por tareas puede ayudarnos a contextualizar las situaciones comunicativas en que nuestros estudiantes se verán envueltos. En consecuencia, tal marco metodológico ayudará a los estudiantes a adquirir las competencias y los conocimientos necesarios para desenvolverse con

soltura y comunicarse de manera eficaz en el mundo empresarial español. En esta línea, hay que destacar las palabras de Álvaro García Santa-Cecilia respecto a este enfoque cuando afirma que: “Este tipo de enseñanza proporciona oportunidades para practicar el uso de la lengua mediante actividades que involucran a los alumnos en la resolución de problemas” (1995: 63).

Dada la escasez de estudios que he encontrado en España sobre el último enfoque que se menciona a la hora de planificar la Enseñanza de Español con Fines Específicos, el método de los casos, he decidido iniciar mi investigación bajo este enfoque. Para ello, he tomado las ideas enunciadas por Wasserman (1994), Abad (1991), Correa (2001) y Fernández (1995) para la realización de unas unidades didácticas que vayan algo más allá de lo ya publicado en el mercado de los materiales de enseñanza de EFE.

### 3. ANÁLISIS DE MATERIALES DE EFE EN LA ACTUALIDAD

Tal y como se ha anunciado anteriormente, he elegido dos manuales de enseñanza de Español de los Negocios que pueden servir como botón de muestra a la hora de ver cómo se encuentra la didáctica de la enseñanza de Español de los Negocios en la actualidad. Para ello, se van a utilizar unos criterios que ya establecieron Ezquerro (1974:33) de corte más estructuralista y Fernández (2000:725-727) siguiendo un enfoque más comunicativo.

El primero de ellos es *Entorno Empresarial*, manual de nivel B2 de la editorial Edelsa. Si establecemos un primer análisis sobre los componentes del libro, podemos ver que nos encontramos con un libro del alumno más un CD de audiciones. Todo ello se puede complementar con el libro *Entorno Empresarial: textos complementarios y claves*.

Si vemos cómo se encuentra organizado el material en este manual, podemos ver que el libro se divide en ocho unidades temáticas tras las cuales encontramos otras cuatro unidades, que tienen una estructura algo diferente, dirigidas a orientar al alumno sobre reuniones, presentaciones, negociaciones y diferencias culturales en el ámbito de los negocios. Al final del libro también encontramos cuatro anexos: *Siglas, abreviaturas y acrónimos, Páginas web de consulta, Transcripciones, Glosario*.

Pasemos ahora a analizar la organización de cada unidad didáctica. Las ocho unidades temáticas se abren siempre con una primera página en la que aparece el título de la unidad seguida por la sección *Conceptos del tema* en la que se plantean definiciones básicas relacionadas con el tema y se hacen preguntas para que el alumno haga una reflexión previa. A continuación las unidades presentan el siguiente esquema:

- *Vocabulario*: doble página de presentación del vocabulario y prácticas controladas para fijarlo.
- *Recursos*: doble página en la que se trabajan diferentes recursos y expresiones que servirán al alumno en el discurso oral (locuciones adverbiales). Se fijan siempre de forma escrita a través de prácticas controladas.
- *Gramática*: recuerde: doble página en la que se trata algún objetivo gramatical concreto.
- *Taller de...*: doble página dedicada a ampliar los contenidos del tema casi siempre a través de prácticas controladas que permiten fijar más léxico y hacer pequeños ejercicios de comprensión lectora.
- *Hoy es noticia*: doble página en la que se presenta un texto que habla de alguna de las empresas más importantes del mundo hispano seguido de preguntas de comprensión y una sección para trabajar en la web de la empresa presentada con el fin de conocer la clave del éxito de la empresa objeto de estudio. Para ello se plantean prácticas semilibres que obligan al alumno a expresarse de forma más autónoma.
- *Acción oral*: doble página dedicada a la expresión e interacción oral, para ello se propone la realización de una tarea final relacionada con el contenido de la unidad que los alumnos han de desarrollar por grupos y presentar al resto de la clase.
- *Entrevista con*: página en la que se presentan entrevistas de forma auditiva a personas representativas de algunas compañías hispanas y se plantean preguntas de comprensión.

No obstante, las cuatro unidades temáticas finales se centran más en cuestiones culturales dentro del ámbito de los negocios y presentan los siguientes apartados:

- Una introducción en la que se presentan conceptos, definiciones y prácticas controladas y libres que permiten al alumno fijar nuevo léxico y reflexionar sobre el tema planteado.
- *Puede ser útil*: sección dedicada específicamente a ampliar léxico a través de prácticas controladas.
- *Notas de prensa*: se presenta un texto relacionado con el tema y se hacen preguntas de comprensión.
- *Acción oral*: en ella se plantea una tarea final que implica interacción oral (llevar a cabo una reunión, hacer una presentación, etc.).

En cuanto a las destrezas que se practican en este libro, se puede decir que vamos a encontrar, en primer lugar, la comprensión lectora seguida por la comprensión auditiva, a continuación iría la expresión oral y por último la expresión escrita (que prácticamente no se trabaja).

Otra cuestión de vital importancia es la metodología que se sigue en este manual y la planificación del tiempo que se propone. Podemos concretar diciendo que se utiliza un método deductivo en el que se parte de conceptos generales y fijación del vocabulario para acabar en una tarea final en la que se usa todo lo aprendido. No es muy comunicativo. Todo ello se puede llevar a cabo en unas 80-100 horas de trabajo en clase aunque la editorial no ha especificado ninguna carga docente concreta.

Por último, voy a presentar una serie de observaciones que me han surgido después de trabajar con este libro durante varios cursos y que me han animado a elaborar mis propios materiales variando la metodología que se encuentra actualmente en el mercado de los manuales de Español de los Negocios.

Desde mi punto de vista, los temas que trata este libro son actuales pero a menudo son planteados de forma muy teórica y poco interesante para un alumno sin formación técnica en el ámbito de los negocios. Los contenidos socioculturales aparecen en las cuatro últimas unidades del libro. Aquí los contenidos pueden resultar más interesantes, aunque en ningún momento se habla de Hispanoamérica. Tampoco hay mucho intercambio cultural.

Los contenidos gramaticales se trabajan en la sección *Gramática: recuerde*. Siempre se presenta de forma deductiva de tal forma que siempre se enuncia la teoría en primer lugar seguida de prácticas controladas clásicas dentro del marco temático de la unidad.

La presentación no es, desde mi punto de vista, ni atractiva ni motivadora. El libro sólo presenta tres colores: blanco, gris y rojo, lo cual provoca que el alumno pueda perder interés ante un libro con un formato relativamente antiguo y poco trabajado.

Hay una ausencia total de contenidos fonéticos y ortográficos puesto que no se trabajan en ninguna actividad, lo cual es algo que merece ser tenido muy en cuenta porque el profesor deberá buscar material extra en manuales de ELE al uso.

El vocabulario se estudia específicamente en la sección *Vocabulario*, en donde siempre encontramos la misma estructura de actividades: un ejercicio de rellenar huecos, un ejercicio de relacionar y otro ejercicio de rellenar huecos en donde el alumno debe utilizar las palabras vistas en las dos primeras actividades en el marco de un diálogo. Se presenta un léxico bastante técnico, con lo que implica un cierto conocimiento previo del ámbito empresarial por parte del estudiante. La sección en la

que se practican locuciones adverbiales es bastante útil para el alumno, sin embargo sus actividades no son nada comunicativas. Tampoco hay léxico de variantes hispanoamericanas.

Las actividades son fundamentalmente prácticas controladas clásicas. Son efectivas para que el alumno fije el vocabulario y la gramática pero no le permiten desarrollar sus destrezas comunicativas. Algunas actividades no podrán llevarse a cabo sin una conexión a Internet. Las tareas finales pueden ser efectivas pero requieren que los alumnos tengan un interés y formación previa en el ámbito de los negocios, pues en caso contrario pueden resultar demasiado complejas o poco motivadoras. Por otra parte, las audiciones son muy artificiales. Las entrevistas son ficticias. Apenas hay variedad dialectal, y cuando la hay es un acento impostado.

La secuenciación de las unidades es un tema interesante puesto que al principio del tema aparecen conceptos generales que sirven de introducción y actividades de vocabulario que dan al alumno la base para llegar a la tarea final, que siempre implica una mayor autonomía por parte del alumno. La secuenciación permite que el alumno alcance los objetivos.

En conclusión, creo que el libro *Entorno Empresarial* es bastante útil para aprender vocabulario relacionado con el mundo empresarial. Además no olvida los contenidos gramaticales. Sin embargo su imagen es muy poco atractiva y sus temas pueden resultar algo aburridos en clase. Asimismo sus actividades son fundamentalmente prácticas controladas muy poco variadas y dinámicas con lo que el profesor se verá obligado a completarlo con otro tipo de propuestas que dinamicen la clase.

El segundo de los manuales que suelo utilizar en mis cursos de EFE y que voy a analizar acto seguido es *Esnegocio* de la editorial Espasa. En este caso, estamos ante un libro de nivel inicial que no sigue el Marco Común de Referencia Europeo. Como en el caso anterior, el manual se divide en un libro de ejercicios, un cuaderno y un CD de audiciones que se pueden comprar por separado.

Este manual se divide en cuatro bloques de contenidos (*Contacto, Organización, Gestión y Balance*), cada uno de ellos formado por tres lecciones y una evaluación de la totalidad del bloque. Al final del libro encontramos las siguientes secciones:

- *Apéndice gramatical*: en donde aparecen los esquemas gramaticales de una forma totalmente teórica y deductiva.
- *Apéndice léxico*: dividido en Léxico en imágenes, Redes de palabras, Expresiones y *Vocabulario de negocios multilingüe* por orden alfabético.
- *Variante del español*: apéndice en el que se tratan algunas diferencias en cuanto a léxico y expresiones entre el español peninsular y el americano.

- *Transcripción de los audios.*
- *Soluciones* de las actividades del libro.
- *El juego de los negocios:* juego de mesa para ser utilizado al final de cada lección y que sirve para que el alumno repase los contenidos vistos. Consiste en repetir ejercicios que vienen en el libro del alumno y en el cuaderno de ejercicios.

En este manual, cada lección se divide en las siguientes secciones que están muy diferenciadas entre sí:

- *Escaparate:* primera página, en ella aparece una imagen relacionada con el tema y los objetivos comunicativo-lingüísticos de la unidad.
- *Toma de contacto:* se plantea un diálogo relacionado con el contenido de la unidad que se puede escuchar y que va seguido de actividades controladas de comprensión auditiva que además sirven para introducir la gramática.
- *Actividades:* prácticas controladas y libres para fijar los contenidos comunicativo-lingüísticos de la lección. Aparecen pequeños recuadros explicativos sobre contenidos lingüísticos concretos que ayudan a la resolución de las actividades.
- *Hablando de negocios:* actividades orientadas a la comprensión lectora y al aprendizaje de léxico a través de textos de opinión y documentos reales.
- *Consultas:* sección dedicada al esquema gramatical. Se divide en dos apartados, *Comunicación* (para los contenidos comunicativos) y *Gramática* (para los nuevos conceptos gramaticales). En ambos apartados aparece un cuadro que remite a las páginas de los apéndices de léxico y gramatical del final del libro en donde se puede ampliar esa información.
- *Balance:* página dirigida a la autoevaluación de lo aprendido por medio de un ejercicio de elección múltiple.
- *Vida de empresa:* apartado dirigido a las prácticas libres en las cuales se plantean simulaciones de situaciones dentro del mundo empresarial.
- *Mundo hispano:* orientada a la parte sociocultural, en la que aparecen textos en los que se exponen diferencias culturales entre los países hispanos así como muestras de lenguaje hispanoamericano.

También es un ámbito de vital importancia para cualquier manual, sea de enseñanza para ELE o EFE, la metodología que ha seguido y la planificación del tiempo que los

autores han planteado para que el profesor pueda hacerse una idea a la hora de preparar sus clases.

En este caso, se podría decir que siguen una metodología basada en el descubrimiento guiado, ya que primero hay actividades de reflexión para después dar el esquema gramatical. Es menos comunicativo que otros manuales a pesar de que se integren las cuatro destrezas. Tampoco ayudan mucho los autores a la hora de planificar el tiempo, pero, desde mi punto de vista, se podría estimar que este libro también se podría desarrollar en unas cien horas docentes.

También he considerado necesario incluir una serie de apreciaciones que me han ido surgiendo durante la utilización de este manual en la clase de Español de los Negocios.

Nos vamos a encontrar con temas muy interesantes para el alumno (ej.: elegir un local para crear una empresa, decidir la decoración de la oficina, etc.). Los contenidos socioculturales se ven únicamente en la sección *Mundo hispano* de cada unidad, pero en ningún caso se plantean actividades que permitan un intercambio cultural entre las distintas nacionalidades del aula.

En las lecciones se ven aspectos gramaticales desde el principio, tanto en las actividades controladas como en los esquemas gramaticales. Se presenta de forma bastante clara para el alumno y adecuada al nivel inicial.

La presentación no es muy dinámica ni atractiva. Hay pocas imágenes, y cuando aparecen son fotos pequeñas y poco sugerentes.

Se ven algunas diferencias entre la pronunciación de España e Hispanoamérica en algunos apartados. No he encontrado ni apartados ni actividades orientadas a la práctica de la ortografía como fin en sí mismo.

El libro permite aprender mucho léxico a través de textos y actividades controladas, especialmente en su apéndice final. Además han tenido muy en cuenta el léxico de Hispanoamérica.

Las actividades a menudo se quedan escasas para que el alumno pueda realmente fijar los contenidos. Además, éstas aparecen antes de la fijación de la gramática, con lo que los alumnos se ven obligados a practicar antes de que les hayan presentado el nuevo lenguaje. Son actividades poco dinámicas, que no provocan que el alumno se implique en ellas. Las prácticas del apartado Vida de empresa plantean en muchos casos situaciones demasiado complicadas para un nivel tan inicial.

Las unidades están secuenciadas de tal forma que las prácticas controladas aparecen antes de la presentación del nuevo lenguaje, con lo que a veces puede resultar un

poco confuso para el alumno. Al final de las unidades encontramos las prácticas más libres en las que el alumno demuestra su mayor autonomía comunicativa.

En conclusión, este libro, a diferencia de otros manuales, tiene muy presente la gramática, sin embargo, es posible encontrar en el mercado otros manuales que funcionen mejor en clase, ya que éste puede resultar poco motivador y atractivo tanto en temas como en actividades, etc. para el alumno. En muchos casos, el profesor se verá obligado a completarlo con otras actividades que ayuden al alumno a adquirir los objetivos y aporten un mayor dinamismo y variedad.

Por todo lo que se ha expuesto en este capítulo, mi objetivo era intentar realizar material didáctico que fuera más atrayente para el estudiante de EFE y que realmente aportara alguna novedad a los manuales que ya se pueden encontrar en el mercado actualmente. De ahí que comenzara a investigar en la metodología de enseñanza de EFE, para encontrar esa “vuelta de tuerca” necesaria. Leyendo las opiniones de Aguirre (2004:40) encontré el comienzo de la posible solución:

El método del caso está plenamente incorporado en las escuelas de Administración de empresa porque proporciona prácticas para analizar problemas reales en un contexto profesional y permite comprobar las estrategias de resolución de problemas. Además facilita la práctica de estrategias de aprender a aprender y permite apoyarse en los conceptos, principios y procedimientos que se utilizan en el propio campo de conocimiento o de actividad laboral.

#### 4. MÉTODO DE LOS CASOS. DEFINICIÓN Y VENTAJAS SUBYACENTES EN LA ENSEÑANZA DE EFE

Como ya he mencionado anteriormente, he decidido trabajar en cómo se podría aplicar el método de los casos en la creación de un manual de enseñanza de Español relacionado con el mundo de los negocios. Desde el punto de vista personal, es un tema que me interesa mucho puesto que en mi centro de trabajo suelo ser el encargado de llevar a cabo este tipo de cursos y me he encontrado con multitud de problemas a la hora de explotar los materiales que se encuentran en los manuales que existen en el mercado en la actualidad. Por este motivo, he querido buscar una manera más atrayente para que el estudiante se sienta más identificado con los temas objeto de estudio. No obstante, hay que destacar que, a pesar de que estemos ante un método no muy moderno, puesto que nació en el año de 1920 en la escuela de Leyes de la Universidad de Harvard con la finalidad de recrear situaciones complejas de hechos reales mediante los cuales el alumno desarrolla una serie de habilidades y actitudes de manera intrínseca, puede ser de gran utilidad para este ámbito de trabajo.

