El lenguaje comercial en la industria cerámica

Miquel Àngel Castillo Muñoz, Javier Sebastià Jordà
Escola Oficial d' Idiomes de Castelló, Cámara de Comercio de Castelló (España)

0. Introducción

Comprar y vender son dos de las actividades más antiguas del mundo. Recordemos que las personas que entran al mundo comercial requieren una cualidad especial como agentes de negocios. Claramente, no todos la poseemos pero reconocemos a los que la tienen. El curso que presentamos aborda los aspectos lingüísticos de esta cualidad, especialmente en el área de léxico específico, pero no es un curso de estrategias de negocios. Los profesionales deben adquirir las habilidades comerciales con la práctica en el campo que nos ocupa: la industria cerámica. En su vertiente más práctica el curso los aproxima a ese mundo de la negociación. Así, las tareas que los alumnos han de realizar corresponden a las que se encontrarán una vez entren al campo profesional que nos ocupa.

El curso es el resultado del trabajo conjunto de dos profesores de lenguas extranjeras (inglés y francés) que han creído que el campo del español para fines específicos se ha de ampliar en sus ofertas para cubrir las crecientes demandas. En concreto, la preparación de esta guía se ha llevado a cabo después de la experiencia en el campo de la industria cerámica y años de práctica didáctica en diversos ámbitos. Todavía no se ha llevado a la práctica pero la vamos a ofertar en diciembre en la Cámara de Comercio de Castellón y queremos que se realice el curso para este próximo mes de julio.

1. Aspectos didácticos. Contenido del curso

Esta guía se ha diseñado como un curso inicial de español para fines específicos para aquellas personas extranjeras con un nivel intermedio previo, es decir, con un vocabulario aproximado de unas 1.500 palabras que quieran conocer el lenguaje del mundo de la cerámica. El curso es también accesible para personas con un nivel preintermedio si ya conocen una lengua de léxico románico, incluyendo el inglés, por cuanto su vocabulario incluye también en gran medida este léxico.

Los textos y las actividades se han creado para aquellas personas que tienen el castellano como lengua extranjera y que en su quehacer profesional necesitarán esta lengua, sobre todo en su vertiente oral. El curso se ofrece para un número de alumnos menor de 20. La variedad y flexibilidad del curso (unas 50-60 horas presenciales en tres semanas, a las cuales deben añadirse unas 25 horas de trabajo autónomo fuera de la clase) permite cubrir las áreas más comunes en esta área de los negocios. Cada breve unidad (11 en total) consta de textos de comprensión con introducción situacional, junto con actividades de vocabulario y de uso del español; a todo ello se añade la aportación de documentos comerciales auténticos y ejercicios basados en ellos. Además se muestran diversas técnicas de trabajo autónomo y se ofrece la respuesta a los ejercicios, con el fin de que el libro pueda ser útil en procesos de autoaprendizaje.

Una particularidad del material es que es mayormente bilingüe español/francés. Creemos que los textos bilingües permiten la penetración del curso en países francófonos, especialmente en aquellos países que usan el francés como lengua internacional y lengua románica de contacto. Igualmente, creemos que el camino que ha abierto el inglés para fines específicos producirá ejemplos similares con español/inglés, hecho que permitirá penetrar en países con esta última como lengua franca (casos de la República Sudafricana o Grecia).

2. El mundo de la cerámica: una industria activa

La cerámica ha tenido un papel importante en las primeras civilizaciones. Encontramos restos de alfarería en todos los rincones del planeta. La península ibérica participa de esta cultura a nivel de avances técnicos desde el siglo XI, gracias a los árabes, con las baldosas cerámicas.

La Europa cristiana tiene en el levante hispánico un punto de contacto para asimilar un nuevo saber. Así el municipio valenciano de Manises, en la Corona de Aragón, recoge una tradición de cerámica con reflejos metálicos desde el s. XV. El puerto de Valencia exporta en este siglo a todo el Mediterráneo (Venecia, Nápoles o Turquía). El Renacimiento ve aparecer la técnica de la decoración sobre la pieza cuadrada bizcochada, que resultó ser un gran éxito comercial. Los avances químicos del XVIII con la composición de pastas y esmaltes nos llevan al mundo proto-industrial del XIX con los primeros catálogos impresos para la Exposición Universal de Barcelona de 1888.

