

La enseñanza de las lenguas de especialidad. Propuesta de simulación funcional para un curso de español de la empresa

ANA BLANCO CANALES
Departamento de Filología
Universidad de Alcalá

Recibido: 6 de octubre de 2009 / Aceptado 2-1-2010
ISSN: 1697-7467

RESUMEN: La enseñanza de lenguas de especialidad requiere de metodologías que den prioridad la actividad comunicativa de los alumnos en contextos profesionales, pues ello posibilita que se atienda tanto al uso de la lengua como a las peculiaridades del ámbito, las características de la situación, el nivel de especificidad, etc. En este sentido, la simulación funcional se muestra como una de las propuestas metodológicas más satisfactorias y eficaces. A lo largo de estas páginas queremos mostrar un ejemplo de programación de simulación funcional con objeto de que pueda ser utilizada para llevar al aula (con o sin adaptaciones), como guía y orientación en el diseño de otras simulaciones o como información sobre sus características y modo de elaboración.

Palabras claves: metodología, simulación funcional, programa académico, español de la empresa

Teaching languages for specific purposes. A proposal of functional simulation for a Spanish for Business course.

ABSTRACT: Speciality language teaching requires methodological approaches that prioritize communicative activities in professional contexts. This allows for a better exploration of specific aspects of the given context, its situationality, the level of specificity and so on. In this regard functional simulation provides us with a methodological approach that is both satisfying and effective. In this paper we wish to present a program for functional simulation so it can be applied in the classroom (with or without being further adapted), as an orientative guide for recreating other simulations or as a source of data about its features and methods of elaboration.

Key words: methodology, functional simulation, teaching curriculum, Spanish for business

1. LA SIMULACIÓN FUNCIONAL COMO MARCO METODOLÓGICO

La decisión de aprender una lengua extranjera de especialidad está motivada por necesidades de comunicación impuestas por el contexto profesional (no personal), lo que hace que se demanden sistemas de enseñanza-aprendizaje que prioricen la eficacia comunicativa por encima del conocimiento e, incluso, de la corrección lingüísticos. Es por ello que en este, más

que en ningún otro caso, la enseñanza debe estar orientada a la acción, en la medida en que ha de propiciar la realización de tareas¹. Toda tarea supone la puesta en práctica de unas competencias dadas a fin de realizar un conjunto de acciones en un ámbito determinado, con una finalidad concreta y con un resultado. Asimismo, la tarea pretende implicar al alumno en una comunicación real, tiene un sentido -habla, lee, escribe, escucha para algo-, es factible y tiene un resultado identificable. Por otro lado, la tarea proporciona todos los elementos (lingüísticos, contextuales, culturales...) y las razones para llevar a cabo un proceso de comunicación, lo que la convierte en marco idóneo para un aprendizaje significativo, que favorezca la construcción de conocimiento y que incluya las experiencias personales y profesionales de los alumnos como elementos fundamentales del proceso, para, de esta manera, poder relacionar y transferir lo aprendido en el aula a las actividades realizadas fuera de ella y viceversa.

El aprendizaje debe ser dinámico y participativo, dando la oportunidad a los alumnos de descubrir de forma autónoma los contenidos; desarrollando actividades creativas, dependientes de actos comunicativos, que permitan reflexionar sobre el uso de las formas lingüísticas. Por lo tanto, todo el proceso de enseñanza-aprendizaje debe sustentarse sobre actividades de comunicación que reproduzcan situaciones profesionales de la vida real y que hagan posible el intercambio de información no conocida, fomentado con ello una visión de la lengua como actividad en constante creación. Además, han de integrar contenidos comunicativos (lingüísticos, pragmáticos y sociolingüísticos) y profesionales en el desarrollo, también integrado, de destrezas. Debe haber en ellas una presencia implícita y explícita de elementos socioculturales y han de estar abiertas a la individualidad del alumno, permitiendo su libertad de elección con respecto a qué dice, cómo lo dice y con qué instrumento.

Dado el perfil del alumnado (profesionales, expertos en algún campo científico-técnico) la enseñanza de la lengua extranjera ha de favorecer el desarrollo de estrategias de aprendizaje y, por ello, cierta autonomía como aprendices, por lo que se deben crear contextos adecuados que les den oportunidad de reflexionar sobre el propio proceso de aprendizaje, así como de autoevaluar los logros que van siendo alcanzados, identificar las debilidades y fortalezas y planificar la mejora.

Tendiendo en cuenta todas estas premisas, parece sobradamente justificada la elección de la **simulación global**² como marco metodológico para el desarrollo del proceso de aprendizaje. Se trata de una propuesta basada en la imitación, de forma más o menos verosímil, de la realidad profesional en la que están o estarán inmersos los alumnos. Sobre el guión de una historia ficticia, se insertan actividades y tareas que permitirán el aprendizaje de la lengua a través de la participación en numerosos actos comunicativos propios del contexto profesional. Como si de una obra de teatro se tratara, los alumnos adoptan las personalidades que se les asignan y desempeñan su papel a lo largo de las distintas *escenas*, resolviendo problemas, tomando decisiones, elaborando documentos... Todos conocen el guión y, sobre todo, la finalidad del desempeño de sus funciones: hay un objetivo final que, de manera conjunta y en colaboración, deben conseguir.

¹ Marco Común Europeo de Referencia para las lenguas: aprendizaje, enseñanza, evaluación, 2002: 9.

² La simulación es una propuesta metodológica que surge a finales de la década de 1970 para el aprendizaje científico, técnico y profesional en disciplinas muy diversas. Pronto pasa a la enseñanza de lenguas (materna y extranjera), adquiriendo relevancia especial en el caso del aprendizaje de lenguas de especialidad.