Desde el punto de vista académico, creo que el tema es de interés puesto que el método de casos intenta ser un acercamiento a la realidad en la que se desenvuelven todos los días los profesionales y particularmente aquellas personas dedicadas a la realidad tan cambiante del mundo de negocios, siendo este último hecho un aspecto a considerar en la elaboración del caso sin importar el método del que se trate. No obstante, la enseñanza basada en el método de casos admite alguna variación, para que se pueda llamar así a lo que ocurre en el aula se deben cumplir ciertas condiciones de forma y estilo.

Los casos son instrumentos educativos complejos que revisten la forma de narrativas. Un caso incluye información y datos psicológicos, sociológicos, científicos, antropológicos, históricos y de observación, además de material técnico. Si tomamos lo que en su día enunció Christensen (1987:28), vemos que:

Un buen caso es el vehículo por medio del cual se lleva al aula un trozo de realidad a fin de que los alumnos y el profesor lo examinen minuciosamente. Un buen caso mantiene centrada la discusión en alguno de los hechos obstinados con los que uno debe enfrentarse en ciertas situaciones de la vida real. [Un buen caso] es el ancla de la especulación académica; es el registro de situaciones complejas que deben ser literalmente desmontadas y vueltas a armar para la expresión de actitudes y modos de pensar que se exponen en el aula.

Al final de cada caso hay una lista de “preguntas críticas”, es decir, tales que obligan a los alumnos a examinar ideas importantes, nociones y problemas relacionados con el caso. Su objetivo es promover la comprensión. Más que requerir el recuerdo de nombres, fechas, descripciones o lemas, requieren que los estudiantes apliquen lo que saben cuando analizan datos y cuando proponen soluciones.

Otra característica de la enseñanza basada en el método de casos es la oportunidad que tienen los alumnos de discutir, reunidos en pequeños grupos, las respuestas que darán a las preguntas críticas. Los grupos de estudio pueden sesionar durante la clase o fuera del horario escolar. Ambos sistemas presentan ventajas y desventajas. En la duda, la decisión deberá tomarse teniendo en cuenta la distribución del tiempo de las clases; lo principal es que los alumnos que integran los grupos tengan la oportunidad de discutir los casos y las preguntas entre ellos antes de que se realice la discusión en que participa toda la clase. El trabajo en los grupos prepara a los alumnos para la discusión más exigente, que se producirá posteriormente con participación de toda la clase.

Aunque la calidad de un caso es fundamental para despertar el interés de los alumnos por los problemas que en él se plantean, la condición esencial en este método de enseñanza es la capacidad del maestro para conducir la discusión, ayudar a los alumnos a realizar un análisis más agudo de los diversos problemas, e inducirlos a esforzarse para obtener una comprensión más profunda. Es en particular esta

característica la que determina el éxito o el fracaso de la enseñanza con casos (Christensen: 1987).

Así como un caso genera en los alumnos la necesidad de saber, el interrogatorio sobre el caso intensifica esa necesidad. Hay un fuerte interés. Los alumnos quieren más datos. Como no se les proporcionaron respuestas, como la ambigüedad creció, la tensión ha aumentado. La necesidad de saber se vuelve más apremiante. La información sobre los problemas no se suministra de acuerdo con un plan metódico, sino como consecuencia de la necesidad incrementada de los alumnos. Esto facilita la adquisición de información pertinente.

Este método también exige asumir el papel de protagonista-practicante en vez de mantener una actitud de teórico-observador y, por tanto, obliga a los participantes en un curso de formación a intentar salvar la distancia entre teoría y práctica. Adicionalmente, crea un diálogo en el aula que rompe con los esquemas tradicionales de la lección magistral, implica a los participantes en su propio aprendizaje y facilita el trabajo en grupos. Por todo ello, se puede afirmar que tiene un notable interés principalmente en aquellas áreas que requieren un entrenamiento para la formación teórica práctica de los estudiantes. Se pueden apuntar cinco razones fundamentales que avalan su eficacia:

- a) Los estudiantes desarrollan mejor sus capacidades mentales evaluando situaciones reales y aplicando conceptos que aprendiendo estos mismos conceptos simplemente a partir de ejemplos teóricos que están con frecuencia alejados de la vida real.
- b) Los estudiantes aprenden a desarrollar conceptos nuevos y a aplicar aquellos ya establecidos a situaciones novedosas. Por tanto, los estudiantes de este método estarán mejor preparados que los que sólo hayan aprendido de memoria los conceptos existentes.
- c) Los estudiantes asimilan mejor las ideas y conceptos que utilizan ellos mismos en el transcurso de la resolución de los problemas surgidos de la realidad documentado en los casos.
- d) El trabajo en grupo y la interacción con otros estudiantes, necesarios en la práctica del método del caso, constituyen una preparación eficaz en los aspectos humanos de la gestión.
- e) Dado que esta técnica convierte a los estudiantes en participantes activos de su propio aprendizaje facilita la expresión de opiniones, creencias, actitudes y valores y ayuda desarrollar las siguientes habilidades:
  - La capacidad de observar en profundidad la realidad.
  - La comprensión de los fenómenos y hechos sociales.

- La definición de la situación problemática sobre la que hay que operar.
- La conceptualización de la relación entre teoría y acción.
- La toma de decisiones.
- El trabajo cooperativo.

De lo anterior se desprende que el Método de Casos puede ser altamente formativo pero requiere una gran disciplina y una enorme preparación por parte del profesor en todo sentido. Veamos algunas partes para la preparación de una clase para discutir un caso según lo enunciado por Correa (2001).

#### a) COMPONENTE DEL MÉTODO DE LOS CASOS:

EL ALUMNO: el cual debe ser participante, cada cual tiene un bagaje único de sentimientos, experiencias percepciones tradiciones y valores que lo llevan a interpretar las cosas de una manera única, a dar valor a una cosa y a desestimar otra. Cada individuo es único y es posible que en unas situaciones represente la uniformidad y en otras el contraste. Esta diversidad es la que hace que este método se enriquezca y se convierta en un proceso activo.

EL CASO: El fin primordial de este es servir como base de la discusión. Este no se trata de un mecanismo para difundir reglas o principios.

EL PROFESOR: El cual tiene su propio sistema de referencia, basado en su propia formación, su experiencia particular y es afectado por el entorno económico, social, cultural. Suponer que el profesor sabe más y mejor que nadie todo lo relacionado con un caso determinado equivaldría a optar por el principio de subordinación que da al traste con la interdependencia que es la tendencia actual. Este debe jugar un papel dinamizador y brindar los siguientes aspectos:

- Proporcionar instrumentos y servicios requeridos para la discusión.
- Mantener el orden del procedimiento.
- Orientar la discusión para evitar posiciones simplistas.
- Motivar la participación y estimular el planteamiento de tesis novedosas.
- Correlacionar los aportes individuales.
- Mantener el ritmo de la discusión de tal modo que permita el adecuado uso del tiempo y la comprensión de los asistentes.

- Actuar como preceptor y consejero para mantener la discusión dentro de un ambiente ideal.
- Mantener el interés de los participantes en el tema en el curso aportando autoridad, dirección, humor para procurar un ambiente cálido, dinámico y agradable.

LA ASIGNATURA: Proporciona los conceptos, temas, métodos, herramientas cuya validez y vigencia serán sometidos a prueba en la discusión del caso

#### b) REQUISITOS DE UN BUEN CASO:

1. Exactitud: Fidelidad en la narración de los hechos
2. Objetividad: No hay lugar a opiniones ni a parcialidades.
3. Claridad: No debe darse ni ambigüedad ni confusión.
4. Lógica: Orden cronológico en la redacción, especificando los personajes principales, las situaciones, los ambientes.
5. Sensibilidad a la importancia de los detalles

#### c) LA DISCUSIÓN DEL CASO:

No existe un orden universal como tal. Pero se pueden presentar fases características como:

- ENUMERACIÓN DE LOS HECHOS. En esta fase se establecen hechos con miras a establecer principios de subordinación o causalidad y definir el problema.
- IDENTIFICACIÓN Y PRESENTACIÓN DE LAS ALTERNATIVAS. En esta fase intervienen claramente la imaginación creadora, para la búsqueda de alternativas.
- VALORACIÓN, COMPARACIÓN Y EVALUACIÓN DE ALTERNATIVAS. Se hace una evaluación de las tesis y una confrontación de los diferentes puntos de vista.
- SELECCIÓN DE LA MEJOR ALTERNATIVA. En esta fase no necesariamente se debe llegar a una decisión final.

De esta forma, se puede concretar diciendo que el profesor tiene tres herramientas para mantener la productividad de la discusión:

1. Formular preguntas válidas e inteligentes.

2. Volver a exponer o construir lo que se ha planteado.
3. Expresar sus propias opiniones o relatar sus experiencias.

#### d) PREPARACIÓN:

Hay que tomar en cuenta tres variables dentro de este punto, que es uno de los más importantes dentro de todo el proceso que se está explicando:

- Lugar físico: el ideal sería un lugar espaciado con el profesor en el centro y los estudiantes a su alrededor.
- Materiales y logística: Estos deben ser asequibles, claros y oportunos.
- Identificación del estudiante: El hecho de que el docente sepa el nombre del estudiante es un indicador de interés, de que valora su experiencia y sus aportes, sus temores y frustraciones.

#### e) DISEÑO DEL CURSO:

En este punto debemos tomar decisiones tales como tema a tratar, donde empezar, donde llegar y establecer las siguientes pautas:

1. Establecer objetivos de aprendizaje: se deben establecer en el sentido de lo que debe conseguir el participante, no el tema ni el profesor. Se deben plantear en términos de intenciones educacionales.
2. Diseñar el curso en términos de módulo: Esta es una forma idónea para integrar la teoría con la práctica y de escalonar el curso en grados de dificultad.
3. Seleccionar los casos para cada módulo y establecer una secuencia: para la selección de casos se deben tener en cuenta tres dimensiones, analítica, conceptual y de síntesis o presentación.

#### f) PREPARACIÓN DE LA CLASE:

- EL CONTENIDO debe prepararse haciendo apuntes, utilizando un listado de temas a discutir verificando lecturas.
- EL PROCESO depende de dos procesos fundamentales, que son el ritmo al cual se desarrolla la discusión y el grado de interacción.

- LAS PERSONAS: la discusión tiene mucho que ver con las personas involucradas, por tanto es fundamental que el profesor tenga presente la personalidad, las necesidades y la motivación de las personas involucradas.

#### g) ELABORACIÓN DE CASOS:

La elaboración de casos es un proceso laborioso, en el cual no hay reglas universales; para alcanzar la comprensión se tienen en cuenta unas etapas fundamentales:

1. DEFINIR EL OBJETIVO DEL CASO: identificar el área alrededor de la cual se va a presentar el caso. Esta requiere experiencia e imaginación.
2. DESARROLLO DEL CONTENIDO: es una etapa de indagación y experimentación, debe ser dirigida por personas experimentadas.
3. ESCRIBIR EL TEXTO DE UN CASO: es algo similar a escribir el guión de una película, el autor debe tener en cuenta estilo, contenido, longitud, temática y complejidad, para lograr un buen resultado.

#### h) CLASIFICACIÓN DE LOS CASOS:

Se pueden dividir en cinco grupos bien diferenciados entre sí. Pasemos ahora a describirlos uno a uno.

CUALITATIVO: el caso de una situación real que incita al participante a plantear una solución viable.

CUANTITATIVO: expresa una solución real y tiene como base cifras que deben ser utilizadas por el participante.

SIMULACIÓN: busca simular una situación para desarrollar cualidades y capacidades en el participante.

En cualquiera de sus variables hay tres elementos que se deben plantear en el desarrollo de un caso y son: el problema, la solución y el plan de acción, los cuales se desarrollan en las siguientes etapas:

##### a) ESTUDIO INDIVIDUAL

Objetivo:

Efectuar un análisis del caso asumiendo el papel de tomador de decisiones, plantear las alternativas de solución al problema que describe el caso después de seleccionar la más apropiada, formular un plan de acción.

##### b) DISCUSIÓN EN GRUPOS

Objetivos:

- A. Respecto al Caso: Intercambiar conocimientos y experiencias que tienen cada miembro del grupo, compartir información y fortalecer el análisis frente al caso.
- B. Respecto al Método: Desarrollar capacidad de comunicación y la capacidad de trabajo en equipo.

C) SESIÓN PLENARIA

Objetivos:

Efectuar un análisis constructivo del caso, a partir de los aportes individuales de los estudiantes, que permita bajo la orientación del profesor clarificar conceptos, consolidar posiciones y obtener conclusiones.

d) EVALUACIÓN

Hay cinco aspectos que pueden evaluar los materiales que siguen el método de los casos:

1. El grado de preparación del caso.
2. La solidez en la argumentación.
3. La capacidad para defender posiciones.
4. La coherencia en la expresión oral.
5. El nivel de aporte a la discusión.

Por todas estas razones, considero que es algo novedoso intentar llevar a cabo un análisis de la posible aplicación de este método en un tipo de enseñanza tan en auge hoy en día, como es el de la enseñanza de lenguas para fines específicos, más concretamente, en el caso del español para extranjeros. Hay buenas razones para creer que, si se la pone en práctica con eficacia, la enseñanza basada en el método de casos es una metodología de aplicación general. Los profesores pueden comprobar que los estudiantes adquieren conocimientos y realizan un análisis más inteligente de los datos. Pueden comprobar, asimismo, que adquieren mayor tolerancia de la ambigüedad y comprenden mejor las complejidades de los conceptos y problemas. Pero para que cumpla lo que promete en relación con el aprendizaje de los alumnos, la metodología debe ser fiel a los principios básicos de la enseñanza del método de los casos.

## 5. ELABORACIÓN DE MATERIALES

Teniendo en cuenta todo el marco teórico que se ha establecido en el anterior capítulo la propuesta que presento en este apartado es la elaboración de unidades

didácticas para la enseñanza del español con Fines Específicos mediante el ya citado método de los casos.

Desde mi punto de vista, para profundizar en la enseñanza de la lengua con un fin específico hay que tener en cuenta que:

- REPRESENTA una perspectiva multidisciplinar en la que intervienen las ciencias del lenguaje, la teoría de la comunicación, la teoría de la organización y administración de empresas y la tecnología de la información y de la comunicación (TIC) y los estudios de comunicación intercultural.

- SUPONE la orientación pragmática del proceso de enseñanza–aprendizaje, con el fin de facilitar la competencia comunicativa, de manera que permita a los alumnos desenvolverse efectiva y eficazmente en las situaciones de comunicación de determinado campo profesional.

- IMPLICA el dominio de la lengua y la aplicación de técnicas de comunicación. Todo ello de acuerdo con las convenciones que requieren los contextos y las comunidades profesionales en las que tengan que interactuar, es decir, saber ser, saber estar y saber hacer.

Se trata, por tanto, de un enfoque del proceso de enseñanza–aprendizaje de la lengua que tiene como propósito satisfacer las necesidades específicas de comunicación de un determinado grupo de alumnos, en los distintos campos académicos y profesionales. En la práctica implica diseñar un curso apropiado, a la medida, para un grupo determinado de alumnos.

Como consecuencia de todo lo dicho, se piensa en elaborar unas unidades didácticas para estudiantes con un nivel de conocimiento de la lengua intermedio o avanzado en el que se trabajen las materias con las que ellos se enfrentan día a día o se van a enfrentar por su trabajo, haciendo hincapié en modelos prácticos de trabajo del campo que se estudia y en los que se aprovechará para aplicar, a su vez, la lengua que se aprende.

Para ello, se van a tener en cuenta unos objetivos como son:

- Consolidar e incrementar la lengua que se estudia en un contexto determinado.
- Adquirir el léxico del campo de la economía que se trabaja.
- Familiarizarse con los distintos procedimientos operativos.
- Conocer y utilizar diferentes textos, documentos y formas de comunicación.