En nuestros días, con la tercera renovación tecnológica en los años 80 (gas natural) la industria ha tenido un desarrollo espectacular, llegando en el año 1995 a ofrecer trabajo directo a unos 17.000 empleados y a tener un valor de producción de 345 millones de pesetas. En total, la cerámica ocupa un 22% de la producción industrial del País Valenciano que se exporta en su mayoría (50% va a Alemania, Francia y Reino Unido). Por otra parte, los usos también evolucionan: en este nuevo siglo, las baldosas cerámicas no se reservarán para espacios interiores y los nuevos "pavimentos de alto tránsito" se pueden ya ver en ambiciosos proyectos arquitectónicos.

3. Breve comentario lingüístico al lenguaje comercial de la industria cerámica

Los lenguajes de especialidad no se diferencian de los ámbitos de uso cotidiano por regirse por reglas lingüísticas distintas. La diferencia está en que al expresarse en el modo propio que los ocupa utilizan adicionalmente términos específicos y, también, con frecuencia, términos ordinarios con un sentido especial o teórico, cuyos significados dependen de la disciplina técnico-científica. Por consiguiente, sólo resultan totalmente comprensibles para los que comparten este tipo de conocimiento. El rasgo fundamental, pues, de los textos técnicos, en tanto tales, es la terminología.

Por otra parte, en nuestro campo –la industria cerámica– los textos escritos que utilizamos son informativos en su mayor parte y por tanto denotativos, pero disponemos de textos publicitarios que tienden a la persuasión con varios grados de sutileza. Asimismo, la negociación requiere un componente oral, de contacto personal, que precisa de un lenguaje transaccional: de negociar, en suma. Esta característica obliga a

conocer las máximas de la compra y venta de productos, de la argumentación y la persuasión.

La adjetivación se reduce a lo indispensable y con frecuencia se trata de términos específicos, propios de la terminología; es decir, tiene un valor estipulado dentro de cada disciplina. Pensemos, por ejemplo, en la clasificación de los minerales utilizados como materias primas para la elaboración de baldosas cerámicas; los adjetivos como duro, frágil, brillante, pesado y otros tienen valores clasificadores muy precisos.

Las características de la terminología científico-técnica se atienen a ciertas exigencias que impone la transmisión de un saber específico. La univocidad, la universalidad, la permeabilidad para los préstamos y la evolución son las características más notables de la terminología técnica. Así en los catálogos de productos cerámicos los nombres de las piezas están claramente indexados por su nombre y referencia. En el mundo de la cerámica el uso de un lenguaje poético queda para los colores o los nombres artísticos de los productos, caso de “piel natural-3”.

La actividad científica y técnica necesita imperiosamente intercambiar conocimientos para su progreso. Tiene que sortear, pues, no sólo el escollo de la multiplicidad de significados que los términos tienen o pueden adquirir dentro de cada lengua particular, sino también las ambigüedades propias de la traducción de una lengua a otra. La mayoría de los términos científicos se asimilan en todas las lenguas por dos primeros procedimientos: incorporación sin cambios (préstamo) y pequeña adaptación. La lengua con más actividad científica es la que presta más términos. Por eso hay tantos, ahora, de procedencia inglesa. La permeabilidad del lenguaje científico permite el acceso a los textos especializados aunque estén escritos en lenguas que no se conozcan a fondo. Lo más importante para la correcta comprensión de ese tipo de textos es el conocimiento de las disciplinas de que tratan. Los tecnicismos evolucionan según evolucione la disciplina de que dependen. Esos términos no están sometidos al desgaste natural del uso común. Lo que ocurre es que algunos de los términos específicos pasan al lenguaje común.

Tanto para entender los contenidos como para enmarcarlos en las corrientes del pensamiento científico, lo ideal es tener una sólida formación general y, al mismo tiempo, específica. Pero vivimos en un mundo de realidades y limitaciones; además, la curiosidad y la necesidad de informarse e informar superan con creces el ámbito de una especialización.