En la enseñanza de una lengua extranjera la interacción comunicativa ha de constituir el motor del aprendizaje. Pero para que los alumnos puedan realmente comunicar –y no hacer que comunican– es necesario que se cumpla una serie de condiciones (Zanón y Hernández, 1990). Por una parte, deben disponer de los contenidos (lingüísticos, pragmáticos y sociolingüísticos) adecuados para poder participar en esa situación y satisfacer de forma exitosa una necesidad comunicativa. Por otra parte, tienen que tener una razón o finalidad para implicarse en esta actividad. Asimismo, debe existir una situación tal en la que otro interlocutor proporcione información que no conocen a priori. Y finalmente, el acto de comunicación ha de darse sobre un proceso de interacción que sirva como marco de referencia para evaluar el resultado y tomar decisiones al respecto (continuar la comunicación, finalizarla, matizarla, solicitar aclaraciones, etc.). La simulación funcional permite que el aprendizaje se realice a través del ejercicio de procesos de comunicación verdaderos en los cuales los alumnos disponen de los contenidos necesarios, la razón, la situación y la intención comunicativa. La didáctica de la simulación adquiere relevancia extraordinaria en la enseñanza de lenguas para fines específicos,

pues se ponen en práctica las situaciones de comunicación especializada en las que se va a encontrar inmerso el futuro profesional. El alumno se enfrenta directamente a los actos de comunicación verbal, participando activamente y resolviendo los problemas que le plantea la realidad cotidiana de su propio campo específico (Gómez de Enterría, 1996: 485).

Las bases metodológicas de la simulación global vienen a coincidir con los planteamientos fundamentales del *Marco de Referencia Europeo* (2002). Así, por una parte, contempla explícitamente los diferentes componentes y dimensiones que, según el documento europeo, intervienen en todo proceso de enseñanza/aprendizaje de una lengua extranjera (estrategias, tareas, textos, competencias generales y comunicativa, actividades de lengua, etc.). Por otra parte, es fiel a su concepción sobre lo que supone el uso de una lengua desde un punto de vista cognitivo, comunicativo, sociocultural y profesional, y a las competencias que debe desarrollar el alumno. Cabe decir también que, desde el punto de vista de su didáctica, coincide con las recomendaciones del *Marco* en tanto se articula en torno a tareas, fomenta un aprendizaje dinámico, reflexivo y autónomo y favorece el desarrollo de estrategias de aprendizaje.

Pero además, la simulación funcional se halla en clara consonancia con las principales bases psicopedagógicas que subyacen a las teorías educativas actuales, en tanto se apoya en enfoques cognitivo-constructivistas del aprendizaje (vid. Ausubel *et al*, 1983; Coll, 1993; Williams y Burden, 1997), lo que se pone de manifiesto en aspectos relativos a la concepción y naturaleza del proceso de aprendizaje, al papel del alumno y su implicación o a la labor del profesor. En la simulación funcional, el aprendizaje tiene lugar cuando se conecta la experiencia personal con los conocimientos previos, lo que se produce a través de la interacción con los contenidos, con los materiales, con el profesor, con los compañeros. En este sentido, podemos afirmar que el conocimiento es construido activamente, no recibido; en su construcción participan tanto contenidos como situaciones vitales, valores, actitudes, habilidades, destrezas (Van Lier, 1996). Este conocimiento, por tanto, está relacionado con las diferentes dimensiones cognitivas del ser humano: el saber, el saber ser, el saber hacer y el saber

aprender. Al mismo tiempo, las propuestas de simulación son ejemplos evidentes de enseñanza centrada en el alumno, ya que los estudiantes son los verdaderos protagonistas, no solo porque el diseño, los contenidos, etc. respondan a sus necesidades, sino, sobre todo, porque asumen la responsabilidad del aprendizaje y se convierten en *gestores* del proceso, junto con el profesor. Desempeñan un papel activo y crítico, con capacidad para abrirse al análisis y a la autonomía intelectual. Por su parte, el profesor se ve en la necesidad de negociar constantemente con ellos el desarrollo y el funcionamiento, de dialogar, evaluar y buscar caminos alternativos, más eficaces. Su papel fundamental es el de guía y el de facilitador pero, sobre todo, es el responsable de diseñar entornos de aprendizaje que permitan a los estudiantes el logro de los objetivos (Nunan, 1988: 1997).

En resumen, la didáctica de la simulación se encuentra dentro de un marco general de formación y educación en el que se promueve un aprendizaje activo, crítico y ético; se incentiva la participación y el aprendizaje colaborativo; se favorece la creatividad, la iniciativa y la responsabilidad; se fomenta el intercambio y desarrolla el sentido de cooperación; se desarrollan habilidades de análisis, síntesis y evaluación.

2. NUESTRA PROPUESTA

Toda simulación global se organiza en torno a un tema que establece el profesor, a partir del cual se fija el *objetivo final*, y se desarrolla con una sucesión de hechos ordenados en dos ejes: el *eje transversal* (el de los elementos ficticios) y el *eje horizontal* (el de la cronología) (Gómez de Enterría, 1996: 486). La simulación comienza con la especificación del primer eje: a cada alumno se le asigna una identidad; seguidamente, se establecen las características del lugar, del modo de trabajo, del tema, etc. A partir de este momento todos los alumnos trabajarán para lograr el objetivo final; para ello será necesaria la realización de una serie de actividades ordenadas cronológicamente en el eje horizontal (Blanco, 2001: 121).

La propuesta de simulación que presentamos a continuación está destinada a un grupo de entre 15 y 20 alumnos, profesionalmente heterogéneos, no muy especializados, pero con experiencia laboral. Es de carácter bastante general, pues pretende ser de utilidad para numerosas situaciones de enseñanza de español de los negocios (es decir, no se ha centrado en un ámbito concreto del mundo de la empresa). Corresponde a un nivel B1 y está ideada para realizarse en cursos de 100-120 horas aproximadamente.

El tema marco es la organización y funcionamiento de una empresa de las consideradas PYME (más concretamente, se trata de una empresa de muebles de cocina, conocida en el sector por su apuesta por el diseño, la modernidad, la funcionalidad y la alta calidad). La tarea final consiste en lanzar una nueva línea de productos al mercado (una línea de muebles más económica, con la que llegar a más sectores, aunque sin renunciar por completo a las características que definen a la empresa, y que constituyen su aval). Los alumnos deberán trabajar de forma conjunta, organizada y colaborativa para lograr ese objetivo. A lo largo del camino se abordarán las distintas dimensiones del trabajo en una empresa (producción, venta, logística, finanzas, publicidad, recursos humanos...) y las numerosas tareas que en ella se pueden realizar.