También se va a seguir una metodología centrada en:

- Plantear situaciones de comunicación: tareas, simulaciones, proyectos, presentaciones y estudios de casos.
- Aplicar las técnicas y los recursos utilizados en la enseñanza de lenguas extranjeras y en la formación profesional.
- Fomentar las capacidades y estrategias de los alumnos.

Para llevar a cabo esta metodología concreta se piensa desarrollar unas actividades que tendrán unos puntos comunes como son:

- El desarrollo de las cuatro destrezas.
- La presencia de las técnicas de aprender a aprender.
- La integración de destrezas y léxico en contexto.
- La manipulación de documentos e instrumentos de la profesión y de las tecnologías de la información y la comunicación.

Con todo ello, la unidad didáctica que se va a realizar corresponde con el primer punto del plan general de enseñanza de mi centro para este tipo de cursos. Me estoy refiriendo a una unidad que tiene los siguientes contenidos comunicativos, léxicos, gramaticales, socioculturales, específicos y textuales:

a) Comunicativos:

- 1 Descripción de personas y actividades.
2. Hablar y explicar las funciones relacionadas con las profesiones.
3. Expresión de la obligación.
4. Expresión de la utilidad.

b) Léxicos

1. Profesiones.
2. Actividades profesionales.
3. Material de oficina.

c) Gramaticales

1. Ser / Estar / Hay / Tener.
2. Perífrasis de obligación.
3. Sirve para + Infinitivo.
4. Dedicarse / Ocuparse.

d) Socioculturales

1. Incorporación de la mujer a los altos cargos.
2. Ética Empresarial: Bajas maternales.

e) Específicos

1. ¿Qué es una empresa?
2. Tipología de una empresa.
3. Organigrama de una empresa.

f) Textuales

1. Cartas y memorándums.

Estamos hablando de una primera unidad que serviría como toma de contacto con los estudiantes y con la materia del curso a tratar. Además, tal y como se puede cotejar en los resultados de la encuesta, que se encuentran en el tercer anexo de este trabajo, uno de los principales intereses de los estudiantes a la hora de realizar este tipo de cursos es el aprendizaje y la adquisición de estrategias para ser capaces de comunicarse en su día a día laboral.

También habría que tener en cuenta que la unidad didáctica estaría dirigida para un nivel B1-B2 del MCER y para un tipo de alumnado de procedencia mayoritaria de China y Europa del Este. La mayoría de estos estudiantes son profesionales en sus países que están realizando estancias de corta o media duración en empresas de nuestro país y que todavía tienen dificultades para expresarse competentemente en español.

## 5.1. PRIMERA UNIDAD DIDÁCTICA

Después de toda esta información que puede servir como marco informativo, pasemos a la descripción de las unidades didácticas como tal. En un primer momento, describiré la primera de ellas, añadiendo los puntos positivos y mejorables que se encontraron tras su explotación en la clase. También hay que destacar que este documento se puede consultar en el primer anexo de esta memoria.

En primer lugar, nos encontramos con una portada donde se enuncian los objetivos de toda la unidad. Mi objetivo era que esta página sirviera como un *input* lo suficientemente comprensible para que el estudiante sepa lo que se va a encontrar durante todo el desarrollo de las siguientes clases.

Acto seguido nos vamos a encontrar con un comienzo de unidad que se asemeja a un formato de revista de actualidad. He decidido seguir este sistema debido a otro de los resultados de la encuesta que se les ha pasado a los alumnos antes de comenzar el curso y es que otro de sus intereses es el tratar temas de interés y de actualidad empresarial. En este sentido, nos vamos a encontrar en esta segunda página con un texto y unas preguntas de vocabulario. Además, para comenzar a desarrollar la

expresión oral, se propondrá un debate que servirá de calentamiento a los contenidos específicos que se van a encontrar más tarde.

En la tercera y cuarta página, nos encontraremos con textos para desarrollar la comprensión lectora y diversas preguntas para desarrollar, por un lado, la competencia gramatical y la comprensión lectora y, por otro lado, la adquisición de vocabulario de nuestros estudiantes. Asimismo, también se incluyen contenidos culturales que servirán para establecer comparaciones entre los hechos acontecidos en cada uno de los países de procedencia de nuestros estudiantes.

En la quinta página, se comienzan a incluir los contenidos específicos de la unidad. En este caso, además de un ejercicio de comprensión auditiva y otro de comprensión de vocabulario, nos encontraremos con el organigrama y funciones dentro de una empresa y, por otro lado, con la tipología de empresas en nuestro país.

En la sexta página, tenemos el contenido más puramente gramatical de la lección. No obstante, siempre estará integrada con el contenido de la unidad y el contenido específico del tema que estamos tratando, que es el español de los negocios.

Por último, nos encontramos con el caso en sí mismo. Se puede clasificar con el adjetivo "cualitativo", puesto que nuestros estudiantes deberán encontrar una solución a los problemas que se plantean. En este sentido, es necesario que este caso se realice al final de la lección puesto que todos los conocimientos que se adquieren a lo largo de todos estos ejercicios se deberán aplicar en la resolución de estos problemas. En estas dos últimas páginas, tenemos, además de textos para desarrollar la comprensión lectora y ejercicios para poner en práctica la comprensión auditiva, "llamadas de atención" para que nuestros estudiantes desarrollen sus propias estrategias de aprendizaje.

Tras haber explotado esta unidad en clase y haber recogido la opinión de mis estudiantes de dos grupos diferentes, pasaré a comentar los principales puntos fuertes y mejorables de esta unidad según mi punto de vista docente y según el punto de vista del alumnado.

En rasgos generales, lo mejor de esta primera unidad es el diseño atractivo. Es una cosa importante porque tras haber recogido alguna opinión de forma informal y oral, una de las principales quejas de nuestros estudiantes es lo poco atractivos que son los materiales que hay en la actualidad en el mercado, como ya he enunciado en el segundo punto de esta memoria. Además, también el caso ha sido uno de los principales puntos positivos de esta lección. Por un lado, estamos ante una serie de actividades bien definidas y, por otro lado, esta secuencia contiene textos adecuados para el nivel y para la posterior resolución del caso.

No obstante, pasemos a analizar los puntos más negativos y mejorables de esta lección. La profusión de textos ha ralentizado la marcha de la clase porque siempre se ha tenido que hacer más hincapié en la comprensión del vocabulario, que ha

resultado ser uno de los aspectos más débiles de los dos grupos de estudiantes. Además, algunos estudiantes han afirmado que les ha costado mucho trabajo enlazar los enunciados de cada ejercicio con el cuerpo respectivo. Como consecuencia, un gran porcentaje de los estudiantes ha afirmado que algunas de estas actividades están mal secuenciadas.

## 5.2. SEGUNDA UNIDAD DIDÁCTICA

Pasemos a comentar la segunda unidad didáctica que se va a elaborar para corregir los puntos débiles que acabamos de comentar. En primer lugar, decidí reelaborar toda la secuencia didáctica de la primera lección y secuenciar con diversas tipologías de actividades. De esta forma, podemos ver como las seis primeras actividades tratan sobre la definición de una empresa. Se han organizado a través de unas pre-actividades, unas actividades centrales y unas post-actividades que integran las cinco destrezas que se tienen en cuenta a la hora de aprender una lengua extranjera.

En el segundo bloque de actividades, que se podrían delimitar entre la actividad número ocho y la número catorce, vamos a practicar la utilidad y el valor de los organigramas dentro de una empresa tipo. También en este conjunto de actividades, se trabajarán las estructuras *ocuparse de + infinitivo* y *dedicarse a + infinitivo*. Para llevar a cabo todas estas tareas, se vuelven a integrar todas las destrezas y se utilizan tipologías y dinámicas mucho más variadas que en la lección anterior.

En el tercer apartado, que iría desde la actividad quince hasta la dieciocho, trataría sobre la tipología de las empresas en España y sobre diferentes conceptos importantes como *franquicia*, *sucursal* y *filial*. Sin lugar a dudas, estamos hablando de un contenido mucho más teórico que, además, puede ser el más arduo de toda la lección pero que está mucho mejor secuenciado que en la lección anterior.

Más tarde, nos encontramos con otro bloque al que podríamos delimitar entre las actividades diecinueve y veinticinco. Este es el bloque de gramática y vocabulario que promovería más concretamente el aprendizaje del contenido del nivel del MCER, al mismo tiempo que del contenido específico.

En el siguiente apartado, no habría mucho que comentar puesto que se ha mantenido el mismo caso que en la lección anterior, puesto que fue la parte mejor valorada de la unidad anterior tras haber recogido algunas opiniones de manera informal.

Por último, nos queda el último bloque, que sería el de los contenidos culturales y el de los contenidos textuales. He decidido incluir tipología textual puesto que es otro de los campos específicos que los estudiantes tienen que mejorar en el día a día de su trabajo. De la misma manera que en las anteriores secuencias temáticas, he intentado

utilizar una variedad de dinámicas y de actividades para que los estudiantes se vean motivados en su proceso de enseñanza-aprendizaje.

Como conclusión al comentario de esta segunda unidad, sólo me queda apuntar que, desde mi punto de vista, está mucho mejor secuenciada que la primera y que como ya he venido repitiendo a lo largo de todo este capítulo contiene un mayor número de recursos y no se atiene únicamente a presentar textos como ha sido el caso de la primera unidad.

### 5.3. COMENTARIO SOBRE LAS ENCUESTAS

Asimismo, hay que destacar otro punto importante para cualquier investigación docente como la que se ha llevado a cabo en esta memoria, que es la utilización de las encuestas como método de mejora continua en el aula. Por ello, he decidido utilizarlo para ver reflejada la validez de estas unidades didácticas a la hora de explotarlas en la clase. Desde mi punto de vista, todos los profesores de lenguas tenemos que tener en cuenta la opinión de nuestros estudiantes a la hora de evaluar nuestro trabajo diario. Es indudable que un profesor que no es capaz de reciclarse y de “autocriticarse” no será capaz de que se produzca en la clase un verdadero proceso de enseñanza-aprendizaje porque la relación entre profesor y alumno tiene que ser abierta y no unidireccional. Como afirma Van Lier (2001): “La investigación-acción asume que aquellos que practican una disciplina son a menudo los más indicados para investigar sobre su propia tarea, a veces con la ayuda de académicos que puedan aportar su experiencia”.

Como profesor de lenguas, no he sido consciente hasta el momento de la importancia de la investigación para tener en cuenta las opiniones de los estudiantes. Por eso, he intentado realizar en este trabajo un proyecto de investigación-acción para evaluar tanto las opiniones de los estudiantes sobre las unidades didácticas basadas en el método de los casos que se les van a presentar, como las opiniones sobre cómo se ha llevado a cabo dicho curso. De esta forma, el profesor puede plantear el curso de acuerdo a unos objetivos que los estudiantes le han marcado y puede ver el resultado de su trabajo para poder corregir los aspectos que no han resultado satisfactorios.

El grupo de estudiantes con el que se va a trabajar en esta pequeña investigación tiene un nivel B1-B2 de acuerdo con el MCER y han realizado un curso de Español de los Negocios para tener una competencia suficiente para poder desenvolverse en la lengua objeto de estudio.

Mi objetivo con esta investigación es poder saber, en primer lugar, cuáles son los intereses y expectativas de los aprendientes ante el curso y, en segundo lugar, poder analizar si los alumnos se sienten satisfechos con el trabajo que se ha llevado a cabo

por parte del profesor. Para recolectar los datos, he optado por recurrir al método del cuestionario porque como confirman los lingüistas Richards y Lockhart (1998):

Las encuestas y cuestionarios son procedimientos útiles para recopilar información sobre las dimensiones afectivas de la enseñanza y el aprendizaje, tales como puntos de vista, actitudes, motivación y preferencias, y permiten al profesor recopilar gran cantidad de información de una manera relativamente rápida.

Es esa premura en el tiempo lo que me impide optar por cualquier otro tipo de método para recolectar los datos. No obstante, he decidido dividir el cuestionario en dos partes. Con la primera parte, se podrán evaluar y tener en cuenta las creencias y las expectativas con las que los estudiantes acuden al curso. Creo que teniendo en cuenta estas ideas, se podrá elaborar unidades didácticas que trabajen aspectos a la medida de los estudiantes. Con la segunda parte, podremos evaluar el proceso de enseñanza-aprendizaje que se ha realizado en la clase y si los alumnos han salido satisfechos del curso. De esta forma, podremos saber cómo han visto los estudiantes nuestro trabajo. Siempre se aconseja, según muchos especialistas, la comparación de datos con otros métodos, pero, desde mi punto de vista, no tenemos tiempo para comparar y necesitamos los resultados lo más pronto posible.

Después de todo esto, vamos a analizar las preguntas del cuestionario que se ha elaborado y que se puede consultar en el tercer anexo de este trabajo. He optado por dejar las respuestas abiertas para que los estudiantes puedan expresarse y hablar sobre lo que quieran sin necesidad de puntuar ni de contestar un simple "sí" o "no" aunque en la tabla de resultados se reflejen las ideas principales por cuestiones de espacio.

En el caso del cuestionario previo al curso, se puede decir que se ha estructurado en torno a tres bloques diferentes. Estos tres bloques responden a tres epígrafes: motivación, actitud hacia los idiomas y trabajo en clase. De esta forma, el profesor puede obtener datos sobre los aspectos tan importantes como las razones por las que el estudiante está en la clase, los factores individuales que desarrollan dichos estudiantes en el aprendizaje de lenguas y lo que ellos esperan encontrar en la clase. Desde mi punto de vista, esta parte debería realizarse de forma oral e individual y a modo de entrevista en un día previo al del comienzo del curso para dar margen de maniobra al profesor con el objetivo de que se pueda estructurar el curso teniendo en cuenta los resultados obtenidos. Además, el hecho de realizar esa entrevista oral usando este cuestionario puede dar al estudiante una sensación de cercanía al profesor y puede desarrollarse el llamado proceso de *negociación de significado* mediante el cual el estudiante puede sentirse como una parte central en el proceso de enseñanza-aprendizaje. Por ejemplo, en mi centro de trabajo, hacemos algo parecido después de un examen de nivel para agrupar a los estudiantes conforme a su nivel. Ese mismo día, el profesor que ha realizado el cuestionario pasa los datos al profesor

que se va a encargar del grupo de alumnos para que planifique un curso a partir de lo que se ha recogido mediante los cuestionarios.

En el caso del cuestionario posterior al curso, se puede decir que se ha estructurado en torno a otros tres bloques diferentes. Estos tres bloques responden a tres epígrafes: evaluación del desarrollo de la clase, evaluación del trabajo del profesor y utilidad del curso. De esta forma, el profesor puede tener información de primera mano sobre la opinión de los alumnos acerca de lo que se ha trabajado en la clase, sobre el trabajo del profesor y sobre si el curso les ha resultado productivo a los estudiantes para el objetivo de poder desenvolverse en la vida real con la lengua objeto de estudio. Desde mi punto de vista, esta segunda parte se debería realizar de forma escrita y de forma personal en la misma clase. Pienso que ésta es la mejor manera de que el estudiante pueda expresarse con total libertad sobre el desarrollo de la clase y, de esta forma, si se realiza de forma individual, el profesor puede obtener una información más fiable.

Para concluir, tengo que afirmar que a la hora de llevar a cabo este cuestionario podremos obtener una información muy valiosa y de primera mano que nos puede servir para autoevaluarnos como profesores y para saber si nuestro discurso llega o no llega a los estudiantes. Las dos partes del cuestionario van a focalizar la atención en dos aspectos diferentes que son las expectativas de los estudiantes y, una vez transcurrido el curso, la opinión que ellos tienen sobre cómo se ha desarrollado el curso. No obstante, hay que tener en cuenta que el curso con el que trabajamos en este estudio tiene una duración bastante pequeña, así que los resultados que se obtengan mediante los dos cuestionarios no se pueden comparar mediante ningún otro procedimiento. Tenemos que obtener los resultados lo más rápido posible, por eso utilizamos el cuestionario. Se han aplicado de forma oral e individual en la primera parte para obtener unos resultados lo más fiables posibles estableciendo un ambiente de cercanía y de empatía entre profesor y alumno y, en la segunda parte, se realizará de forma escrita e individual para que el estudiante pueda expresarse de una forma más concreta y profunda.