4. Programa del curso

4.1 Objetivos

Describiremos brevemente nuestra meta y las prioridades lingüísticas del aprendiz. El estudiante de este curso se familiarizará en primer lugar con el lenguaje de la industria cerámica en contextos escritos y orales. Se persigue que sea capaz de expresarse adecuadamente en situaciones similares a las de la vida comercial real. Igualmente, ha de comprender textos auténticos del campo de la industria cerámica. Para ello necesita incrementar el vocabulario pasivo y adquirir estrategias de comprensión del léxico de los textos

(habilidades escritas) y activar unas estructuras orales que le permitan tener éxito en las actividades de negociación que conforman el curso (habilidades orales).

Habilidades orales:

- Negociar en una situación comunicativa concreta
- Presentar un producto real

Subhabilidades lingüísticas:

a. Utilizar adecuadamente el vocabulario específico de la disciplina
b. Manejar con soltura un set de fórmulas que muestran las principales funciones comunicativas (pedir información, disculparse, etc.)
c. Encontrar maneras alternativas de expresarse cuando falta vocabulario (perífrasis, sinónimos, etc.)
d. Adquirir la entonación del español

Habilidades Escritas:

•Comprender textos auténticos de acuerdo con unos objetivos específicos de lectura
•Rellenar documentos comerciales sencillos

Subhabilidades lingüísticas:

a. Adquirir el vocabulario específico de la disciplina
b. Entender la estructura de un texto de divulgación
c. Escanear textos para encontrar la información que se precisa
d. Comprender las expresiones dentro de un contexto
e. Habituarse a documentos comerciales sencillos
f. Descubrir estructuras en conversaciones y textos de prensa
g. Preparar hojas de vocabulario para activarlas en la expresión oral

4.2 Metodología

Los alumnos se habituarán a hacer uso de textos auténticos del banco de textos que les hemos preparado (artículos, informes, revistas especializadas). A partir de la lectura de prensa general sobre el tema se irá adquiriendo un vocabulario práctico. Para aprender vocabulario buscaremos siempre la expresión en un contexto real.

Basándonos en nuestra Guía de Lenguaje Comercial para la industria cerámica se mostrará visualmente el vocabulario que conforma esta disciplina. A partir de unos textos iniciales, observaremos como los participantes podrán comprender los mensajes que tienen un apoyo escrito de textos bilingües en español/francés.

Observaremos cómo la selección de vocabulario, en función de su utilidad, facilita su aprendizaje así como el uso de varias técnicas para la retención memorística de las expresiones. Durante las sesiones mostraremos diversas maneras de aprender el vocabulario tales como un banco de expresiones, familias de palabras, fichas de seguimiento, mapas de lenguaje, etc.

Se presentarán fotocopias de actividades para la expresión oral de los alumnos, que son el contexto natural para asociar las expresiones con una situación. Las fichas dise-

ñadas enseñarán las diversas estrategias que se pueden utilizar para activar el vocabulario específico de la cerámica.

Para mejorar su repertorio lingüístico, los estudiantes deben estudiar y analizar las conversaciones que practicamos en clase. El aprendizaje de la lengua implica que podemos verbalizar libremente a partir de unas estructuras mínimas que hemos adquirido. Esta fase de verbalización es previa a la propia de hablar y es necesaria para mejorar la fluidez de los estudiantes. Por otra parte, la lectura en voz alta contribuye a la adquisición de los fonemas y la entonación del español. Para aprovechar el máximo del trabajo del estudiante se necesitará una práctica de las situaciones que se le ofrecen ya individualmente, en grupos de 2 ó 3, o colectivamente.

4.3. Sílabus

Dada la variedad de criterios posibles para el diseño de un sílabus, hemos decidido ofrecer una primera presentación ecléctica que ayude a mostrar qué es el curso. De cualquier forma, también consideraríamos correcto el establecimiento del sílabus de manera retrospectiva, una vez se confirmen los aspectos mostrados y trabajados después de la duración del curso (60 horas presenciales más el trabajo autónomo del alumno, que ofrece variaciones, obviamente). A partir de unas necesidades generales hemos confeccionado los materiales de la guía, que son de esta manera un principio que permite ir adaptando las actividades de clase a las necesidades de cada grupo de alumnos.