La simulación se ha estructurado en seis unidades didácticas de unas 15-18 horas de duración (en este artículo mostraremos tres de ellas). Cada una tiene, a su vez, un tema y una

tarea final y se articula en una serie de actividades comunicativas cuya correcta ejecución permitirá al estudiante realizar la tarea final. Las seis unidades son las siguientes:

- U1: Relaciones de negocios.
Tarea final: Organizar una reunión de negocios con los distribuidores de la empresa para presentar el nuevo proyecto.
- U2: Relaciones comerciales. Comunicación comercial.
Tarea final: Elaborar una carta de presentación del nuevo producto.
- U3: Desarrollo empresarial
Tarea final: Elaborar el proyecto empresarial
- U4: El mundo laboral
Tarea final: Contratación de empleados
- U5: Márketing y publicidad.
Tarea final: Diseñar la campaña de publicidad y las estrategias de marketing para el nuevo producto
- U6: Relaciones con la banca
Tarea final: Solicitar un crédito con motivo del nuevo proyecto de la empresa

El aula se transformará en el lugar de trabajo de unos profesionales que se enfrentan constantemente a situaciones reales de comunicación específica. El alumno se ve obligado a resolver los problemas que le plantea la realidad cotidiana de su ámbito profesional, a tomar decisiones, a llegar a acuerdos, etc. Deberán trabajar de forma conjunta y cooperativa, lo que hace necesario organizar la clase en grupos. En nuestro caso, hemos previsto cinco grupos, cada uno de los cuales corresponderá a un departamento de la empresa:

- Producción
- Ventas y Atención al cliente
- Recursos humanos
- Contabilidad y Finanzas
- Marketing y Publicidad

En cada unidad se trata un tema distinto; se ha intentado que, en la medida de lo posible, cada grupo aborde el tema y las actividades desde la perspectiva propia de su departamento, si bien, en ocasiones, es necesario hacer algunas concesiones a la realidad profesional a favor de la realidad educativa. Todos los alumnos deben, finalmente, alcanzar las mismas competencias y habilidades, todos han de lograr los mismos objetivos –lingüísticos y profesionales-, lo que obliga a que, a veces, hayan de realizarse actividades que no serían propias de un determinado departamento para evitar vacíos y carencias formativas. Resulta aconsejable explicar esta circunstancia a los alumnos que, a menudo, se meten tanto en su papel que acaban olvidando que se trata de una ficción.

2.1. Organización del aula y del trabajo

El primer día del curso debe explicarse a los estudiantes cuál va a ser la forma de trabajo y, especialmente, la dinámica de la simulación. Después, se explica el *guión teatral* que entre todos van a representar, proporcionando la mayor cantidad posible de información sobre la empresa. Ese es también el momento para comentar de forma exhaustiva la tarea final y los pasos fundamentales que van a darse para llegar a ella.

Al mismo tiempo que se organiza la actividad de la realidad empresarial, es conveniente organizar la de la realidad del aula³. Para facilitar el funcionamiento de los grupos y asegurarnos un buen rendimiento, es aconsejable que cada miembro asuma un puesto y una función. Esto, además, facilitará el desarrollo de la simulación, ya que exige mucha organización, un alto grado de compromiso y un trabajo estructurado. Esta puede ser una propuesta válida:

- Director: se encargará de hablar en nombre de su grupo en las puestas en común. No tiene que ser el único del grupo que hable, pero sí el que empiece y el que intervenga cuando el resto permanezca callado.
- Administrador: será el encargado de guardar y custodiar todo el material y el trabajo en común que vayan realizando. Sería deseable que dispusieran de una carpeta donde archivar la documentación que se generará.
- Secretario: será el responsable de tomar notas de las instrucciones del profesor, de pasar a limpio determinados documentos, de anotar cuestiones importantes durante las puestas en común, etc.

Los cargos serán itinerantes, es decir, pasarán de un miembro a otro periódicamente (por ejemplo, cada semana o cada dos semanas). De esta manera, se repartirá equitativamente el trabajo de clase.

Tanto la secuenciación de las actividades comunicativas de cada unidad como la documentación e información que se precise ha de entregarse a cada grupo con cierta anticipación para que puedan hacerse una idea del proceso de trabajo y poder actuar con algo más de autonomía. Una idea puede ser comenzar cada unidad con una reunión de trabajo en la que el profesor, en su calidad de Director, explica el objetivo, asigna las tareas, establece los plazos, indica los modos de comunicación y cooperación entre los departamentos, fija los formatos de presentación de los resultados, etc. Asimismo, reparte el material con el que se va a trabajar (textos, folletos, catálogos, impresos, documentación informativa, enlaces web...).

A la finalización de cada unidad, ha de organizarse de nuevo una reunión en la que cada departamento presente su trabajo, se llegue a los acuerdos necesarios y se vayan cerrando etapas en ese camino que conduce a la puesta en el mercado del nuevo producto. La reunión final será también un buen momento para realizar una evaluación multidimensional en que se valore los objetivos logrados, las competencias adquiridas, los contenidos trabajados, el grado de satisfacción, la implicación en el proceso, etc.

2.2. La programación de contenidos

Conviene conocer bien las características lingüísticas y pragmáticas de las lenguas de especialidad a la hora de idear un curso para fines específicos. Los contenidos deben ser seleccionados cuidadosamente, siempre teniendo muy presente el perfil del alumnado, sus necesidades y los objetivos que se pretenden lograr. Así, en relación con el léxico, habrá de

³ Uno de los aspectos más interesantes –y complejos– de la metodología de la simulación es el hecho de que, durante el proceso de enseñanza-aprendizaje, se generan en el aula dos realidades o mundo paralelos que deben convivir sin conflicto, lo que obliga a cada alumno a llevar una “doble existencia”: la realidad virtual de la empresa y la realidad educativa. El alumno es, al mismo tiempo, miembro de una empresa en la que tiene un cargo y unas funciones y alumno de español de los negocios como lengua extranjera.

trabajarse sobre todo aspectos formales (sufijos y prefijos, procesos de creación neológica) y tipos de agrupación conceptual, orientado todo ello a facilitar la asimilación de los significantes, y no tanto del significado, que no supone dificultad, al menos, en los discursos especializados y de semidivulgación. En sintaxis, no podemos relegar a las últimas posiciones contenidos como la voz pasiva, las numerosas formas de impersonalidad, todos los tipos de subordinación con sus respectivos conectores, los articuladores lógicos del discurso, por citar solo algunos. Debemos atender a la variedad discursiva propia de cualquier lengua de especialidad y contemplar situaciones de comunicación que permitan desarrollar, tanto de forma oral como por escrito, las habilidades discursivas en sus diferentes grados de especialización (discurso científico, semidivulgativo, divulgativo y administrativo-oficial).