A partir de este cuestionario se pretenden conseguir unos objetivos bastante loables que deben ser necesarios para todo profesor de lenguas porque como afirma el lingüista Leo Van Lier (2001:75):

Cada buen profesor, de diferentes maneras, practica la investigación-acción cada día como parte de su práctica docente habitual. Después de todo, constantemente evaluamos nuestras acciones (técnicas, actividades, etc.) de acuerdo con su efectividad, y modificamos aquellas que podamos percibir como insatisfactorias.

Por todo ello, sólo nos queda intentar llevar realmente a cabo esta investigación para ver si realmente ha funcionado nuestra labor y ver como la podemos corregir para siguientes cursos.

## 6. CONCLUSIONES

Para acabar con todo lo que se ha presentado en este trabajo, hay que establecer una serie de conclusiones generales que intentarán dar respuesta a lo que se pretendía conseguir con este trabajo. También se pretenderá dar una visión lo más objetiva posible sobre los puntos más positivos y negativos que ha supuesto la aplicación del método de los casos a mis clases de Español de los Negocios.

Es bien cierto que el método de casos difiere de otros sistemas de enseñanza porque a diferencia de los sistemas tradicionales exige que usted tome parte activa en el análisis de los problemas y en la determinación de alternativas o cursos de acción. Éste es uno de los principales valores que tiene esta tendencia metodológica y así lo han visto mis estudiantes. Es evidente por el refrendo generalizado que le han dado en la posterior encuesta de valoración que se puede consultar en el tercer anexo de este trabajo. Lo han considerado como un material muy pegado a su realidad laboral. Además, han sentido que realmente estaban aprendiendo cosas útiles ya que podían aplicarlas a su rutina diaria en el trabajo.

No obstante, hay que destacar que esta corriente metodológica también tiene sus aspectos negativos como es la inexperiencia de la aplicación de este método por parte de los alumnos y la necesidad de una preparación muy específica por parte del profesor. A pesar de ello, creo que es muy recomendable integrar este método en nuestros cursos de Español de los Negocios porque, como ya he enunciado anteriormente, favorece la motivación de los estudiantes por su clara relación con el mundo real profesional.

La creación y elaboración de materiales didácticos siguiendo el método de los casos también ha traído sus ventajas e inconvenientes que se pueden ver reflejadas en el tercer anexo del presente trabajo. Por esta razón, intenté mejorar aspectos de la primera unidad que presenté a los estudiantes y que se puede consultar en el tercer anexo de este trabajo.

Por un lado, los estudiantes han valorado muy positivamente el tratamiento de los temas y la presentación de las actividades por regla general. Ya se ha comentado anteriormente el hecho de que los han considerado como actividades reales y muy cercanas a su ámbito laboral y que les permitían utilizar "lengua en uso", que era una de sus principales motivaciones a la hora de estudiar español. Otro aspecto que les pareció de gran ayuda era la inclusión de técnicas de "aprender a aprender", las denominadas "Estrategias de aprendizaje" que les hicieron pararse a valorar su forma de aprender la lengua.

Por otro lado, los estudiantes pusieron varias cuestiones en tela de juicio, que fueron, en primer lugar, la profusión de textos muy largos en la primera versión de la unidad y, en segundo lugar, la mala distribución de los enunciados y de algunos ejercicios en

la misma primera unidad. Este hecho les supuso algo de desconcierto a la hora de trabajar en su casa los contenidos que se les asignaban para cada día.

La corrección y cambio de algunos aspectos de la citada unidad y la presentación de una segunda versión fue ampliamente apoyada y valorada por los diversos grupos de estudiantes. Expresaron su gratitud porque sintieron que realmente habían tomado parte del proceso de negociación de los contenidos de la clase, ya que, mediante la imposición de un manual tenían la obligación de estudiar algunos temas que no eran de su interés. Además, esta segunda unidad fue valorada por el cambio en la secuencia de actividades y en la eliminación del vocabulario y textos considerados como demasiado farragosos y que, habiendo consultado los objetivos para los niveles B1 y B2 del Marco Común Europeo de Referencia, tampoco aportaban gran cosa a su proceso de enseñanza-aprendizaje.

En rasgos generales, todo el proceso de aplicación del método de los casos a las clases de Español de los Negocios ha sido brillante y muy positivo. Desde mi punto de vista, los docentes, tanto de ELE como de EFE, no deberíamos anquilosarnos en implantar un manual con una metodología concreta obviando las necesidades y las formas de aprendizaje de nuestros estudiantes. Para mí, ésta ha sido una de las principales enseñanzas que me ha aportado la investigación que he realizado para esta memoria de máster ya que como afirma la profesora Blanca Aguirre (2004:1127):

Por tanto, parece razonable que los profesores que estamos implicados en la formación lingüística de los profesionales y en la formación de profesores de español como lengua extranjera nos dediquemos a investigar, reflexionar e investigar experiencias con el fin de mejorar nuestra práctica e intervención en el aula. De esta manera, cumpliremos con nuestras metas de formación y facilitaremos la adquisición de la competencia comunicativa requerida en los distintos ámbitos profesionales.

## 7. BIBLIOGRAFÍA

Abad, D. (1991): *El método de los casos*. Bogotá: Interponed Editores.

Aguirre, B. (2004): "La enseñanza del español con fines profesionales." en J. Sánchez Lobato e Isabel Santos Gargallo (Dir.), *Vademécum para la formación de profesores. Enseñar español como segunda lengua (L2) / lengua extranjera (LE)*, Madrid: SGEL. 45-47.

Cabré M.T. y Gómez de Enterría, J. (2006): *Lenguajes de especialidad y enseñanza de lenguas. La simulación global*. Madrid: Gredos.

Cassany, D. Gelpí, C. y López Ferrero, C. (2007): "El español en contextos laborales", en M. Lacorte (coord.): *Lingüística Aplicada del Español*. Madrid: Editorial Arco/Libros. 34-42.

Christensen, C. R. (1987): *Teaching and the case method: text, cases, and readings*. Boston: Harvard Business School. 21-43.

Correa, J. G. (2002): *El método de caso como estrategia didáctica para la formación de administradores de empresas*. Colombia: Semestre Económico.

Correa, S. (2001): *El método de casos en la docencia universitaria*. Colombia: Especialización en Didáctica Universitaria.

Estaire, S. (1990): "La programación de unidades didácticas a través de tareas", en *Cable*, 5, 28-39.

Ezquerro, R. (1974): "Análisis de métodos para la enseñanza del español", *Boletín de la AEPE* 6, 11: 31-46.

Fernández, J. L. (1995): *El método de caso aplicado a la Ética Empresarial*. Barcelona: ESIC MARKET.

Fernández López, C. (2000): "Principios y criterios para el análisis de materiales didácticos", en J. Sánchez Lobato e Isabel Santos Gargallo (Dir.), *Vademécum para la formación de profesores. Enseñar español como segunda lengua (L2) / lengua extranjera (LE)*, Madrid: SGEL. 725-727.

García Santa-Cecilia, A. (1995): *El currículo de español como lengua extranjera*, Madrid: Edelsa.

García Santa-Cecilia, A. (2000): *Cómo se diseña un curso de lengua extranjera*. Madrid: Arco/Libros.

Gómez de Enterría J. (2009): *El Español lengua de especialidad: enseñanza y aprendizaje*. Madrid: Editorial Arco/Libros

Gómez de Enterría J. (coord.) (2001): *La enseñanza / aprendizaje del español con Fines Específicos*. Madrid: Edinumen.

Gómez del Estal, M. y Zanón, J. (1996): "Tareas para la enseñanza de la gramática en la clase de español como lengua extranjera", en Zanón (ed.) *La enseñanza de las lenguas extranjeras mediante tareas*. Madrid: Edelsa. 141-142.

Hansen A. (1987): *Teaching and the Case Method*. Boston: Harvard Business School.

Hernández, M. J. y Zanón, J. (1990): "La enseñanza de la comunicación en la clase de español", en *Cable, Revista de didáctica del español como lengua extranjera*, 5, 12-19.

Lozano, G. y Ruiz Campillo, J.P. (1996): "Criterios para el diseño y la evaluación de materiales comunicativos", en *Didáctica del español como lengua extranjera. Cuadernos del tiempo libre*. Colección Expolingua. E/LE 3. Fundación Actilibre. 127-155.

Madrid, D., Pueyo, S. y Hockly, N. (2008): *Observación e Investigación en el Aula*. Barcelona: FUNIBER.

*Marco común europeo de referencia para las lenguas: aprendizaje, enseñanza y evaluación* (2002) Madrid. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (accesible en: <http://cvc.cervantes.es/obref/marco/>)

Nogueral, A. (1998): "Investigación y Didáctica de la lengua y la literatura", en A. Mendoza (coord.), *Conceptos clave en didáctica de la lengua y la literatura*. Barcelona: Horsori. 13-16.

Nunan, D. (1989), *El diseño de tareas para la clase comunicativa*. Cambridge: Cambridge University Press,

Richards, J. C. & Lockhart, C. (1998): *Estrategias de reflexión sobre la enseñanza de idiomas*. Cambridge: Cambridge University Press.

Schifko, P. (2001): "¿Existen las lenguas de especialidad?", en M. Bargalló et alii (eds.): *Las lenguas de especialidad y su didáctica*. Tarragona: Universitat Rovira i Virgili. 75-79.

Van Lier, L. (2001): "La investigación-acción", en *Textos: Didáctica de la Lengua y la Literatura*. 27, 81-88.

Varios (1993): *Actas de las II Jornadas de Lenguas para Fines Específicos*. Alcalá: Servicio de Publicaciones UAH.

Varios (2003): *Esnegocio* (Manual de Español de los Negocios). Madrid: Espasa.

Varios (2008): *Entorno Empresarial (Manual de Español de los Negocios)*. Madrid: Edelsa.

Wassermann, S. (1994): *El estudio de casos como método de enseñanza*. Buenos Aires: Amorrortu.

Zanón, J. (1990): "Los enfoques por tareas para la enseñanza de lenguas extranjeras" en *Cable. Revista de didáctica del español como lengua extranjera*, 5, 19-28.

Zanón, J. y Estaire, S. (1990): "El diseño de unidades didácticas en L2 mediante tareas: principios y desarrollo", en *Comunicación, Lenguaje y Educación*, 7-8, 55-90.

8. ANEXO 1 (UNIDAD DIDÁCTICA I)

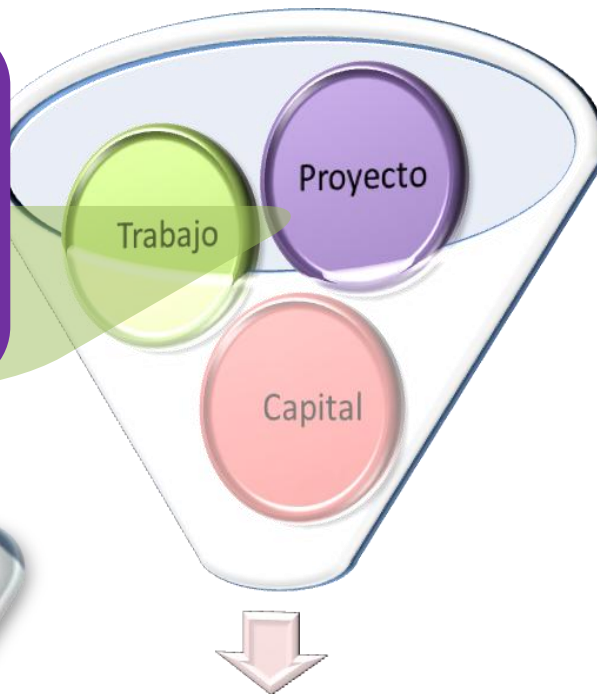
EN NEGOCIACIÓN

Año 1

Volumen 1, nº 1

¡QUIERO SER MI PROPIO JEFE!

*Un buen empresario debe manejar de forma adecuada los recursos tangibles e intangibles*



*Consejos para fundar tu empresa*



EMPRESA

**TIENES QUE SABER QUE:**

*La empresa puede ser definida según varias tipologías*

*Las primeras referencias de comercio las podemos encontrar en la Biblia*

*Crear una empresa es una forma efectiva de generar empleo*

# SUMARIO

- **Editorial: ¿Contrataría usted a su jefe como empleado?**
- **En profundidad: La incorporación de la mujer a los cargos directivos.**
- **Hablamos con: Jóvenes empresarios españoles que nos cuentan el secreto de su éxito.**
- **El Descanso: Actualidad empresarial en España.**
- **Rincón del Ocio: Juegos y Pasatiempos**
- **El experto contesta: Quiero ser empresario y no sé cómo desarrollar mi idea.**



## Punto de mira:

- ☉ DEDICARSE A + INFINITIVO y OCUPARSE DE + INFINITIVO son dos perífrasis verbales que sirven para expresar la funciones que se llevan a cabo en un trabajo.
- ☉ Juan es informático y se dedica a arreglar los ordenadores.
- ☉ María es directora y se dedica a supervisar y dirigir el trabajo de sus empleados.

¡A DEBATE...

¿Ha tenido buena experiencia con los jefes?

## ¿SABRÍAS...

Indicar cuál es el significado de las siguientes expresiones o palabras: productividad, echar la bronca, vender la moto, delegar?

## EDITORIAL: ¿Contrataría usted a su jefe como empleado?

Nuestro número de este mes va dedicado a todos aquellos jóvenes y no tan jóvenes emprendedores que quieran fundar su propia empresa. Desde nuestro punto de vista, la gestión del personal es un factor notable a la hora de tener buenas cifras en la productividad, para ello nos vamos a hacer eco de un estudio realizado por la consultora Otto Walter realizado sobre 4.312 colaboradores directos, que han evaluado a 712 jefes de grandes y medianas empresas.

Los datos obtenidos más relevantes destacan que  $\frac{3}{4}$  de los colaboradores encuestados contratarían a su jefe para su equipo al considerarlos competente para realizar sus funciones, aunque  $\frac{1}{4}$  se arriesgaría a contratar a un nuevo jefe.

La encuesta también se ha detenido en analizar las características de un superior, dando datos reveladores donde un 60% de los jefes no reconoce adecuadamente el trabajo realizado por sus colaboradores. Por esto, una de las asignaturas pendientes para ellos es la gestión de las emociones propias y del equipo ya que la mayoría de los jefes generan presión, estrés y agobio siendo algunos de ellos incapaces de reconocer sus propios errores.

Además, el 44% de los encuestados afirma que sus superiores se dirigen a ellos con malos modos. Los encuestados afirman que otro de sus principales puntos negativos es que no suelen ir directos a los fallos. No obstante, el 66% de los encuestados afirman que sus jefes utilizan los errores para que sus empleados aprendan en lugar de "echar la bronca".

Finalmente, los encuestados evalúan la actitud de su jefe en el trabajo y los resultados siguen siendo llamativos. El 78% de los encuestados afirma que el 78% de sus jefes tiene los objetivos claros a la hora de trabajar. Un tercio de ellos suele "vender la moto" y el 66% de ellos delega adecuadamente en sus trabajadores.



### ¿Sabrías...

contestar a las siguientes preguntas sobre el texto?

- ¿Qué diferencias existen, según el estudio, entre los jefes hombres y mujeres? Utiliza los verbos SER/ESTAR
- ¿En qué proceso se hace especialmente importante el papel de la mujer en una empresa familiar? ¿Por qué?

### ¡A DEBATE...

Conciliar vida laboral y familiar!