Reconocemos que, en un curso para fines específicos, la prioridad debe ser ganar un bagaje lingüístico que les ayude con las habilidades comerciales típicas que llevan a buen término los procesos de negociación. Así, las tareas han de acercarse y reflejar actos globales performativos (situaciones), donde el contexto afecta al significado.

Delante de esta complejidad, nuestra primera decisión ha sido la de adecuar las once unidades y secuenciarlas en orden de dificultad y frecuencia. Todo ello teniendo en cuenta que el criterio de desarrollo del curso se basa en un trabajo por tareas, entendidas como actividades significativas por ellas mismas que responden a situaciones propias del campo de la actuación comercial en la cerámica.

Entendemos que el aprendizaje léxico es el más importante, cuantitativamente, en un curso con fines específicos, sin olvidar que los ítems lingüísticos no aparecen aislados. Desde el punto de vista más estructural, hemos situado la utilidad de las diversas estructuras intuitivamente, considerando que los estudiantes tienen un nivel mínimo para realizar las tareas que les asignamos.

En cuanto a los contenidos lingüísticos, sería necesario describir los ítems léxicos seleccionados y las estructuras que queremos activar. Estos dos tipos de contenidos quedan fuera, por ahora, de nuestro objetivo que no es otro que la preparación de una guía mínima, pero útil, del lenguaje comercial.

Recordamos que cada breve unidad consta de textos de comprensión con introducción situacional, actividades de vocabulario y de uso del español con la aportación de documentos comerciales auténticos y ejercicios con soluciones basados en ellos. Entre las

situaciones o actos performativos globales, podemos señalar: coger o dar información por teléfono, trabajando con números, quejarse por teléfono, tomar parte en reuniones, negociar, presentar, socializar, describir tendencias; en un sentido más metalingüístico, previo a la adquisición de las habilidades prácticas, destaca la observación de la estructura de los tipos de documentos con los que se trabaja: informes, cartas, etc.

Un posible sílabus incluiría, pues, uno o varios de los siguientes planteamientos:

a. Situaciones a resolver: el vendedor contacta con posibles clientes, presentación de un producto, la feria de Bolonia, qué dice la prensa, etc.
b. Una presentación de los temas que trataremos en el curso:
   - Horarios de apertura
   - Tarjetas de presentación
   - Productos
   - Ficha técnica de la empresa
   - Agenda de la profesión
   - Los profesionales
c. Tareas a ejecutar:
   - escuchar conversaciones telefónicas,
   - conversar, presentar posiciones,
   - presentar productos,
   - debatir,
   - lectura de informaciones "auténticas": rellenar documentos comerciales sencillos.

4.4 Materiales

A. El trabajo en el aula
   A.1. Dossier de materiales del alumno con las 11 unidades con las soluciones.
   A.2. Cassette con las actividades de comprensión grabadas
B. Material de lectura
   B.1. Banco de textos a partir de artículos de revistas del sector
   B.2. Noticias de la prensa local
   B.3. Cuadernillos especiales de las ferias de cerámica dos veces al año
   B.4. Dos artículos de fondo socio-cultural (sobre la historia de la cerámica y la industria en nuestros días)
C. De referencia durante las clases:
   C.1. Diccionario de la cerámica –4 páginas– (adaptado a las necesidades de los alumnos)
   C.2. Listado de términos genéricos que cambian a un sentido más específico (4 páginas)

4.5 Evaluación

Los alumnos han de asistir al 80% de las sesiones y se dará un certificado de aprovechamiento.

Se harán dos pruebas, consistentes en presentar un dossier escrito y realizar una prueba oral.

Dossier escrito: Individualmente se confeccionará un dossier con las expresiones útiles (pasivas y activas) a partir de un banco de textos de lectura para mostrar la adquisición de vocabulario específico.

Prueba oral, que consta de dos tareas:
Tarea 1- Individual: Presentar un producto comercial cerámico (tipo monólogo).
Tarea 2- Parejas: Conversación a partir de dos situaciones propuestas. En esta tarea los alumnos sólo podrán disponer de un pequeño guión de la conversación preparada sin poder tener las preguntas/repuestas totalmente escritas.