Para la programación de los contenidos hemos establecido tres subdivisiones: funcionales, lingüísticas y profesionales. En un primer momento, hemos elaborado listas independientes para cada caso con todos aquellos contenidos que, según la bibliografía, el conocimiento de la realidad profesional y nuestra experiencia en las aulas, pueden considerarse imprescindibles. Lógicamente, hemos tenido también muy presentes las directrices del *Plan Curricular del Instituto Cervantes* (2006) y del *Marco Común Europeo de Referencia* (2002). El segundo paso ha consistido en combinar y distribuir de manera coherente todos ellos a partir de los marcos temáticos generales (las seis unidades didácticas) y las múltiples situaciones de comunicación previstas para cada uno. Esta ha resultado una labor muy compleja, pues hay contenidos que difícilmente encajan en ninguna situación; otros que resultan necesarios en muchas de ellas; algunos que requieren ser tratados al principio, aunque la situación con la que se relacionan directamente se sitúa hacia el final. Todo ello se torna más complejo aún si tenemos en cuenta que, además, todo ese material debe ser el que sustente una ficción que imita de la forma más real posible el funcionamiento de una empresa.

2.3. Las actividades de comunicación y de aprendizaje

Una de las bases fundamentales del enfoque por tareas es la diferenciación entre las tareas de comunicación y las actividades de aprendizaje, diferenciación que no siempre se ha entendido bien y que ha conducido a propuestas inviables carentes de aprendizaje efectivo. La simulación funcional se desarrolla gracias a la realización de actividades de comunicación, pero éstas solo son posibles si, previamente, se proporciona el conocimiento y las herramientas lingüísticas necesarias. Y esto se lleva a cabo gracias a las actividades de aprendizaje.

Según S. Estaire (1990: 32), lo que caracteriza las tareas de comunicación es, por un lado, que suponen una actividad de comprensión y/o producción, y, por otro, que obliga a centrar la atención en el significado –en lo que se dice– y no en la forma –cómo se dice–. Además, poseen una estructura determinada (tienen un principio, un fin y un procedimiento; un objetivo, relacionado muy directamente con el resultado concreto que se alcanza; un contenido); su desarrollo y consecución pueden ser evaluados y mantienen similitudes notables con acciones que se realizan en la vida real. Frente a ellas, las actividades de aprendizaje son instrumentos que hacen posible el desarrollo de las tareas de comunicación, pues son las que proporcionan los elementos que, después y de manera integrada, se van a necesitar. De estas actividades nos servimos para la presentación y práctica controlada de los nuevos contenidos, sean del tipo que sean; para la sistematización o para la comprobación de lo que se está aprendiendo.

En nuestra propuesta de programación solo presentamos las actividades de comunicación, pues son las que configuran en sentido estricto la simulación.

2.4. La evaluación

Dentro de nuestra propuesta, la evaluación adquiere una relevancia especial, pues no se va a limitar solo a constatar el dominio de unos contenidos lingüísticos, sino que va a ser, sobre todo, una herramienta fundamental para la mejora del proceso. Concebimos la evaluación como un instrumento multidimensional que valora y mide las habilidades y destrezas desarrolladas; genera reflexión y toma de decisiones conjunta en relación al proceso; incentiva el interés y la motivación; capacita para un aprendizaje autónomo. Por otra parte, es una evaluación en la que participa tanto el profesor como los alumnos, asumiendo ambos el doble papel de evaluador y evaluado. Para ello, será necesario contar con sistemas que permitan a ambos medir el grado de mejora de la competencia comunicativa; la eficacia de la metodología adoptada; la implicación, participación y motivación de los alumnos; el trabajo del profesor en sus diferentes facetas (transmisor de conocimientos, facilitador del aprendizaje, director de las sesiones...); la calidad de las actividades y de los materiales.

El profesor debe elaborar fichas diarias de control de sesiones en las que vaya anotando todas las valoraciones pertinentes sobre cada uno de sus alumnos. Dado el papel de observador que ejerce en buena parte de las actividades de la simulación, esta tarea le resultará relativamente fácil. Por su parte, los alumnos han de contar también con diarios de aprendizaje, en los que, de manera dirigida, reflexionen sobre qué y cómo aprenden y la relación de esto con los objetivos, su rendimiento, su trabajo en el grupo y el de sus compañeros, etc. (además de las cuestiones antes mencionadas). Por último, contemplamos también una evaluación conjunta y abierta que forma parte de la misma simulación y que cumple dentro de ella una función primordial: validar o rechazar propuestas, tomar decisiones y avanzar. Se trata de las llamadas *reuniones de trabajo* en las que se presentan los trabajos de grupo y se evalúan en común.

2.5. Resultados de la aplicación de la propuesta al aula

Esta propuesta de simulación funcional se ha ido fraguando durante más de diez años en las aulas de los cursos de español como lengua extranjera de la Universidad de Alcalá (se llevó al aula por primera vez en 1997 y desde entonces, no ha dejado de utilizarse en todos los cursos de español de los negocios). Su diseño definitivo es resultado, por tanto, de la experiencia de muchos profesores que la han ido implementando en sus clases y de las sugerencias de los alumnos. Su flexibilidad ha permitido que se pueda adaptar a diferentes situaciones (cursos mensuales, trimestrales), niveles (B1, B2, C1) y necesidades (carácter generalista, carácter altamente especializado...).