### Punto de mira:

☺ ¡Atención!, los verbos SER y ESTAR sirven para EXPRESAR profesión: Pedro es informático (PROFESIÓN FIJA) pero le han despedido, por eso ahora está de camarero (PROFESIÓN TEMPORAL)

## EN PROFUNDIDAD: LA INCORPORACIÓN DE LA MUJER A LOS CARGOS DIRECTIVOS

La conciliación de la vida laboral y familiar es una de las principales pautas que enfrenta la sociedad actual. Sin embargo la incorporación de la mujer a los puestos de mayor responsabilidad es aún escasa. En toda Europa, el número de las mujeres que ocupan altos cargos ejecutivos en las empresas es muy bajo. Celia de Anca, directora del Centro de Diversidad del IE, señala que la situación es distinta en empresas familiares como la de Riu. "Cuando una empresa es de propiedad familiar, son muchas las mujeres que forman parte de ella. Éste tiende a ser el caso en Europa continental, donde se pueden encontrar muchos ejemplos, desde Banco Santander a Francia y Alemania".

Según datos del estudio realizado por la Cámara de Comercio de Barcelona, el avance de la mujer en los últimos años ha sido escaso. Los datos recogidos demuestran que sólo el 8,8% de los cargos de gobierno y máxima decisión en las primeras 400 empresas catalanas los ocupan mujeres.

El estudio demuestra que entre los cargos directivos de las empresas: de las 400 primeras compañías catalanas analizadas, el 70% de ellas no tenía ninguna mujer entre su dirección y solamente una tercera parte de estas compañías contaban con una mujer entre los cargos directivos.



En el caso de las empresas familiares, solo el 4,2% de cargos de máxima responsabilidad está en manos de mujeres. Según otros estudios las mujeres suelen destacar en la dirección emocional. Lo indican los resultados de una encuesta que afirma que las mujeres demostraron tener más energía, intensidad y expresión

Los hombres resultan ser más susceptibles de mantener un perfil más bajo, discreto y un estilo impersonal al controlar sus emociones. Las mujeres también obtuvieron mejor nota en su preocupación por la producción y la consecución de resultados. Mientras los hombres destacaron más en planificación estratégica y visión organizacional.

Pero donde sin duda más se hace notar el importante papel y las habilidades naturales de la mujer en la empresa familiar es durante el proceso de sucesión. El cambio generacional en una empresa familiar muchas veces suele suceder en un momento emocionalmente intenso, como puede ser la muerte del patriarca. Es una etapa de mucha fragilidad donde el resultado del traspaso del liderazgo emocional puede ser crucial para el futuro de la empresa familiar. En el caso de una sucesión planificada el hecho de no contar con las mujeres, supone reducir las posibilidades de éxito del proceso. Por ello, formar un equipo fuerte entre el empresario y su esposa es la mejor garantía para la continuidad de la Familia Empresarial.

### Un poco de historia:

- En los años 30, la economía española se basaba en la agricultura.
- Había un desigual reparto de las tierras
- La Ley de Reforma Agraria de 1932 trataba de expropiar parte de las tierras más grandes para los campesinos sin dinero ni trabajo
- Se produjo un fuerte rechazo por parte de los terratenientes.

### Trabaja con tu compañero:

- Haz una lista de las profesiones más demandadas por hombres y por mujeres en tu país.
- ¿Crees que existen profesiones para hombres y para mujeres?
- ¿Existe este fenómeno en tu país?



Agenda: Lee el texto y contesta las preguntas que te formulamos



### ¿Sabrías...:

- decir cuál es la función de los siguientes puestos de trabajo?.
- Director -  
Informático –  
secretaria –  
repartidor –  
limpiadora –  
administrativo –  
gerente –  
repcionista -  
telefonista.

## JÓVENES EMPRESARIOS ESPAÑOLES QUE NOS CUENTAN EL SECRETO DE SU ÉXITO

**Borja, Jorge, Iñigo y Pablo son los integrantes del equipo ganador de la VIII Edición del Premio Jóvenes Emprendedores. Los cuatro nacieron en Madrid y están cursando 1º de Bachillerato. Esto es lo que nos contestaron tras ganar el concurso.**

**Pregunta:** ¿Quién os animó a presentaros al concurso?

**Respuesta:** El profesor de economía, que fue el tutor del concurso nos lo presentó a toda la clase y se nos ocurrió la idea de realizarlo como preámbulo a lo que pueda pasar en nuestro futuro. Habíamos pensado presentarnos al concurso de Jóvenes preuniversitarios pero se nos pasó la fecha, sin embargo se nos presentó otra oportunidad que despertaba en nosotros mayor interés ya que va más enfocado a lo que nos queremos dedicar. Así que reunimos a un grupo de buenos amigos y compañeros con fuerte interés empresarial y nos presentamos.

**Pregunta:** ¿Cómo afrontasteis este desafío?

**Respuesta:** Pues nuestro mejor instrumento fue la palabra.

Informamos a gran número de miembros del jurado contándoles lo máximo posible sin ser pesados y demostrando que estábamos convencidos de que nuestro proyecto era bueno. Además llevamos dos presentaciones una sobre nuestro proyecto y otra con la responsabilidad social y un video que hicimos a pie de calle.

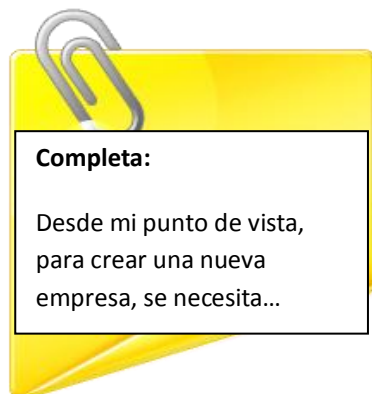
También entregábamos dípticos. La feria era fundamental para nosotros ya que no íbamos a poder presentar un muestrario de nuestro producto y de antemano dimos una fuerte consideración a nuestra campaña de marketing: folletos, soporte audiovisual (video), presentaciones en PowerPoint. Por último dimos mucha importancia a la imagen, trato personal y las relaciones públicas; ya que lo consideramos básico en nuestra escala de valores empresariales.

**Pregunta:** ¿Teníais fe en vuestras posibilidades?

**Respuesta:** En cierta manera no. Pensábamos que habíamos hecho una buena presentación y que habíamos gustado a la gente. Sin embargo las preguntas tan concretas contestadas con ciertas dudas habían diezmando nuestras esperanzas de victoria. Dijimos: nos darán algún premio parcial o nada de nada.

**Pregunta:** ¿Cómo valoraríais la experiencia?

**Respuesta:** Fue un buen día haciendo algo interesante y a lo que a lo mejor nos dedicaremos en un futuro. Hubo buen ambiente y sobre todo nos llevamos el alegrón de ser campeones. Esperamos que sigan ofreciendo la oportunidad a otros futuros emprendedores.



### Completa:

Desde mi punto de vista, para crear una nueva empresa, se necesita...

### CONTESTA LAS SIGUIENTES PREGUNTAS:

- ¿Te parece una buena iniciativa la que se ha expuesto en el texto? Razona tu respuesta
- ¿Utilizaron buenas tácticas de marketing estos chicos?
- ¿Se podrían aplicar estas iniciativas al mundo empresarial real?



**Agenda**  
Completa las noticias del "El Descanso con el vocabulario que te ofrecemos a continuación.

Director General, directivo, franquicia, filial, puesto de trabajo, Jefe de Almacén, Dpto. de Producción, Director Comercial, estudio de mercado, inventario

# EL "DESCANSO"



## Nombramiento

La semana pasada en la Asamblea General de la empresa "Impira", se nombró a José Villavieja \_\_\_\_\_.

El nuevo cargo es Licenciado en Empresariales por la Universidad de Alcalá de Henares, comenzó a trabajar en "Impira" casi desde sus comienzos. El joven directivo ha desempeñado diferentes \_\_\_\_\_ desde sus inicios como \_\_\_\_\_, pasó por Jefe de ventas hasta su último puesto en el que ha desarrollado sus habilidades y cualidades de liderazgo como Jefe de \_\_\_\_\_.

El nombramiento será efectivo a primeros de año.



## Nuevas Franquicias

Los amantes de la telefonía móvil están de enhorabuena, la empresa de alemana "Sprechen" va a abrir una \_\_\_\_\_ en Madrid. La empresa alemana con expansión en Europa ha decidido establecer en nuestro país, en sus planes a corto plazo tienen previsto abrir franquicias en cinco Madrid, Barcelona, Valencia, Sevilla y Bilbao. El \_\_\_\_\_ en España Klaus Scheilerd ha declarado:



*El \_\_\_\_\_ que se ha realizado, son claramente positivos y nos indican que las ventas van a ser moderadas en los tres primeros años. Hemos contratado a un director de producción que es el encargado de fabricar modelos de teléfonos de acuerdo con los gustos del público español.*

Los primeros móviles estarán disponibles en junio.

## Los puestos más deseados

Según un estudio reciente realizado por la universidad de Oviedo, los puestos de trabajo más demandados son: \_\_\_\_\_, se dedica a controlar el \_\_\_\_\_ de los productos almacenados, Comercial es la persona encargada de vender los productos de una empresa, jefe de recursos humanos, normalmente es licenciado/a en derecho y se encarga de contratar, preparar formación del personal y en ocasiones de informar de los despidos.

¿Esta preferencia será igual en todos los países?

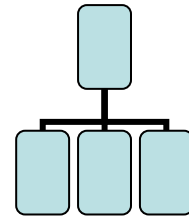


Escucha las opiniones y toma nota sobre sus preferencias.

## ¿Sabrías...:

Completar el siguiente organigrama con las funciones de los diferentes departamentos?

- marketing, almacenamiento, ventas, compras, gestión persona, facturación, formación, control de calidad, fabricación



Agenda: Ayuda a Trs66 a identificar la clasificación de empresa

## EL BLOG



### Trs66 Ayuda

Hola soy un estudiante de Erasmus alemán, estudio económicas en España desde hace 2 meses. Alguien me podría explicar o indicarme algún sitio fácil dónde explicará los tipos de empresa que tenéis en España, la verdad es que tengo mucha teoría pero necesito una explicación sencilla. Muchas gracias

### Lolita28 Re: Ayuda

Hola Trs66, te puedo explicar de forma breve cómo se distribuyen las empresas en España.

En primer lugar las dividimos por el sector: Primario, secundario y terciario

Lo que no recuerdo es la definición de cada uno, te pongo las definiciones e intenta

enlazarlas tú.

- elemento básico de la actividad se obtiene directamente de la naturaleza: agricultura, ganadería, caza, pesca, agua, minerales, petróleo, energía eólica, etc.
- aquellas que realizan alguna transformación de la materia prima o industrial. La construcción, la óptica, la maderera, la textil, etc.
- empresas denominadas de servicios. Comprenden una gran variedad de empresas, como las de transporte, bancos, comercio, seguros, hotelería, asesorías, educación, restaurantes, etc.

### Juanxxx Re: Re: Ayuda

Hola Trs66, además de lo que

ha dicho Lolita28, debes saber que también pueden clasificarse de la siguiente manera:

Tamaño	
Propiedad del capital	
Ámbito de la actividad	
Destino de los beneficios	
Formación jurídica	

### Sera894 Re:Re: Ayuda

Hola Trs66, yo conozco los tipos pero no a la clasificación que corresponde, esa va a ser tu misión, estos son los tipos: Pyme, mediana, grande, S.L, con ánimo de lucro, S.A, autónomo, mixta, pública, multinacional, cooperativa, pública, sin ánimo de lucro, local, regional, nacional.

Todos sus comentarios pueden enviarlos a [elblog@ennegociación.com](mailto:elblog@ennegociación.com)



# EL RINCÓN DEL OCIO: JUEGOS Y PASATIEMPOS



¡¡¡Diviértete!!!



Agenda: Resuelve los siguientes enigmas y obtendrás algunas expresiones relativas al mundo de los negocios para definir personalidades. Después intenta explicar su significado

## EXPRESIONES:



## SER UN/A



Agenda: Tu nuevo jefe está presentándote a tus compañeros y mostrándote tu nueva oficina. Escucha y señala la situación de los despachos y los objetos destacados.

Agenda: Sustituye los números del siguiente texto por su correspondiente valor. Obtendrás los principales usos de los verbos SER / ESTAR / HABER / TENER. Pon una frase de ejemplo que ilustre cada uno

5-12-23-5-19-2-16-20-5-19-20-9-19-23-5-17-1-19-1-4-5-6-9-14-9-19/ /5-12-23-5-19-2-16-5-20-21-1-19-20-9-19-23-5-17-1-19-1-5-25-17-19-5-20-1-19-22-14-5-20-21-1-4-16/ /5-12-23-5-19-2-16-8-1-2-5-19-20-9-19-23-5-17-1-19-1-5-25-17-19-5-20-1-19-12-1-5-25-9-20-21-5-14-3-9-1/ /5-12-23-5-19-2-16-21-5-14-5-19-20-9-19-23-5-17-1-19-1-5-25-17-1-19-1-5-25-17-19-5-20-1-19-17-16-20-5-20-9-16-14

A-1	G-7	M-13	R-19
B-2	H-8	N-14	S-20
C-3	I-9	Ñ-15	T-21
D-4	J-10	O-16	U-22
E-5	K-11	P-17	V-23
F-6	L-12	Q-18	W-24
X-25	Y-26	Z-27	



## ¿Sabrías ...

- decir para qué sirven las siguientes herramientas de oficina?.
- Libro de actas, tablón de anuncios, fax, agenda, impresora y ordenador



*Agenda: Lee la consulta de Luis Cazorla, y ayuda a nuestro experto con lo que has aprendido en este número y redacta una posible solución.*

## EL EXPERTO CONTESTA



Nuestro experto de esta semana es el empresario catalán Jordi Arellano, Doctor en Empresariales y fundador de la empresa Textinet. Responderá las preguntas de nuestros lectores. Escriba su consulta a [experto@ennegocion.com](mailto:experto@ennegocion.com)

Soy un joven 27 años de Madrid, llevo desde los 18 años trabajando por cuenta ajena. Tengo unos ahorrillos y he tomado la decisión de montar mi propio negocio. Mi idea de negocio está relacionada con la logística. Me gustaría que me indicara qué tipo de empresa debo formar, ya que dentro de la documentación para darme de alta como empresa me piden una serie de requisitos como la definición de mi empresa según su tipología, pero la verdad es que no tengo mucha idea y me gustaría que me indicara cuál podría ser su especificación. Le adjunto los datos de mi proyecto por si le fueran de utilidad, en un primer momento será una empresa de reparto en el que somos dos socios, mi hermano y yo. Tenemos pensado empezar con dos camiones, y vamos a contratar a una secretaria y a un repartidor que junto con mi hermano se encargarán de realizar todos los envíos.

Luis Cazorla

## El contestador



Desde hoy en nuestra sección del experto hemos abierto una línea telefónica, el 912345678 para que dejéis vuestras consultas relacionadas con el mundo de la empresa y de los negocios. Jordi Arellano contestará a vuestras dudas en cada número

### ¿Sabrías...:

explicar el significado de las siguientes palabras y expresiones relativas al mundo de los negocios que aparecen en estos textos?

- Logística, socio, documentos, dar en quiebra (quebrar), beneficios, gestión, funciones, tener don de gentes, tener mano izquierda, viabilidad.

**¿Estás de acuerdo con la respuesta que le ha ofrecido a Luis nuestro experto?**

**Trabaja con tu compañero y comprobad vuestras respuestas con la de Jordi**



## LA RESPUESTA DE NUESTRO EXPERTO

Estimado Luis:

Tu consulta es muy interesante sin lugar a dudas. En primer lugar, tengo que decirte que tu idea de montar una empresa de logística es bastante buena ya que este tipo de negocios se corresponde con un mercado que necesita explorarse y estoy seguro de que puedes aportar nuevas ideas con tu proyecto.

Una vez leídos los documentos que me has adjuntado puedo decirte que tu empresa estaría relacionada con el sector terciario puesto que su principal elemento es la capacidad humana para realizar trabajos físicos o intelectuales, también denominada servicios.

Además, tu empresa sería, evidentemente, privada puesto que el capital lo ponéis vosotros y también podría denominarse como una microempresa puesto que empezaríais con cuatro trabajadores exclusivamente. Por último, también tendría que elogiar tu idea de empezar con un número pequeño de trabajadores para hacer frente a los encargos que tengáis porque para ir ampliando personal siempre hay tiempo.