Anexo 1. *Presentación de la negociación*

A. LA NEGOCIACIÓN: ARGUMENTAR

La negociación es la acción de llevar a buen término los negocios. Tiene 4 estadios:

1. Voluntad de negociar**>**
2. Esta acción necesita al menos dos interlocutores**>>**
3. Ambos deben pensar que han triunfado en la negociación**>>>**
4. Cualquier concesión por una de las partes debe conllevar otra concesión por la otra parte.

B. PREPARACIÓN DE LA NEGOCIACIÓN

1.- QUIÉN. *Conocer al interlocutor*

¿Es un colega?: agente, importador, futuro asociado...
¿Es un comprador?: usuario del producto
¿Cuál es su conocimiento del mercado?, ¿del producto?, ¿de los precios?, ¿de la competencia?
¿Cuáles son sus poderes de decisión?
¿Qué lugar ocupa en el mercado?
¿Cuáles son sus objetivos y sus necesidades?
¿Cuál es su personalidad?

2.- DÓNDE. *Conocer el lugar*

Conocimiento del país:
Usos y costumbres
Historia y actualidad políticas y económicas
Legislación (derecho comercial)
Cultura comercial: psicología, jerarquía, etc.
Lugar de la negociación:
En el punto de venta del cliente, en la zona de expansión económica, o bien neutra (feria o salón internacional)
Materiales de comunicación disponibles: fax, correo electrónico, video...

3.- CUÁNDO. *Conocer el momento*

Conocer los periodos vacacionales, los días festivos
Conocer los horarios comerciales
Conocer el periodo más propicio de negociación para su cliente.

4.- QUÉ. *Preparar el contenido de la negociación.*

Colega:

La negociación tratará sobre todos los elementos del contrato de distribución, representación... y principalmente sobre:
la territorialidad
la exclusividad
los márgenes
la comunicación (publicidad, promoción...)
el servicio post-venta.

Comprador:

La negociación tratará sobre todos los elementos del contrato de venta y principalmente sobre:
las cantidades
los precios
la duración del crédito
la garantía
los plazos de entrega
el servicio post-venta
el modo de transporte.

Anexo 2 *Tipología de las baldosas cerámicas*

Las baldosas cerámicas son placas de poco espesor generalmente utilizadas para revestimiento de suelos y paredes.

Se fabrican a partir de composiciones de arcillas y otras materias primas inorgánicas, que se someten a molturación y/o amasado, se moldean y seguidamente son secadas y cocidas a temperatura suficiente para que adquieran con carácter estable las propiedades requeridas.

Las baldosas cerámicas pueden ser no esmaltadas (UGL) o esmaltadas (GL). Las baldosas no esmaltadas se someten a una cocción única; las baldosas esmaltadas reciben una cubierta vitrificable entre una primera y una segunda cocción (bicocción) o antes de la única cocción (monococción).

Las denominaciones y descripciones que siguen tienen presente los criterios objetivos utilizables, de carácter técnico, arancelario u otros, así como la terminología comercial más utilizada. Pero no hay definiciones ni denominaciones normalizadas o generalmente aceptadas de los diferentes tipos de baldosas cerámicas, por lo que al utilizar las denominaciones que se proponen puede ser necesario hacer las precisiones oportunas, particularmente en los casos en que así se advierte.

En las páginas siguientes se describen varios tipos de baldosas cerámicas, con información sobre sus características, uso más frecuente, producción, aspecto, clasificación normalizada, etc.

Tipos de baldosas cerámicas usuales en España						
Tipo de baldosa	**Soporte**	**Moldeo**	**Medidas usuales (cm)**	**Espesor (mm)**	**Esmalte**	**Grupo norma ISO 13006 UNE 67-087**
1. **Azulejo**	Poroso	Prensado	10 x 10 a 45 x 60	< 10	Si	BIII
2. **Pavimento de gres**	No poroso	Prensado	10 x 10 a 60 x 60	> 8	Si	BIb - BIIa
3. **Gres porcelánico**	No poroso	Prensado	15 x 15 a 60 x 60	> 8	No	Bia
4. **Baldosín catalán**	Poroso	Extrudido	13 x 13 a 24 x 40	< 8	No	AIIb - AIII
5. **Gres rústico**	No poroso	Extrudido	11.5 x 11.5 a 37 x 37	> 10	No - Si	AI - AIIa
6. **Barro cocido**	Poroso	Extrudido	Gran variedad	> 10	No	AIIb 2ª - AIII

Anexo 3 *Ficha técnica de una empresa.*

BRICOMAT, S.A.