En todos los casos los resultados han sido muy satisfactorios. En sus evaluaciones, los profesores destacan la naturalidad de los contextos de aprendizaje, la constante interacción de los alumnos, la solidez y durabilidad de los contenidos que se adquieren; todo ello conduce a una notable mejoría de la competencia comunicativa, patente desde las primeras semanas. Asimismo, hacen notar siempre el entusiasmo, la implicación y la motivación de los estudiantes, dispuestos a trabajar duramente por el bien de su grupo y *de su empresa*. Los alumnos se meten profundamente en sus papeles, lo que les genera ciertas necesidades profesionales

y comunicativas que no tendrían de otra manera. En las ocasiones de puesta en común (las hay en la mayoría de las sesiones), todos quieren exponer sus ideas o los trabajos realizados, convencer a los demás, tomar decisiones, obtener información... Frente a lo que es habitual, el profesor ha de poner en juego todas sus habilidades para conseguir distribuir los tiempos de intervención, ya que todos quieren hablar el máximo tiempo posible. Aunque son muchos los comentarios recibidos por los profesores, no podemos dejar de señalar algo que siempre les sorprende en estos cursos: el nivel de exigencia de los alumnos es mucho mayor del marcado por los profesores. Sus trabajos, exposiciones, tareas, propuestas, etc. presentan una gran calidad y van mucho más allá de lo que se les ha pedido.

Con respecto a la valoración que hacen los estudiantes, coinciden al señalar la pertinencia de los contenidos y actividades, la adecuación a sus contextos y necesidades profesionales, el uso constante que hacen del español o el interés de las actividades. Normalmente, les parece una forma muy novedosa de trabajar y, a pesar del enorme esfuerzo que les supone (hay mucho trabajo que deben hacer fuera del aula), siempre indican que han aprendido mucho y que lo han hecho con ganas e interés. Como es de esperar, valoran muy positivamente el componente lúdico de la propuesta.

A pesar de que no forma parte del curso, normalmente los estudiantes realizan al final una serie de pruebas encaminadas a medir conocimientos lingüísticos y destrezas comunicativas. Esto nos ha permitido valorar la eficacia de la metodología en relación con los cursos generales, en los que no se utilizan este tipo de propuestas. Las pruebas de evaluación corresponden con los niveles de referencia definidos por el Instituto Cervantes y son las que se utilizan en el centro tanto para medir el nivel de lengua como para acreditarlo. Sin lugar a dudas, los datos aconsejan seguir por este camino, pues en la mayoría de los casos, los alumnos superan sobradamente los niveles que han cursado, obteniendo mejores resultados que los compañeros de español general. Por último, cabe señalar que en los numerosos casos que estos alumnos se han presentado a los exámenes oficiales de la Cámara de Comercio, los han superado, normalmente, con éxito.

3. UNIDADES DIDÁCTICAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1

⇒ **Ámbito temático**

Relaciones de negocios

⇒ **Tarea final**

Organizar una reunión de negocios con los distribuidores de la empresa para presentar el nuevo proyecto

⇒ **Contenidos**

Funcionales

- Dar y solicitar información de forma cortés
- Transmitir lo dicho por otros

- Expresar juicios y valoraciones
- Expresar obligación (personal e impersonal) y ausencia de obligación
- Situar temporalmente
- Dar instrucciones y ordenar
- Comparar

Lingüísticos

- Elementos lingüísticos para la expresión de la cortesía. El imperfecto y el condicional de cortesía
- Estilo indirecto en presente
- La expresión de la opinión y de la valoración
Creo que, En mi opinión, Yo opino que...
Lo mejor/peor es...
- Formas para la expresión de la obligación o la falta de ella
(No) tener que...
(No) hace falta + inf
(No) es necesario + inf
(No) hay que + inf.
- La fecha, el día, la hora. Adverbios y locuciones adverbiales de tiempo (*por la mañana, por la tarde, a medianoche*)
- El imperativo
- *Estructuras comparativas: más/menos... que; tanto... como; el, lo, las, los más / menos +adjetivo, etc.*
- Superlativo -ísimo; el más + adj (+ de)
- Formación y desarrollo de las siglas y los acrónimos más importantes
- Ortografía: relación entre las letras del alfabeto y sus sonidos

Profesionales

- La comunicación telefónica
- La agenda profesional
- El informe
- El plan de trabajo

⇒ Tareas comunicativas

Situación

La empresa ha decidido ampliar su mercado desarrollando una línea de productos más económica. Sin embargo, quiere seguir manteniendo su imagen de calidad y diseño. El primer paso que quiere dar es el de reunir en su sede central a todos los distribuidores habituales de sus productos con objeto de presentar el nuevo producto. Deben conseguir que todo salga perfecto y que todos se lleven una buena impresión, pues el éxito futuro dependerá, en gran medida, de que logren convencer a todos de las ventajas de incorporar la nueva línea de muebles a sus catálogos. Los cinco departamentos van a trabajar en ello, contribuyendo cada uno con el desarrollo de unas actividades determinadas.

Materiales y recursos

- Información clara y detallada sobre hoteles, restaurantes, medios de transporte, actividades de ocio y cultura, etc. Todo este material puede encontrarse en:
 - *Guía oficial de hoteles de España. 2009*, Subdirección General de Medios de Promoción. Ministerio de Industria, Turismo y comercio.
 - *Guía Repsol*, <http://www.guiarepsol.com/>
 - *Guía del Ocio*, <http://www.guiadelocio.com/>
 - RENFE, <http://www.renfe.es/>
 - IBERIA, <http://www.iberia.es/>
 - *Sistema de Información de Transporte de la Comunidad de Madrid* (sirva Madrid como ejemplo), <http://www.ctm-madrid.es/>
 - Actividades culturales en Madrid, <http://www.esmadrid.com/es/portal>
- Modelos de informe, de plan de trabajo y de programa formativo.