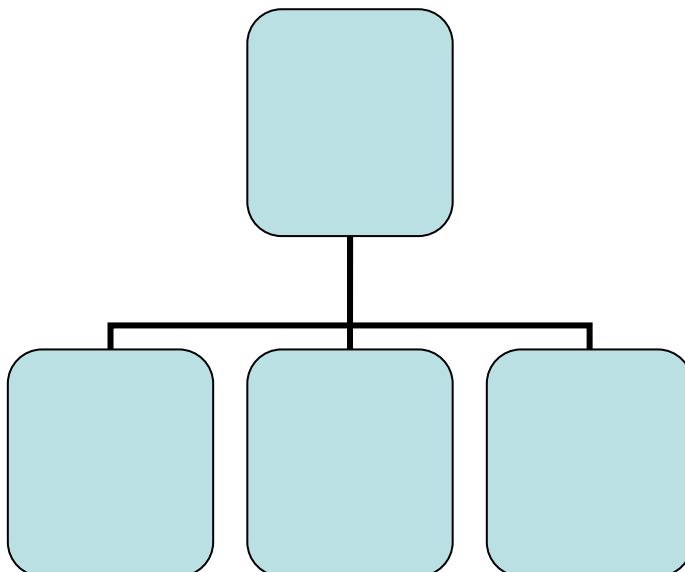
Espero haberte servido de ayuda y si tienes alguna duda más, no dudes en escribirme las veces que sean necesarias.

Un saludo y mucha suerte,

Jordi Arellano



*Agenda: Escucha la consulta que han dejado uno de los lectores en el contestador. Completa el organigrama según creas que debería modificar su empresa.*



### APRENDE A APRENDER:

- Cuando lees un texto o cuando escuchas a alguien hablar en español:
- ¿te centras en la idea principal o necesitas entender palabra a palabra lo que se está diciendo?

## LA IMPORTANCIA DE PLANIFICAR CORRECTAMENTE LA GESTIÓN DEL PERSONAL

Estimado Ángel:

Ésta es también otra consulta muy interesante. Uno de los asuntos que tiene que quedar meridianamente claro a la hora de dirigir un grupo de trabajadores es el reparto de funciones. Si el trabajador no tiene claro cuáles son sus funciones, nos encontraremos seguro ante un caso de desconcierto y frustración por no saber lo que hacer y, como consecuencia, podríamos tener un descenso en la productividad de la empresa.

Por eso, creo que debes empezar por reunirte con cada

departamento para efectivamente dejar claras las funciones y lo que esperas de ellos. Normalmente, en una empresa tipo hay cuatro departamentos fundamentales: Recursos Humanos, Financiero, Comercial y Producción.

El primero de ellos se encarga de la gestión del personal y de la formación del mismo. Sin lugar a dudas, aquí necesitarías una persona con mucho don de gentes y mucha mano izquierda porque éste puede ser uno de los departamentos más conflictivos.

El segundo de ellos se encargaría de las compras y de

la facturación. En este caso, deberías tener a una persona que sea capaz de controlar los gastos y los ingresos de una manera adecuada y detallada.

El tercero de ellos se encargaría del marketing. Sin lugar a dudas, necesitarás personas que estén al día de los estudios de mercado para analizar la viabilidad de los productos de tu catálogo y de las tácticas más novedosas de marketing y publicidad para que podáis llegar al mayor número de personas.

El último de ellos se ocuparía de la fabricación de tus productos

y del control de calidad que se ejercería sobre ellos. Es evidente que si fabricas una partida de productos de dudosa calidad, esto provocará un rechazo hacia tus futuros productos de catálogo.

No obstante, te remito a la sección "El Descanso" de este mismo número dónde encontrarás otra buena referencia de este tema. No dudes en consultarme otra vez sobre cualquier otro asunto.

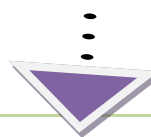
Un saludo y mucha suerte.

Jordi Arellano

Investiga y define la tipología de las siguientes empresas según:

- Su tamaño
- La propiedad de su capital
- El ámbito de su actividad
- El destino de sus beneficios
- Su formación jurídica

IBM – CAJA MADRID – VODAFONE – EL CORTE INGLÉS –



### Comprueba lo que sabes:

- El Sector primario es el industrial; se centra en la fabricación de bienes y en la construcción de edificios, etc. **VERDADERO/FALSO**
- ¿Cuáles son las siglas que identifican a las pequeñas y medianas empresas en España?
- Busca dos palabras que signifiquen beneficios.
- ¿Qué es un organigrama?
- Explica la diferencia entre **franquicia, sucursal y filial**

Busca tres funciones propias del Departamento de Producción

## 9. ANEXO 2 (UNIDAD DIDÁCTICA II)

### EN NEGOCIACIÓN

Nº 1

Año 1

# ¡Quiero ser mi propio jefe!



- **Editorial:** La empresa en España.
- **El buen empresario:** Tipologías de jefe.
- **Funciones de un trabajador**
- **Tipos de escritos:** Cartas y memorándums
- **Caso:** Quiero ser empresario y no sé cómo desarrollar mi idea.
- **Cultura Empresarial:** Incorporación de la mujer a los altos cargos.

En esta unidad vas a aprender a:

- Definir una empresa según su tipología.
- Hablar y explicar las funciones relacionadas con las profesiones utilizando organigramas empresariales.
- Pasos para comenzar a desarrollar un proyecto empresarial.

## EDITORIAL

### 1. LA EMPRESA EN ESPAÑA

1.- Antes de empezar a leer, ¿Qué es una empresa para vosotros? Pregunta a tu compañero e intentad escribir una definición con vuestras aportaciones.

TU DEFINICIÓN	LA DE TU COMPAÑERO

2.- Lee el texto a continuación y comprueba la definición de empresa, ¿Coincide con la tuya?, Lee todas las definiciones de la clase y elegid las dos mejores.

En este número vamos a tratar de dar las claves necesarias para entender el mundo empresarial, nos dirigimos al público en general pero nuestra intención es ayudar a todos los **emprendedores** que necesitan un empujoncito.

La empresa la podemos definir como un esfuerzo generalizado que tiene como principal propósito el de generar **riqueza**, a este término también se le incluye **bienes** y **servicios**.

La persona que crea la empresa, es decir, el empresario invierte **capital, terreno y potencial humano**, proporcionalmente con las actividades esenciales y necesarias para una producción continua de bienes servicios.

¿Qué motiva a alguien para emprender una actividad independiente?

En algunos casos podemos mencionar la independencia económica que la creación de una empresa conlleva, así como no depender de ningún superior.

En segundo lugar la necesidad de obtener mayores **ingresos** para el seno familiar y a veces un sentido de superación en el ámbito empresarial.

La persona que decide montar un negocio recibe beneficios y ventajas, los cuales se reflejan y repercuten en la sociedad, puesto que al obtener ganancias puede convertirse en consumidor de bienes y servicios que se producen en el mercado.

Por otro lado al establecer una empresa se proporcionan servicios demandados por la comunidad y se proporciona mano de obra, generando empleo.

### Estrategia

*Cuando leas un texto no debes intentar buscar en el diccionario todas las palabras de un texto. Tienes que leer todo el texto e intentar sacar el significado por el contexto de las frases*

### 3.- ¿Podrías

**decir lo que significan las palabras que aparecen en negrita?**

**4.- Comprueba las palabras y enlázalas con sus definiciones.**

Ingreso	Sitio o espacio de tierra
Emprendedor	Patrimonio, hacienda, caudal
Riqueza	Caudal que entra en poder de alguien, y que le es de cargo en las cuentas.
Servicios	Persona que comienza un negocio con resolución y que tiene que superar acciones dificultosas o azarosas.
Bienes	Factor de producción constituido por inmuebles, maquinaria o instalaciones de cualquier género, que, en colaboración con otros factores, principalmente el trabajo, se destina a la producción de bienes.
Capital humano	Cantidad de dinero que se gana regularmente por algún concepto
Capital	Abundancia relativa de cualquier cosa
Terreno	Prestación humana que satisface alguna necesidad social y que no consiste en la producción de bienes materiales.

**5.- Lee el texto otra vez e indica si las siguientes afirmaciones son verdaderas o falsas**

	V	F
El principal objetivos de un empresario al crear una empresa es obtener beneficios		
La empresa necesita capital, servicios y mercado		
Las empresas activan el mercado laboral		
Los empresarios reciben beneficios y servicios de la comunidad		

**6.- Vas a escuchar a un asesor económico, va a explicar los pasos principales que hay que seguir para crear una empresa en el ámbito de España. Completa la tabla con los pasos que indica. las expresiones de obligación del punto de mira.**



1º	Se debe tener claro qué tipo de negocio queremos desarrollar
2º	

**7.- Escribe oraciones con las expresiones de obligación más adecuadas.**

**Ej.-Crear negocio/ vender producto**



**Punto de mira:**

☑ Para expresar obligación podemos utilizar las siguientes perífrasis verbales

**DEBER + INFINITIVO**

Una recepcionista debe contestar todas las llamadas de la empresa.

**TENER QUE + INFINITIVO**

Para un funcionamiento óptimo de la empresa tienes que contratar personal cualificado.

**HAY QUE+ INFINITIVO (impersonal)**

Para fundar una empresa hay que tener un buen proyecto.

8.-Vuelve a leer los consejos que nos dio el experto en el ejercicio anterior y relaciona cada paso con el esquema que te presentamos a continuación.



9. Ahora piensa en tu país, si tuvieras que crear una empresa cuáles son los primeros pasos que tendrías en cuenta. Compara tus repuestas con tu compañero y justifica tus respuestas. ¿Coinciden con las del asesor?

TUS PASOS	TU COMPAÑERO
Creo que, para crear una empresa, se debe....	Creo que, para crear una empresa, se tiene que...

## ¡VAMOS A CONOCER LA EMPRESA ESPAÑOLA!

10.- A continuación te presentamos las siguientes empresas, podrías describirlas con los verbos ser /tener / haber /estar. Para rellenarlo puedes preguntar a tu compañero o consulta en internet más datos.

Ej.- Telefónica es la compañía principal de teléfono en España.

**TELEFÓNICA**  
*presencia en 25 países  
 Aproximadamente  
 257.000  
 Ingresos 41.721 millones  
 de euros*

**SEAT**  
*Presencia en 70 países  
 11.000 empleados  
 Ingresos de 78 millones  
 de euros*

**BIMBO**  
*Presencia en la  
 península  
 ibérica e islas  
 436 millones de  
 euros*



**Punto de mira:**

☑ SER → se usa para definir cualidades

TENER → se usa para expresar posesión

HABER → se usa para hablar de la existencia

ESTAR → se usa para hablar de la localización

**11.- ¿Conoces empresas en tu país?, ¿cómo son?, ¿a qué se dedican?**

**¿Cómo se clasifican las empresas en tu país? Compara tus respuestas con tu compañero.**



**Punto de Mira:**

☉ DEDICARSE A + INFINITIVO y OCUPARSE DE + INFINITIVO son dos perífrasis verbales que sirven para expresar la funciones que se llevan a cabo en un trabajo.

☑ Juan es informático y se dedica a arreglar los ordenadores.

**INFORMACIÓN SOBRE LA EMPRESA**

La empresa tiene que estar jerarquizada. Dentro de los documentos que la empresa debe tener se encuentra el organigrama. El organigrama no es un esquema fijo, ya que cada vez que haya una modificación en su estructura, la empresa debe modificar y publicar el nuevo organigrama para que cada empleado sepa la estructura de la misma.

Los organigramas deben indicar la distribución en departamentos, sus funciones y los jefes encargados de cada departamento.

**12.- Lee lo que ha contado Pepe Ramírez en un reportaje sobre la creación de su empresa. Después contesta las preguntas sobre el texto.**

Hola mi nombre es Pepe y soy el dueño de la mejor pastelería de San Fernando, la pastelería se llama “el rincón dulce”. Con 23 años vine a Madrid desde mi Burgos natal, había trabajado en una pastelería y conocía la profesión. Cuando llegué alquilé un pequeño local donde empezamos mi mujer y yo, ella atendía a los clientes y yo estaba en el horno sacando nuestros productos. Ahora tras 40 años, la cosa no ha ido tan mal, mi mujer ya no trabaja, pero tenemos contratadas a 3 personas para atender el mostrador, y una persona que se ocupa de la cafetería que tenemos en el local. En los hornos están mis dos hijos y mi yerno trabajando. Mi hija es la encargada de comprar todos los materiales que necesitamos y de diseñar nuevos productos. Ella es la que ha inventado el pan con sorpresa, tiene mucho éxito, consiste en una pulga de pan y en el interior puede haber chorizo, jamón, paté, etc..., por eso se llama sorpresa

porque nadie sabe a primera vista que hay en el interior. Por último se me olvidaba mi hijo que se encarga de las finanzas. Bueno, yo solo soy el presidente, pero ya no me ocupo de tanto trabajo, creo que delegar es importante en una empresa familiar.

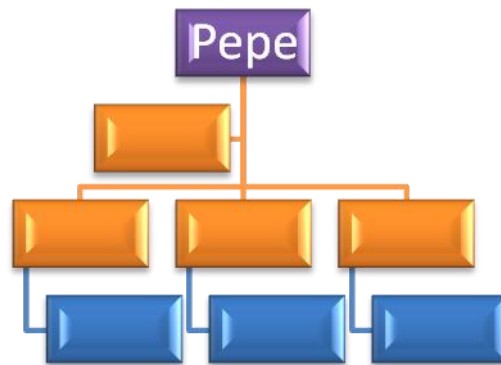
**¿Dónde empezó a trabajar Pepe cuando llega a Madrid?**

**¿En la actualidad cuántos empleados tiene Pepe?**

**¿Quién desarrolla los productos en la empresa de Pepe? ¿Qué tipo de productos se implementan?**

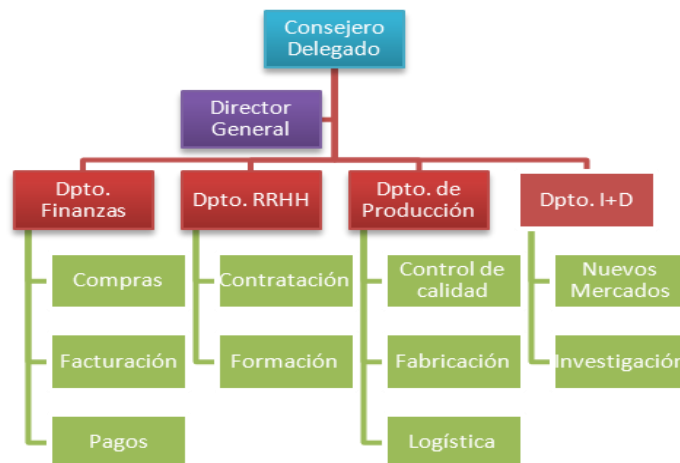
**¿Qué hace Pepe en la actualidad?**

**13.- Completa el organigrama de “El rincón dulce”. ¿Cómo crees que se debería organizar dicha empresa? Comprueba con tu compañero las respuestas.**



**14.- Observa el siguiente organigrama que te presentamos de una empresa. Describe la función de cada departamento de esta empresa utilizando el cuadro gramatical de la página anterior.**

Ej.- el departamento de finanzas se dedica a controlar, revisar la economía de la empresa controlando los gastos y los ingresos.