Sociedad Anónima

Sede Social: Alcora
Capital: 5.700.000 Pts.
Caràcter: familiar
Antigüedad: 75 años
Director General: Cristóbal Alonso
Volumen de ventas: 1.650.000.000 Pts.
Volumen Cerámica: 780.000.000 Pts.
Ventas Cerámica: 389.000 m^2
Agencias Cerámica: 3: Madrid, Barcelona y Sevilla
Precio medio de venta por m^2 : 985 Pts.
Reparto compras / país: Francia --- 32 %; Italia --- 34%; España --- 19%; Otros --- 15%
Reparto de ventas por categorías profesionales: Empresas --- 59%; Negocios --- 31%; Particulares --- 10%
Lista de marcas: Desvres, Roca, Piemme, Mosa, Gres de Valls, Korzilius, Novoceram, Emilceramica, Taugrès, Coem

ACTIVIDADES

Lectura y comprensión de texto

Presentar a la sociedad a la que no pertenece siguiendo este modelo (ejercicio escrito)

Comparar los diferentes modelos de presupuestos

Un nuevo cliente muy importante acaba de llegar. Descríbele la sociedad en que trabajas (oral)

Anexo 4

PIEDRA NATURAL: CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS

Roca de gran tenacidad y que presenta una ligera elasticidad tanto en suelos como en muros.
Resistente a la intemperie y a las heladas.
Resistente a la mayoría de los ácidos (excepto el ácido fluorhídrico) tanto concentrados o de alta temperatura.
Roca con un débil coeficiente de dilatación (menos de 8 % a 1.000º C).
Densidad media: 2,5.
Porosidad media: 22,4 %.
Roca esmaltable (resistencia piroscópica rara)
Temperatura de fusión entre 1250 y 1750º C.
Conductibilidad térmica media: 0,24 Kcal/h.m. ºC.
Resistencia a la tracción (valor medio de una muestra de 78 bars, a temperatura ambiente y bajo presión atmosférica de 760 mm de mercurio.
Resistencia al cuarteado: valor medio de una muestra de 720 Kg/cm2.
Resistencia a la compresión: valor medio de una muestra de 571 Kg/cm2.

Anexo 5 *Área de conversación para activar la expresión oral*

Escenas de la vida de Víctor.

1. Conseguí mi primer trabajo. Víctor ha acabado la carrera y busca empleo. Se encuentra en la piscina con Laura (compañera de universidad un año más joven).

L: Víctor, hace un siglo que no te veo.
V: Dos semanas y Alba me cuenta todo lo que haces.
L: Pues ya sabrás que haré las prácticas en CerVill.
V: ¡Claro! A mí me fue bien. Clara, mi jefa, es muy competente y abierta.
L: Tengo que presentarme la última semana antes de Pascua.
V: Pues es ella quien se encarga. Le gusta enseñar a la gente joven que aprende.
L: Y tú, ¿qué? ¿Has encontrado algo?
V: Mañana tengo mi tercera entrevista. Estoy algo desanimado.
L: No me lo creo. Ya sabes, a la tercera... toca. ¿Dónde es?
V: En ETC. ¿Tu hermano trabajó allí?
L: Sí dos años. Su primera ex, Manuela, todavía trabaja. Era muy simpática. Si te dan el trabajo, dale recuerdos míos.
V: Un placer saludarla de tu parte. Piensa en mí mañana, ¿vale?

2. Vamos a mejor. Víctor habla con su hermana Marta de su promoción en ETC.

V: Marta, ya no estoy en prácticas.
M: Enhorabuena. Y tú que decías que no continuarías.
V: Dije "en administración". Este año he trabajado bien.
M: Y ¿ya tienes la tarjeta de Mister Comercial Junior?
V: El viernes, tonta. Ahora a mejorar mi alemán y en un año podré trabajar también en Alemania.
M: Tú es que estás siempre soñando... Pero ¿no querías ir a Canadá?
V: ¡A lo que venga! Si por querer...