Secuencias de trabajo

1. Gestión del viaje: transporte y hoteles à Departamento de Contabilidad
A partir de la información proporcionada por el profesor (lista con los nombres de los distribuidores y su procedencia; información sobre medios de transporte y hoteles de la ciudad; páginas web de consulta) el departamento debe tomar las decisiones oportunas con respecto al alojamiento y al transporte. El presupuesto con el que se cuenta para este evento es de 30.000 •.
2. Elaboración de un informe y de una presentación multimedia donde se explique el proyecto que se pretende desarrollar à Departamentos de Ventas y Márketing
3. Plan de reuniones à Departamento de Producción
Deben ocuparse de organizar el plan de trabajo y de actividades para el tiempo que dure esta visita (2 o 3 días). Deben tomar todas las decisiones oportunas y especificar al máximo.
4. Elaboración del plan de formación para comerciales (calendario, contenidos, estrategias...) à Departamento de Recursos Humanos
Puesto que será necesario formar a los comerciales sobre el nuevo producto, este departamento debe idear un plan de formación, especificando hasta donde les sea posible.

UNIDAD DIDÁCTICA 3**⇒ Ámbito temático**

Desarrollo empresarial

⇒ Tarea final

Elaborar el proyecto empresarial

⇒ Contenidos**Funcionales**

- Describir hechos y situaciones en el presente
- Describir productos; hablar de sus cualidades, características, usos, etc.

- Hablar de la finalidad y utilidad de objetos, cosas y acciones
- Hablar sobre los materiales de los que están hechos
- Hablar de acontecimientos futuros
- Expresar planes e intenciones
- Hablar de reglas y principios
- Hablar de hechos probables que suceden en el presente
- Expresar conjeturas y distintos grados de certeza
- Expresar deseos

Lingüísticos

- Verbos *ser* y *estar* + adj. Contraste
- ser de; estar hecho de; estar + participio
- Se llama, Se denomina, Recibe el nombre, Consiste en, Sirve para...
- Oraciones finales (infinitivo y subjuntivo)
- Futuro y condicional: morfología
- Futuro de indicativo / perífrasis *ir a* + infinitivo
- Futuro y condicional para expresar conjeturas. Correlaciones temporales
- *tal vez, quizás, es posible / probable, seguramente, a lo mejor...* + indicativo / subjuntivo.
- *ojalá, quien, que, así...* + subjuntivo
- Préstamos más importantes. Modos de integración
- Vocabulario relacionado con los procesos de producción, las funciones empresariales, los productos y servicios
- Acentuación. Reglas básicas

Profesionales

- El proyecto empresarial: apartados y subapartados, datos necesarios, estructura

⇒ Tareas comunicativas

Situación

El desarrollo de una nueva línea de negocio requiere de un estudio exhaustivo de todos los elementos que entrarán en juego. Por ello, es conveniente realizar un proyecto empresarial en el que se analice la situación actual de la empresa, sus recursos, el mercado, las necesidades a las que harán frente... y, lógicamente, en el que se describa el producto que se quiere poner en el mercado, las estrategias que se seguirán, las fases, etc.

Este será el trabajo que deberán desarrollar los alumnos durante esta unidad.

Materiales y recursos

Puede encontrar modelos de proyectos o planes de empresas en las páginas web de numerosas instituciones. Sirvan como ejemplo:

- http://www.madrimasd.org/empleo/servicioestrategiaprofesional/ManualOrientacionProfesional/tema4_7.asp

- <http://www.oadl.dip-caceres.org/GuiaLUCES/es/Contenidos/Capitulo09.htm>
- <http://www.infomipyme.com/>

Secuencias de trabajo

1. El profesor explica la situación y pide ideas sobre la información que debe contener un proyecto empresarial. A partir de ahí, presenta un modelo que se reajustará con la información y las ideas obtenidas en la primera parte.
2. Cada departamento trabaja en el desarrollo de una parte de ese proyecto. Se podría seguir el siguiente planteamiento:
 1. LA EMPRESA (Departamento de Producción)
 - Actividad de la empresa. Sector al que pertenece· Motivos que llevan a plantearnos esta iniciativa empresarial· Promotores (quiénes son, cuál es su formación y experiencia)· Infraestructura con la que contará (instalaciones, maquinaria, red de transportes)· Esquema del proceso de producción (actividades que han de desarrollarse hasta poner el producto al alcance del consumidor).
 2. EL PRODUCTO (Departamento de Ventas)
 - Descripción detallada del producto o servicio: características y atributos· Necesidades que satisface· Características técnicas.
 3. PLAN DE MÁRKETING (Departamento de Márketing)
 - Estrategia del producto o servicio. - Atributos funcionales. - Nivel de calidad. - Servicios complementarios: garantía, transporte, instalación, servicio postventa, mantenimiento· Estrategia de precios. - Valor aproximado de nuestro producto o servicio. - Política de descuentos· Estrategia de distribución. - Intermediarios. - Relaciones comerciales con los intermediarios: pedidos, condiciones de entrega, formas de pago, descuentos, condiciones de almacenamiento de productos· Estrategia de comunicación. - Objetivos de la campaña de comunicación. - Medios que se van a utilizar.
 4. RECURSOS HUMANOS (Departamento de Recursos Humanos)
 - Organigrama actual de la empresa. Recursos humanos con los que cuenta· Puestos de trabajo necesarios: funciones y actividades· Personal que será necesario contratar. · Definición del puesto. · Requisitos· Política salarial· Servicios subcontratados.
 5. ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO (Departamento de Contabilidad y Finanzas)
 - Fondos necesarios para la puesta en marcha y desarrollo inicial. · Fondos propios. · Necesidades financieras. · Posibles fuentes de financiación (préstamos bancarios, leasing, créditos acreedores)· Previsión de ventas. Volumen de ventas necesario para poder cubrir los costes de la actividad· Previsión de gastos· Rentabilidad estimada de la empresa.