**15.- Fíjate en el organigrama de la actividad anterior. Relaciona cada profesión con la definición, además intenta incluir cada profesión en un departamento del organigrama anterior.**

Contable	es la persona que hace los inventarios de stock de la empresa y registra la entrada y salida de productos
Jefe de Personal	Es el responsable de que se fabrique el producto a tiempo y con la calidad requerida por el mercado
Jefe de almacén	Persona que recibe las llamadas del director y gestiona las citas y correspondencia.
Secretaria	Es la persona encargada de contratar, despedir y conocer el grado de satisfacción de los empleados
Analista de mercados	Es el encargado de cuadrar y tener al día los ingresos y los gastos de una empresa
Encargado de producción	es la persona que investiga las necesidades de la población para satisfacer las demandas y conocer que productos nuevos puedes suplir las necesidades

VOCABULARIO

ALMACÉN

*Inventario: numerar los productos almacenadas*

*Stock: producto almacenado*

## TIPOS DE EMPRESA

**16.- Las empresas se clasifican en diferentes categorías. Aquí te presentamos un cuadro con las diferentes clasificaciones, completa el cuadro con la información que te proporcionamos.**

FORMA JURÍDICA	Individual: pertenece a una persona	Responsabilidad ilimitada: empresas de carácter familiar	Sociedad anónima	Sociedad colectiva	Sociedad comandataria
TAMAÑO DE LA EMPRESA	Autónomo	Pyme	Grande	multinacional	

Comprueba tus respuestas con las de tu compañero

**17.- Mira los siguientes logotipos y comenta con tu compañero lo primero que te venga a la cabeza**

**Mcdonald                      adidas                      orange**

Tu	Tu compañero

**18.-Ahora lee el siguiente texto. Después de leerlo vuelve a ver los logotipos ¿Podrías dar otra definición sobre ellos?**

Una franquicia es, desde el punto de vista técnico, un modo de distribución o de comercialización de un determinado producto o servicio, en el que intervienen dos partes: La poseedora de la marca y de un gerenciamiento prefijado: el franquiciante y la interesada en comprarlos: el franquiciado . Ambas partes firman un contrato, por el cual se establecen ciertas obligaciones:

- El franquiciante se encuentra en la obligación de ceder el uso de la marca, transferir el know-how a través del entrenamiento y los manuales de operación y brindar asistencia permanente.

Por su parte, el franquiciado tiene la obligación de cumplir con los estándares de calidad y operación, entrenarse, dar un buen uso a la marca y abonar el derecho inicial y, si corresponde, las plusvalías

EL BUEN EMPRESARIO

**19.- Imagina que eres el Gerente de una multinacional, quieres abrir una sucursal en Madrid y debe elegir al director de dicha sucursal. Escribe que características debe o no debe tener.**

El director debe o tiene que	El director no debe o no tiene que
El director o tiene que ser trabajador	El director no tiene que malversar el dinero de la empresa

**20.- Escucha a este directivo, nos va a dar unas características sobre cómo debe ser un jefe ideal.**

Para ser un jefe ideal hay que...	Para ser un jefe ideal tienes que/no tienes que....

**21.- Con tus ideas y las aportaciones de la audición, habla con tu compañero e indica si estás de acuerdo con las opiniones del directivo**

Ej.- Para mí un jefe no tiene que ser duro con sus empleados porque provoca un mal ambiente de trabajo

**22.- ¿Alguna vez has trabajado? ¿Podrías describir a tu jefe?**

Ej.- Mi jefe era o es muy exigente, poco accesible....

## **MATERIAL DE OFICINA**

**23.- Observa el anuncio de la empresa Offinet y completa con el léxico que te damos a continuación los objetos que hay en la foto.**

Grapadora - Escritorio - Ordenador - Portalapiceros - Sujetapapeles Abrecartas-Bandejas-Pluma - Tarjetero - Perforador - Alfombrilla de ratón - Calendario



(Se incluirá una fotografía con material de oficina y una mesa de despacho)

**Punto de mira:**

- ☑ Sirve para + infinitivo
- Oración final
- Expresamos la utilidad de un objeto
- El lapicero sirve para escribir.



**24.- Une los siguientes utensilios de oficina con su correspondiente definición.**

perforador	Sirve para resaltar parte de un texto para encontrar la información de forma más sencilla y rápida
Marcadores	Sirve para guardar documentación importante de la empresa
Pda	Sirve para realizar agujeros en hojas de papel para su posterior almacenamiento
Post-it	Agenda electrónica en la se puede recibir correo electrónico, tener las finanzas, etc.
archivador	Hoja de color chillón con una línea de pegamento para dejar notas
Sacapuntas	Elemento metálico que sirve para unir una cantidad de hojas de papel
<b>clip</b>	Utensilio con una hoja afilada para sacar punta a los lapiceros

**25.- ¿A qué dibujo corresponde esta descripción?**

(Hay que poner 2 dibujos de tres despachos tipo busca las diferencias)

Este es mi despacho. Todos dicen que está desordenado pero no es así. Yo siempre encuentro lo que busco. La silla de las visitas está al lado de la ventana y sobre ella, he puesto el fax (así evito que las visitas se acomoden en la silla y se queden durante mucho tiempo). La mesa de trabajo está en el medio de la sala. A la izquierda se encuentra el archivador de papeles y detrás de él, la fotocopidora porque es una máquina que no me gusta nada y prefiero ocultarla. A la derecha he colocado una papelera muy grande, para tirar toda la basura que tengo. Al lado de esta papelera están el escáner y los sujetalibros. En la mesa está el ordenador; a su izquierda hay una carpeta y entre la carpeta y el ordenador, he dejado la grapadora y las chinchetas. Detrás de la carpeta, hay una agenda, que consulto poco. Delante de la mesa está la puerta; sobre ella está el corcho. En los momentos de tensión tiro las chinchetas contras el corcho y a veces consigo clavar alguna.

## CASO: QUIERO SER EMPRESARIO PERO NO SÉ CÓMO DESARROLLAR MI IDEA



Para este apartado vamos a contar con la ayuda del empresario catalán Jordi Arellano, Doctor en Empresariales y fundador de la empresa Textinet. Responderá las preguntas de nuestros lectores. Escriba su consulta a [experto@ennegociacion.com](mailto:experto@ennegociacion.com).

### **26.- Intenta redactar una solución al problema que se explica en la primera consulta**

Soy un joven 27 años de Madrid, llevo desde los 18 años trabajando por cuenta ajena. Tengo unos ahorrillos y he tomado la decisión de montar mi propio negocio. Mi idea de negocio está relacionada con la logística. Me gustaría que me indicara qué tipo de empresa debo formar, ya que dentro de la documentación para darme de alta como empresa me piden una serie de requisitos como la definición de mi empresa según su tipología, pero la verdad es que no tengo mucha idea y me gustaría que me indicara cuál podría ser su especificación. Le adjunto los datos de mi proyecto por si le fueran de utilidad, en un primer momento será una empresa de reparto en el que somos dos socios, mi hermano y yo. Tenemos pensado empezar con dos camiones, y vamos a contratar a una secretaria y a un repartidor que junto con mi hermano se encargarán de realizar todos los envíos.

Luis Cazorla

### **La Respuesta de nuestro experto**

**Estimado Luis:**

**Tu consulta es muy interesante sin lugar a dudas. En primer lugar, tengo que decirte que tu idea de montar una empresa de logística es bastante buena ya que este tipo de negocios se corresponde con un mercado que necesita explorarse y estoy seguro de que puedes aportar nuevas ideas con tu proyecto.**

**Una vez leídos los documentos que me has adjuntado puedo decirte que tu empresa estaría relacionada con el sector terciario puesto que su principal elemento es la capacidad humana para realizar trabajos físicos o intelectuales, también denominada servicios.**

**Además, tu empresa sería, evidentemente, privada puesto que el capital lo ponéis vosotros y también podría denominarse como una microempresa puesto que empezaríais con cuatro trabajadores exclusivamente. Por último, también tendría que elogiar tu idea de empezar con un número pequeño de trabajadores para hacer frente a los encargos que tengáis porque para ir ampliando personal siempre hay tiempo.**

Espero haberte servido de ayuda y si tienes alguna duda más, no dudes en escribirme las veces que sean necesarias.

Un saludo y mucha suerte,

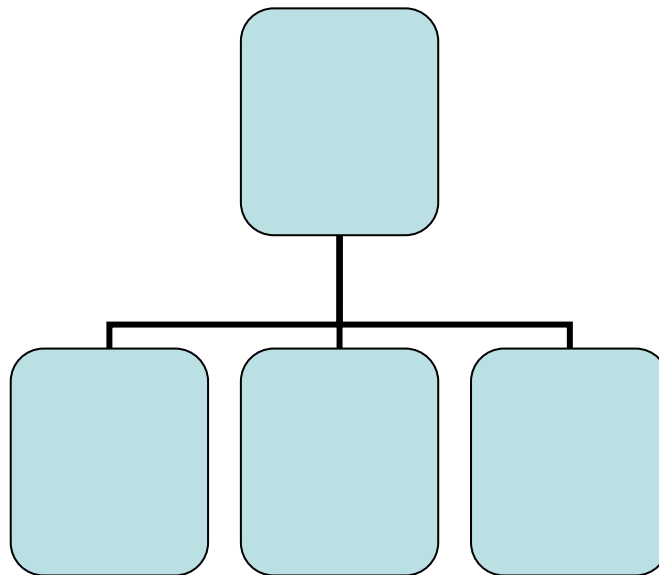
Jordi Arellano

**26.1. ¿Estás de acuerdo con la respuesta que le ha ofrecido a Luis nuestro experto? Trabaja con tu compañero y comprobad vuestras respuestas con la del experto.**

**APRENDE A APRENDER:**

- Cuando lees un texto o cuando escuchas a alguien hablar en español:
- ¿te centras en la idea principal o necesitas entender palabra a palabra lo que se está diciendo?

**26.2. Escucha la consulta que han dejado uno de los lectores en el contestador. Completa el organigrama según creas que debería modificar su empresa.**



## LA IMPORTANCIA DE PLANIFICAR CORRECTAMENTE LA GESTIÓN DEL PERSONAL

Estimado Ángel:

Ésta es también otra consulta muy interesante. Uno de los asuntos que tiene que quedar meridianamente claro a la hora de dirigir un grupo de trabajadores es el reparto de funciones. Si el trabajador no tiene claro cuáles son sus funciones, nos encontraremos seguro ante un caso de desconcierto y frustración por no saber lo que hacer y, como consecuencia, podríamos tener un descenso en la productividad de la empresa.

Por eso, creo que debes empezar por reunirte con cada

departamento para efectivamente dejar claras las funciones y lo que esperas de ellos. Normalmente, en una empresa tipo hay cuatro departamentos fundamentales: Recursos Humanos, Financiero, Comercial y Producción.

El primero de ellos se encarga de la gestión del personal y de la formación del mismo. Sin lugar a dudas, aquí necesitarías una persona con mucho don de gentes y mucha mano izquierda porque éste puede ser uno de los departamentos más conflictivos.

El segundo de ellos se encargaría de las compras y de

la facturación. En este caso, deberías tener a una persona que sea capaz de controlar los gastos y los ingresos de una manera adecuada y detallada.

El tercero de ellos se encargaría del marketing. Sin lugar a dudas, necesitarás personas que estén al día de los estudios de mercado para analizar la viabilidad de los productos de tu catálogo y de las tácticas más novedosas de marketing y publicidad para que podáis llegar al mayor número de personas.

El último de ellos se ocuparía de la fabricación de tus productos

y del control de calidad que se ejercería sobre ellos. Es evidente que si fabricas una partida de productos de dudosa calidad, esto provocará un rechazo hacia tus futuros productos de catálogo.

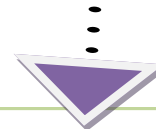
No obstante, te remito a la sección "El Descanso" de este mismo número dónde encontrarás otra buena referencia de este tema. No dudes en consultarme otra vez sobre cualquier otro asunto.

Un saludo y mucha suerte.

Jordi Arellano

### 26.3. Investiga y define la tipología de las siguientes empresas según:

- f. Su tamaño
- g. La propiedad de su capital
- h. El ámbito de su actividad
- i. El destino de sus beneficios
- j. Su formación jurídica



### 26.4. Comprueba lo que sabes:

- El Sector primario es el industrial; se centra en la fabricación de bienes y en la construcción de edificios, etc. **VERDADERO/FALSO**
- ¿Cuáles son las siglas que identifican a las pequeñas y medianas empresas en España?
- Busca dos palabras que signifiquen beneficios.
- ¿Qué es un organigrama?
- Explica la diferencia entre **franquicia, sucursal y filial**

Busca tres funciones propias del Departamento de Producción

## CULTURA EMPRESARIAL

**27.- ¿Con cuáles de los siguientes adjetivos definirías a un jefe hombre y a una jefa mujer?  
Razona tu respuesta.**

- |                |                 |              |
|----------------|-----------------|--------------|
| - Comprensible | - Irresponsable | - Negociador |
| - Autoritario  | - Planificador  | - Dialogante |
| - Responsable  | - Realista      | - Soñador    |

**28.- Lee el siguiente texto y observa cuál es la situación de la incorporación de la mujer a los altos cargos en las empresas españolas.**

La conciliación de la vida laboral y familiar es una de las principales pautas que enfrenta la sociedad actual. Sin embargo la incorporación de la mujer a los puestos de mayor responsabilidad, es aún escasa. En toda Europa, el número de las mujeres que ocupan altos cargos ejecutivos en las empresas es muy bajo. Celia de Anca, directora del Centro de Diversidad del IE, señala que la situación es distinta en empresas familiares como la de Riu. **“Cuando una empresa es de propiedad familiar, son muchas las mujeres que forman parte de ella.** Éste tiende a ser el caso en Europa continental, donde se pueden encontrar muchos ejemplos, desde Banco Santander a Francia y Alemania”.

Según datos del estudio realizado por la Cámara de Comercio de Barcelona, el avance de la mujer en los últimos años ha sido escaso. Los datos recogidos demuestran que sólo el 8,8% de los cargos de gobierno y máxima decisión en las primeras 400 empresas catalanas los ocupan mujeres. El estudio demuestra que entre los cargos directivos de las empresas: de las 400 primeras compañías catalanas analizadas, el 70% de ellas no tenía ninguna mujer entre su dirección y solamente una tercera parte de estas compañías contaban con una mujer entre los cargos directivos.

**En el caso de las empresas familiares, solo el 4,2% de cargos de máxima responsabilidad está en manos de mujeres.** Según otros estudios las mujeres suelen destacar en la dirección emocional. Lo indican los resultados de una encuesta que afirma que las mujeres demostraron tener más energía, intensidad y expresión emocional, además de la capacidad para mantener el entusiasmo en los otros e involucrarlos, mientras que los hombres resultan ser más susceptibles de mantener un perfil más bajo, discreto y un estilo impersonal al controlar sus emociones. Las mujeres también obtuvieron mejor nota en su preocupación por la producción y la consecución de resultados. Mientras los hombres destacaron más en planificación estratégica y visión organizacional.

Pero donde sin duda más se hace notar el importante papel y las habilidades naturales de la mujer en la empresa familiar es durante el proceso de sucesión. El cambio generacional en una empresa familiar muchas veces suele suceder en un momento emocionalmente intenso, como puede ser la muerte del patriarca. Es una etapa de mucha fragilidad donde el resultado del traspaso del liderazgo emocional puede ser crucial para el futuro de la empresa familiar. En el caso de una sucesión planificada el hecho de no contar con las mujeres, supone reducir las posibilidades de éxito del proceso. Por ello, formar un equipo fuerte entre el empresario y su esposa es la mejor garantía para la continuidad de la Familia Empresarial.

**28.1.- Ahora contesta a las siguientes preguntas:**

- ¿Crees que existen profesiones para hombres y para mujeres?
- Describe las funciones de las profesiones que habéis elegido.
- ¿Cuál es la situación de la incorporación de la mujer en el trabajo en tu país? Compáralo con tu compañero.
- Haz una lista de las profesiones más demandadas por hombres y mujeres en tu país. Compáralas con tu compañero.
- ¿Cuál sería tu profesión ideal? Razónalo con tu compañero.

## 29.- Ética Empresarial: ¿Sabías que.....

La ley española regula que la mujer trabajadora tiene derecho a 16 semanas de baja por maternidad?

*29.1.- Escucha lo que le pasó a María cuando se quedó embarazada. Decide qué deben hacer ante un caso como este cada uno de los departamentos de su empresa*  
(AUDICIÓN)

30.- ¿Cómo funciona la ley en tu país para los siguientes casos? A debate: Conciliar la vida familiar y laboral: ¿Utopía o realidad?