3. Tiempos difíciles. Víctor habla con Marina en un pub (hace un año que no se ven). Ella todavía trabaja en ETC.

M: Estás igual. Te sienta bien no trabajar con nosotros, ja, ja.
V: Me hacía falta cambiar. Con tanta reestructuración no veía las cosas claras.
M: Yo me apaño así. Especialmente con Marcos.
V: ¿Cómo te van las cosas con el boss?
M: Bastante bien, ya sabes. Me encargo de las finanzas. Manuela te echa de menos.
V: Y yo. Viajábamos mucho juntos. Sabes, dentro de dos semanas me voy para Miami.
M: ¿Qué estas preparando tú? Me alegra verte contento.
V: Pues que sepas que quiero conocer el negocio en Florida.
V: ¡Bravo por nuestro caballero andante!

4. Hay que cambiar de empresa. Su amigo Toni le llama por teléfono para preguntarle cómo le va y hablan ahora del trabajo.

T: Y díme, Víctor, ¿Cómo te va con tu curso de contabilidad?
V: Bueno, Toni, lo acabé en abril. He aprendido mucho en estos tres meses. Lo mejor ha sido que ahora me siento más capaz de mejorar mi perspectiva laboral.
T: ¿Has encontrado algo ya?
V: La verdad es que es difícil conseguir entrevistas así que todavía nada.
T: ¿Te veremos en agosto?
V: No quiero volver antes de octubre. Tengo un pequeño contacto con una empresa, Quartz, que parece que puede ir bien.
T: ¿Trabajarías en Florida, entonces?
V: No. Quieren abrir mercado en Brasil y allí podría hacer carrera. Ojalá lo consiga.
T: Que tengas suerte. María te dice que ...

Anexo 6 *Área de lectura con vocabulario. Como cambia la faena*

A. Conseguí mi primer trabajo

Cuando Víctor estaba acabando sus estudios de empresariales decidió hacer las prácticas de la universidad en una empresa del sector de la cerámica. Sus amigos del

curso anterior le habían hablado de un relajado ambiente de trabajo. Él no tuvo tanta suerte y empezó a trabajar un mes antes de la feria de Cevisama cuando todos los empleados tienen un exceso de trabajo. Contento con la experiencia, cuando se graduó empezó a buscar trabajo en una serie de empresas que necesitaban gente joven. Después de enviar 54 currículos consiguió su primera entrevista pero no el trabajo. A la tercera fue la vencida y empezó a trabajar en ETC, una empresa de Esmaltación Técnica Cerámica.

B. Vamos a mejor

La perspectiva laboral era buena. Empezaría con un contrato "en prácticas" de 6 meses, prorrogable. Víctor estaba convencido que podría aprender muchas cosas en un primer año y así aceptaba que la primera paga no fuera tan buena como había soñado. Él pensaba que trabajar seis meses en el Departamento de Administración le serviría para pasar después al de Exportación. Como hablaba inglés y alemán veía que podía mejorar sus posibilidades una vez aprendido cómo se hacen las cosas. Así fue, y pasados los seis meses, le subieron el sueldo un 15% y le hicieron comercial junior. Ahora podía realmente trabajar en algo que le gustaba. Al final del segundo año ganó una promoción y pasó a encargarse de un pequeño sector emergente: el mercado alemán y países vecinos. Después de tres años la faena había crecido y tenía dos personas trabajando con él. Dos años más tarde era responsable del área norteamericana y tenía a su cargo seis personas en exportación y tres en administración.

C. Tiempos difíciles

Cuando Víctor cumplió sus 29 años, la compañía había entrado en un pequeño bache financiero que duraba ya un año. Se redujo el personal de exportación para concentrarse en los mercados más prometedores y perdió contacto con buenos compañeros y también los únicos amigos que había hecho. Al mismo tiempo, todo este ir y venir ya no le atraía tanto, había perdido la novedad. Víctor decidió afrontar un nuevo reto. Así dejó la compañía y aceptó emplear sus conocimientos en otro lugar. Le atraía el mercado americano y tenía buenos contactos en Florida. Se dio un plazo de seis meses para encontrar un buen trabajo en una gran empresa de Miami.