3. Aunque cada departamento trabaje en un asunto, la comunicación entre ellos debe ser fluida y estar prevista. Se organizarán, al menos, dos sesiones de intercambio de información para que cada grupo comente con los demás su trabajo. Para que las sesiones sean más dinámicas y no puros monólogos, se puede organizar la primera de ellas a modo de entrevista. De esta manera, se comienza por un departamento determinado y durante el tiempo fijado (15 minutos, por ejemplo), se les plantea las preguntas o dudas oportunas. Esto servirá no solo para centrar la conversación en los temas de interés, sino también para que cada departamento tenga constancia de los aspectos en los que no ha reflexionado y que se deben trabajar. No obstante, en cualquier momento a lo largo del trabajo, un grupo puede reunirse con otro para resolver dudas (puede resultar también conveniente tener previstas estas pequeñas reuniones). En la segunda sesión, cada departamento presenta su trabajo.

UNIDAD DIDÁCTICA 4

⇒ **Ámbito temático**

El mundo laboral

⇒ **Tarea final**

Contratación de empleados

⇒ **Contenidos**

Funcionales

- Describir a alguien y algo cuya existencia (des)conocemos
- Negar / afirmar la existencia de algo con unas características determinadas
- Exponer hechos
- Describir y preguntar por la trayectoria profesional
- Hablar y preguntar por las cualidades y logros de una persona
- Relacionar temporalmente hechos y circunstancias
- Formular hipótesis y condiciones
- Seleccionar la información relevante. Resumir y extraer conclusiones
- Enfatizar información mediante la ordenación de palabras
- Desambiguar información
- Tomar el turno de palabra
- Expresar gustos y preferencias.

Lingüísticos

- Oraciones de relativo. Indicativo / subjuntivo.
- Pronombres relativos.
- Tiempos pasados. Contraste entre los cuatro tiempos.
- Pluscuamperfecto: morfología y usos
- Pronombres interrogativos.
- Oraciones subordinadas adverbiales temporales (ind. y subj.) introducidas por las conjunciones y las locuciones conjuntivas más frecuentes.

- Oraciones condicionales (*si, en caso de que, siempre que, a condición de que...*)
- Pronombres personales. Aparición / no aparición del sujeto. Reduplicación de complementos.
- Verbos que cambian de significado según lleven o no pronombre.
- *Verbos gustar, encantar, fascinar* + pronombres OI
- Verbos preferir, odiar
- Infinitivo, gerundio y participio: construcciones absolutas y relativas
- Conectores textuales: locuciones prepositivas y adverbiales: *en el supuesto de, de conformidad con, a efectos de, a tenor de lo dispuesto, en virtud de, de acuerdo con*
- Creación neológica: sufijos y prefijos más importantes. Reglas
- Vocabulario del ámbito laboral
- Signos de puntuación

Profesionales

- Documentos oficiales y laborales de interés general
- La entrevista de trabajo
- Solicitar un trabajo: el currículum vitae, la carta de presentación, el historial profesional
- Solicitar trabajadores: anuncios en la prensa, en Internet

⇒ Tareas comunicativas

Situación

El desarrollo de este nuevo producto (en realidad, de una nueva línea de negocio) va a ocasionar el aumento del volumen de trabajo, por lo que será necesario que se contrate personal. El Director de la empresa explica la situación y pide a los distintos departamentos que lo ayuden en esa tarea. Para ello, será necesario que cada uno analice y reflexione sobre sus necesidades de contratación, el perfil de los nuevos trabajadores, las condiciones de contratación, etc. Asimismo, y para que la contratación sea la más idónea posible, pedirá a cada departamento que cada uno entreviste y seleccione a los candidatos. Contarán con la ayuda del Dep. de Recursos Humanos, que les impartirá un curso de formación sobre estas cuestiones.

Materiales y recursos

- Anuncios de prensa con ofertas de empleo.
- Modelos de cartas de presentación, currículum vitae, certificados, declaraciones juradas, instancias, contratos y nóminas.
- Normativa sobre contratos.
- Estatuto de los trabajadores.
- Tablas para el cálculo de retenciones y cuotas a la Seguridad Social.
- Información sobre técnicas para la selección de personal y sobre tácticas para las entrevistas de trabajo.

Todo este material puede encontrarse en:

- www.infojobs.net/; www.trabajar.com/; www.infoempleo.com/
- <http://www.cv-resume.org/curriculumvitae/>
- www.oficinaempleo.com/Manualcv7.htm
- <http://www.inem.es/inem/ciudadano/empleo/contratos/index.html>
- www.mtas.es/es/publica/estatuto06/estatuto.htm
- www.entrevistadetrabajo.org
- www.gipe.ua.es/formacion/entrevista.htm
- <http://enclavepublica.blogspot.com/2006/09/gua-para-realizar-entrevistas-de.html>
- DOPP Consultores (1990). *Cómo seleccionar persona*. Madrid: IMPI.
- H. Morgar y J. W. Cogeer (1977). *Manual del Entrevistador*. Madrid: TEA.

Secuencias de trabajo

1. Necesitamos personal

Los alumnos dispondrán, como modelos, de distintos anuncios de trabajo en los que se solicita personal. Además, se les proporcionará información muy sencilla sobre tipos de contratos, normativa de contratación, derechos y obligaciones de los trabajadores, ayudas a la contratación, etc.

- Cada departamento acordará el número de personas que va a necesitar con motivo del lanzamiento del nuevo producto así como el perfil de cada una de ellas.
- Elaborarán anuncios de prensa solicitando el personal necesario.
- Reunión final: cada departamento expone sus necesidades de personal, presenta las fichas con los perfiles y los anuncios de prensa. Los demás grupos deben opinar sobre la conveniencia o no de las distintas propuestas de personal. Para animar más la reunión, se puede dar algunas instrucciones a algunos departamentos, como por ejemplo, al departamento de Contabilidad: la contratación de personal no puede suponer de ninguna manera un gasto mayor de 14.000 euros mensuales, cantidad en la que se incluye el total de la nómina y el pago de Seguridad Social. Esto obligará a que tengan llegar a un acuerdo sobre las prioridades de contratación.

2. ¿Cambiamos de trabajo?

La promoción del nuevo producto va a ocasionar un exceso de trabajo. Tal vez sea este el momento oportuno para cambiar de trabajo. Los alumnos trabajarán nuevamente con los anuncios que el profesor les proporcionó al comienzo de esta unidad. De manera individual, han de seleccionar uno de ellos -el que más les interese- y contestar. Para ello, tendrán que elaborar una carta o una instancia, el CV y cualquier tipo de documento que se requiera (declaraciones, certificados, etc.).