## TIPOS DE ESCRITOS: CARTAS COMERCIALES Y MEMORÁNDUMS

**31. Para comenzar las comunicaciones de nuestra empresa vamos a ver qué es una carta comercial:**

La carta comercial es un medio de comunicación entre dos empresas comerciales o bien una empresa con un particular, o viceversa. Su contenido suele ser formal, oficial y/o confidencial. Las cartas comerciales más importantes son: de compraventa, de reclamación, de ofertas, de solicitud de información y de publicidad. Una carta comercial se compone de tres partes: el encabezamiento, el cuerpo de la carta y el cierre.

### **El encabezamiento**

El encabezamiento abarca la parte superior de la carta. Contiene siempre membrete, lugar y fecha, dirección del destinatario, y saludo. En general se indica también el asunto de la carta, para que el destinatario sepa directamente de qué se trata.

### **El cuerpo**

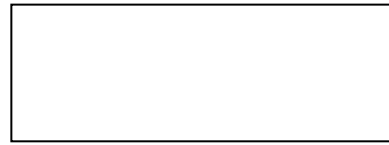
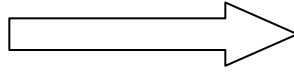
El cuerpo de la carta es la parte más importante. Se compone de tres partes: una introducción, un núcleo y una conclusión.

### **El cierre**

El cierre de la carta constituye el final de la misma. Contiene siempre despedida, firma, nombre y cargo. En caso de anexos se indica el número de éstos. Además es posible añadir posdata o indicar si se envían copias a otras personas. En la carta, todos los elementos empiezan a la izquierda de la página.

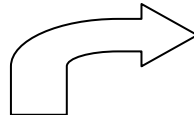
**31.1.- Observa la siguiente carta comercial y di cuál es el encabezamiento, el cuerpo y el cierre.**

Andrés Gómez  
Administración de Oficinas  
Calle los Martillos nº 32  
Madrid



9 de Abril de 2007

Sr. D. Manolo Ortiz  
Director general

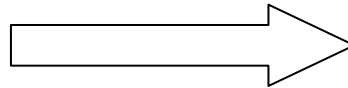


Muy Sr. mío:

El propósito de esta carta no es otro que hacerle llegar mi invitación personal a la nueva apertura de la oficina nº 23 en la delegación de Madrid que tendrá lugar el día 12 de abril. Puede usted acudir acompañado de su familia si así lo desea. Tras el discurso de apertura se ofrecerá una comida gratuita a los asistentes y a la salida se les hará entrega de varios regalos promocionales.

Gracias de antemano. Confío en que acuda.

Un saludo



**Andrés Gómez**  
(firma)

**31.2 Ahora te toca a ti: Escribe un modelo de carta comercial imaginando que quieres comunicar la apertura de tu nueva empresa siguiendo el ejemplo que te hemos dado.**

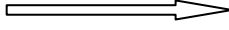
**32. Ahora vamos a ver lo que es un memorándum, que también nos servirá en las comunicaciones de nuestra empresa.**

Un memorándum es aquel escrito que se usa para intercambiar información entre diferentes departamentos de una empresa, con el propósito de dar a conocer alguna recomendación, indicación, instrucción, disposición, etc. Generalmente este tipo de escrito contiene las siguientes partes: el nombre de la persona a quien va dirigido, el nombre del remitente, la fecha, el asunto, el texto y la firma del remitente. Su redacción debe ser breve, clara y precisa; aun cuando en este tipo de comunicación no se acostumbra usar la despedida, hay ocasiones en que se debe utilizar para darle un toque personal y cortés al mensaje.

**32.1. Observa el siguiente memorándum e indica las siguientes partes:**

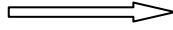
FIRMA-REMITENTE-RECEPTOR-FECHA-ASUNTO-ESCRITO

México, D. F. a \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_.

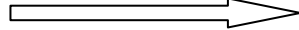


**Memorándum**

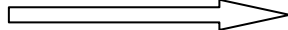
Para: Mauricio del Moral , Director General



De: Luz María Durán

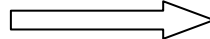


Asunto: Reunión de Ventas



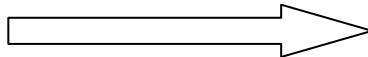
El área de ventas llevará a cabo su reunión mensual el día 22 de Abril del 2008. En la reunión se discutirán los temas referentes al incremento de ventas que se ha alcanzado en el último trimestre.

Es muy importante contar con su presencia.



Saludos a UD.

Atentamente  
Luz María Durán  
Gerente de Ventas



**32.2 Ahora te toca a ti: Escribe un modelo de memorándum imaginando que quieres convocar a una reunión a tus trabajadores. Sigue el modelo que te hemos dado.**

## 10. ANEXO 3 (CUESTIONARIOS)

### a) CUESTIONARIO PARA EL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN-ACCIÓN

#### CUESTIONARIO ANTES DE COMENZAR EL CURSO

(Puedes dar más de una respuesta)

##### A. Motivación

1. ¿Por qué estudias español?

##### B. Actitud hacia el idioma

1. ¿Conoces otros idiomas además del español?
2. ¿Cuáles crees que son tus puntos fuertes y tus puntos débiles en español?
3. ¿Cómo sueles estudiar normalmente español?

##### C. Trabajo en clase

1. ¿Qué esperas de este curso?
2. ¿Qué temas quieres que se traten en la clase?

#### CUESTIONARIO AL FINALIZAR EL CURSO

##### A. Evaluación del desarrollo de la clase

1. ¿Las actividades planteadas en la clase eran de tu interés?, ¿Han estado bien planteadas?

##### B. Evaluación del trabajo del profesor

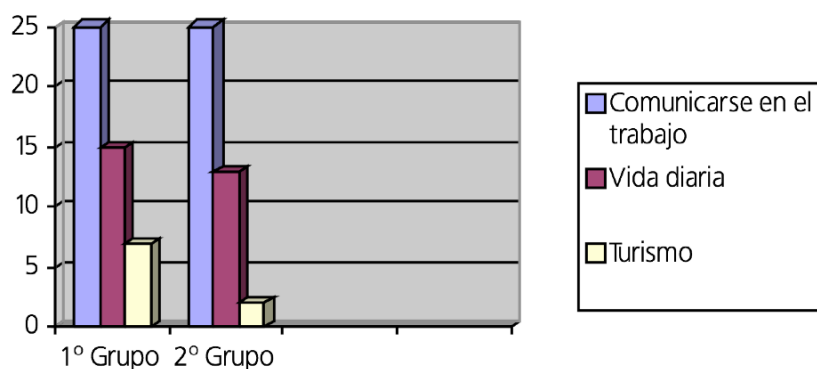
1. ¿El profesor explica con claridad?
2. ¿El profesor te ha solucionado tus dudas en la clase?

##### C. Utilidad del curso

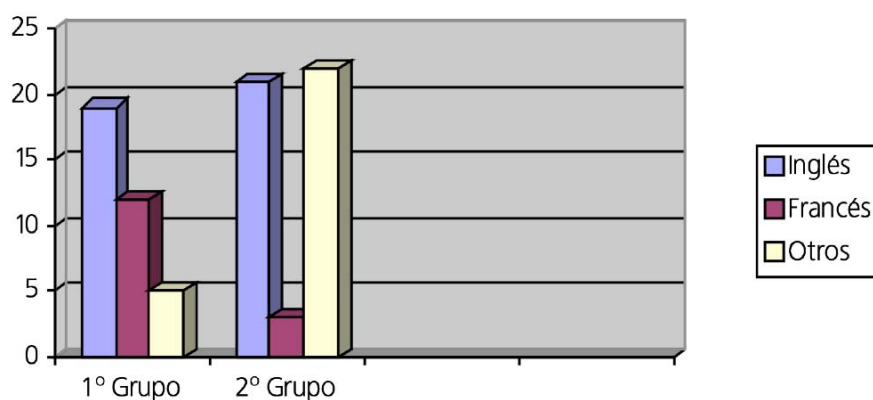
1. ¿Te ha servido para mejorar tu español este curso?

## B) RESULTADOS DEL CUESTIONARIO DE ANTES DE EMPEZAR EL CURSO

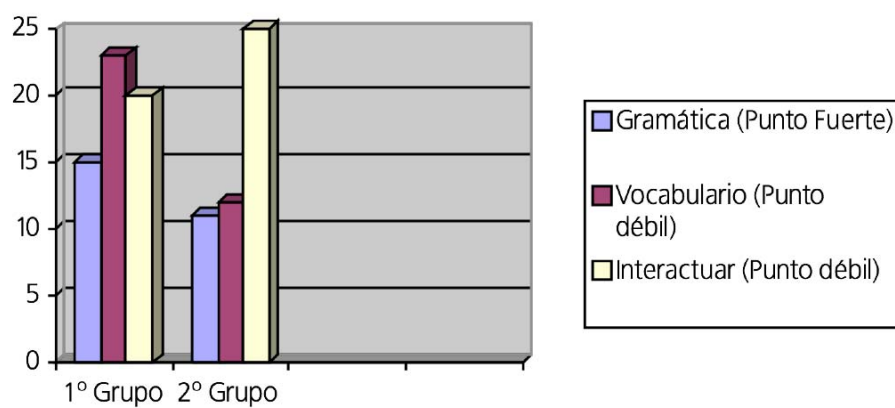
### Pregunta A.1



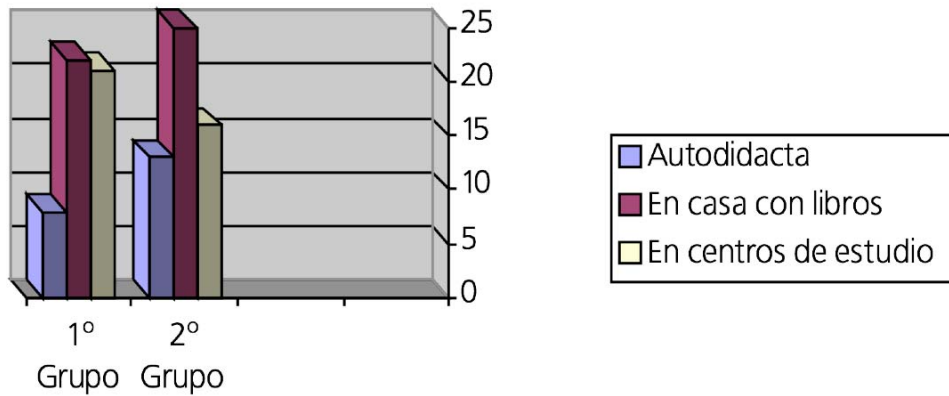
### Pregunta B.1



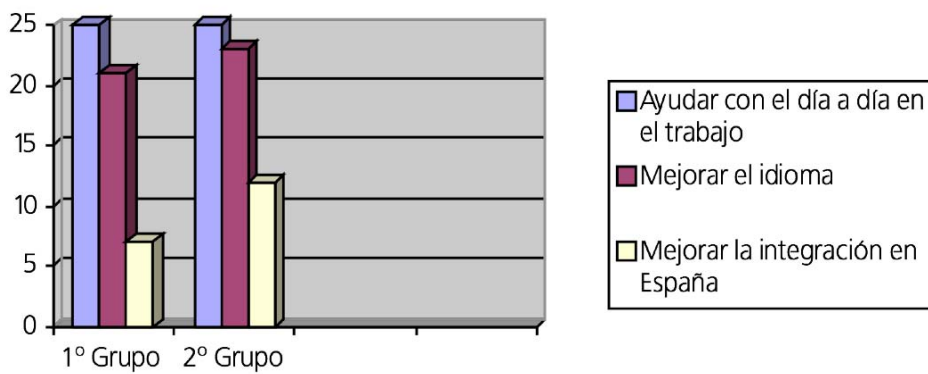
### Pregunta B.2



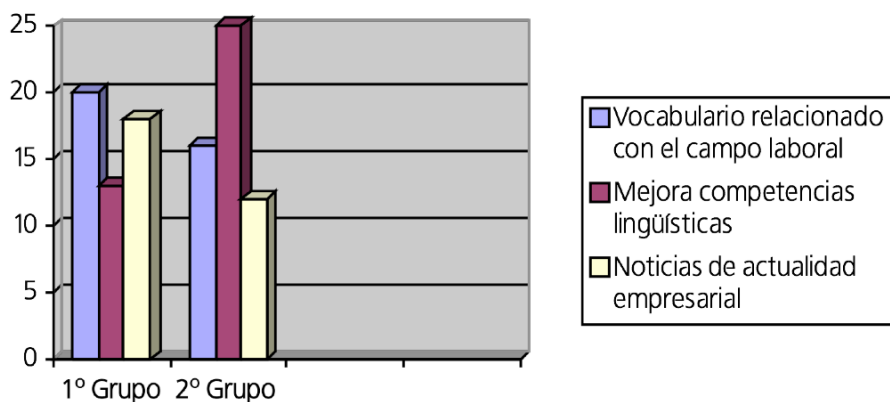
Pregunta B.3



Pregunta C.1

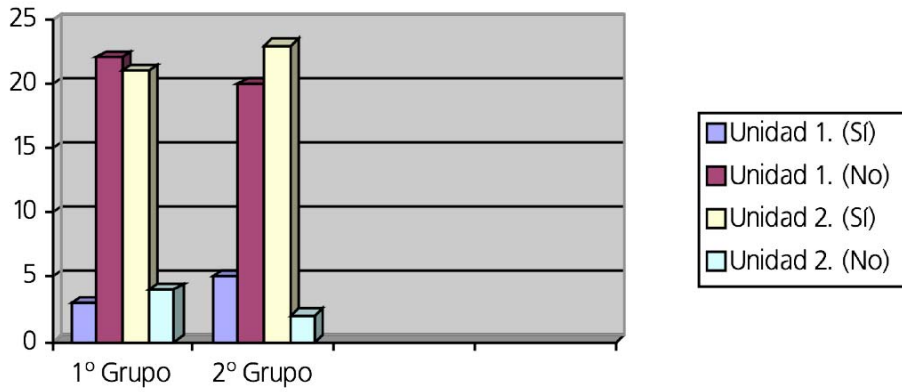


Preguntas C.2

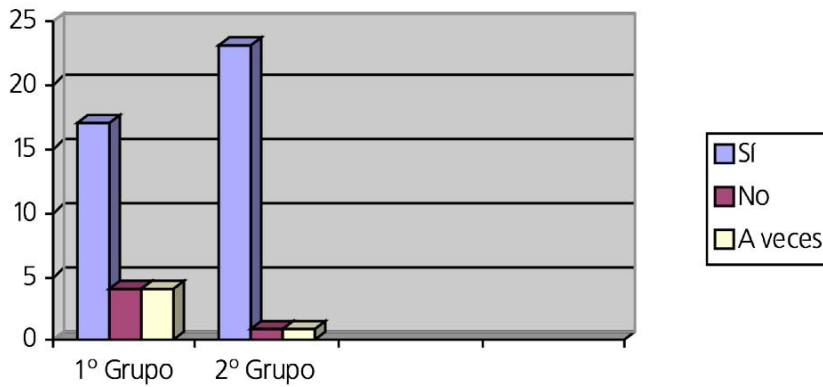


### C) CUESTIONARIO AL FINALIZAR EL CURSO

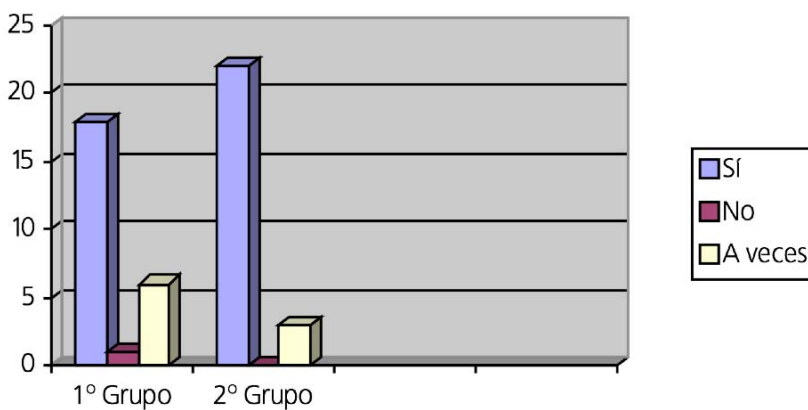
#### Pregunta A.1



#### Pregunta B.1



#### Pregunta B.2



Pregunta C. 1