3. Curso de formación: La entrevista de trabajo

Con objeto de que cada departamento pueda llevar a cabo las entrevistas de trabajo necesarias para contratar el personal solicitado, el Director ha decidido que Recursos Humanos forme al personal de la empresa en tareas de selección de personal. Para ello han decidido organizar un juego-concurso llamado «¿Quién es el mejor candidato?» «¿Y el mejor entrevistador?» gracias al cual aprenderán todo lo necesario al respecto.

La forma de proceder será la siguiente:

- El profesor debe preparar documentación sencilla sobre las entrevistas de trabajo y la selección de personal, tanto desde el punto de vista del candidato como del entrevistador. Unos días antes de comenzar a trabajar sobre este asunto, proporcionará esta información al Dep. de Recursos Humanos con objeto de que ellos, a su vez, elaboren una pequeña presentación que resuma los aspectos fundamentales, y que presentarán al resto de sus compañeros el día que comience la actividad. Este departamento actuará, a partir de ese momento, como asesores y ayudarán al resto en lo que necesiten, aconsejándoles, resolviendo dudas, etc.
- El juego consiste en lo siguiente: un miembro de cada departamento será entrevistado por otro departamento, de manera que si hubiera cuatro departamentos, por ejemplo, habrá cuatro entrevistas, no pudiendo haber en ningún caso reciprocidad, esto es, el departamento A entrevista al candidato del departamento B, el B, al candidato del C, y así sucesivamente. Estas entrevistas serán públicas. Al final, el Dep. de Recursos Humanos elegirá -con objetividad- al candidato y al entrevistador que realicen la prueba con más éxito. Expondrá las razones de ello, comentado los aciertos y los errores que ha detectado en cada caso. Es una puesta en común en la que todos tienen derecho a réplica y que forma parte, lógicamente, de ese proceso de formación.
- Cada departamento debe elegir a un miembro para que actúe como candidato y debe prepararlo adecuadamente para la entrevista; al mismo tiempo, cada departamento debe preparar su propia entrevista. Se seguirán los siguientes pasos:
 - El Dep. de Recursos Humanos hace su presentación y entrega en fotocopias los datos fundamentales que se deben tener en cuenta con respecto a las técnicas de selección de personal, criterios fundamentales, desarrollo de una entrevista, etc.
 - Esta información será leída y comentada por todos los miembros del departamento y servirá como punto de referencia para preparar al candidato y la entrevista.
 - Los miembros de Recursos Humanos prestarán constantemente su ayuda a los departamentos (sería conveniente que fueran rotando, de manera que pasaran un tiempo determinado con cada grupo).
 - El profesor proporcionará a cada departamento:
 - a) Un anuncio de trabajo y un CV relacionado con él. El candidato adoptará la identidad que se presenta en el curriculum e intentará conseguir el puesto de trabajo que se anuncia.
 - b) Otra oferta de trabajo, para el que deben preparar una entrevista. Ese anuncio debe coincidir con el perfil del CV que se está trabajando en el otro departamento.

Se trata de un juego cruzado de información. De manera esquemática, puede servir de ejemplo lo siguiente:

- Departamento de Ventas
 - a) Anuncio en el que se solicita un Comercial y CV con el perfil (más o menos adecuado) de un Comercial.

- b) Anuncio en el que se solicita un Técnico en asuntos fiscales.
- Departamento de Contabilidad
 - a) Anuncio en el que se solicita un Técnico en asuntos fiscales y un CV con el perfil (más o menos adecuado) de este tipo de Técnicos.
 - b) Anuncio en el que se solicita un operario de fábrica.
- Departamento de Producción
 - a) Anuncio en el que se solicita un operario de fábrica y CV con el perfil (más o menos adecuado) de un operario.
 - b) Anuncio en el que se solicita Secretaria con conocimientos de publicidad.
- Departamento de Márketing
 - a) Anuncio en el que se solicita Secretaria con conocimientos de publicidad y CV con el perfil (más o menos adecuado) de una secretaria.
 - b) Anuncio en el que se solicita un Comercial.

4. BIBLIOGRAFÍA

- Ausubel, D.P., Novak, J.D. y Hanesian, H. (1976). *Psicología educativa: un punto de vista cognoscitivo*. Méjico: Trillas, 1983.
- Blanco Canales, A. (2001). “La enseñanza de la lengua del comercio a estudiantes extranjeros: el español de la economía”, en J. Gómez de Enterría (coord.). *El español para fines específicos*. Madrid: Edinumen, 117-131.
- Cabré, T. (1993). *La terminología. Teoría, metodología y aplicaciones*. Barcelona: Editorial Antártida/Empúries.
- Coll, C. (1993). *El constructivismo en el aula*. Barcelona: Graó.
- Consejo de Europa (2002). *Marco Común Europeo de Referencia para las lenguas: aprendizaje, enseñanza, evaluación*. Madrid: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.
- Estaire, S. (1990). “La programación de unidades didácticas a través de tareas”, en *Cable*, 5: 28-39.
- Gómez de Enterría, J. (1996). “Enseñanza interactiva del español para fines específicos: la simulación global”, en *Actas de las IV Jornadas de Lenguas para Fines Específicos*. Alcalá de Henares: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Alcalá, 483-489.
- Instituto Cervantes (2006). *Plan Curricular del Instituto Cervantes*. Madrid: Instituto Cervantes – Biblioteca Nueva.
- Nunan, D. (1988). *The Learner-Centred Curriculum*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Nunan, D. 1997. “Getting started with learner-centred teaching”, en *English Teaching Professional*, 4: 24-25.
- Van Lier, L. (1996). *Interaction in the Language Curriculum. Awareness, Autonomy and Authenticity*. Nueva York: Longman.
- Williams, M. y Burden, R. L. (1997). *Psicología para profesores de idiomas. Enfoque del constructivismo social*. Madrid: Cambridge University Press.
- Zanón, J y Hernández, M.J. (1990). “La enseñanza de la comunicación en la clase de español”, en *Cable*, 5: 12-18.