D. Hay que cambiar de empresa

Primero se inscribió en un curso de tres meses de contabilidad en Talahasse[1] porque los norteamericanos hacen las cosas de otra manera y creía que era la oportunidad de invertir en uno mismo mientras exploraba el mercado laboral desde allí.
A los cuatro meses no acababa de ver las cosas claras y estaba empezando a pensar en volver a Valencia cuando una joint-venture mexico-canadiense, Quartz, le ofreció el puesto de director en una pequeña filial que habían adquirido en Brasil. Las perspectivas eran buenas y tenía gran responsabilidad para decidir sobre el futuro de la filial. Después de cuatro años de trabajar duro, regresó a la sede central de Quartz en Miami donde se convirtió en jefe de exportación.

1. En la Universidad Jaume I de Castellón los alumnos de último año realizan un prácticum en empresas. Talahasse es la capital del estado de Florida.

Anexo 7 *Breve diccionario de términos más usuales.*

Alicatado: Conjunto decorativo de cerámica vidriada, usado para revestir zócalos y fachadas interiores.
Antideslizante: Que impide o disminuye el deslizamiento.
Azulejo: Ladrillo pequeño o baldosín vidriado, de cualquier color y decorado o sin dibujos.
Baldosa: Ladrillo, generalmente fino, para solar.
Baldosín: Baldosa esmaltada para recubrir paredes.
Barbotina: Pasta líquida o semilíquida, compuesta por sustancia arcillosa más antiplásticos, que se vierte dentro de un molde de yeso a fin de fabricar piezas iguales y en serie.
Barniz: Especie de vidriado más o menos transparente, muy plomífero, utilizado en las cerámicas cocidas a baja temperatura.
Bisel: Borde cortado oblicuamente, en vez de formar arista en ángulo recto.
Biselado: Acción y efecto de hacer biseles.
Bizcocho: Porcelana que, tras la cocción, se conserva mate (no esmaltada) y tiene aspecto parecido al del mármol blanco.
Cenefa: Dibujo de ornamentación en forma de tira o lista, consistente por lo general en elementos repetitivos de un mismo motivo, que se coloca a lo largo de los muros o pavimentos.
Cerámica: Arte de fabricar objetos artísticos, utilitarios o mixtos, utilizando arcilla como materia prima, la que, después de modelada, debe ser horneada a elevadas temperaturas a fin de que dichos objetos adquieran sus características definitivas de resistencia, dureza, color, estéticas, etc.
Chapado: Revestimiento cerámico mural; alicatado.
Cliente: Persona que suele comprar en un establecimiento.
Clientela: Conjunto de clientes.
Cobrar: Percibir una cantidad adeudada.
Cocción: Acción y efecto de someter la cerámica a la acción del calor en el horno.
Colorante: Que da color o tiñe.
Comercial: Perteneciente al comercio y a los comerciantes; dícese de aquello que tiene fácil aceptación en el mercado.
Comisión: Porcentaje que, sobre lo que vende, cobra un vendedor de cosas ajenas.
Compra: Acción y efecto de comprar; cualquier objeto comprado.
Comprador: Que compra.
Construcción: Acción y efecto de construir; arte de construir; tratándose de edificios, obra construida.
Contrato: Pacto o convenio, oral o escrito, entre partes que se obligan sobre materia o cosa determinada.
Corrosión: Acción y efecto de desgastar lentamente una cosa como rayéndola.
Coste: Gasto realizado para la obtención o adquisición de una cosa o servicio.
Crédito: Derecho que uno tiene a recibir dinero de otro; situación o condiciones que facultan a una persona o entidad para obtener fondos de otra.
Cruzar: Cruzar un cheque
Cuarteado: Agrietado; cuarteado de las muestras; barniz cuarteado (artístico); defecto de cuarteado; resistencia al cuarteado.

Cubrecanto: Pieza de cerámica para revestimiento mural que cubre los cantos formados por las otras piezas, situadas en los ángulos externos de un muro.
Decapado: Operación que tiene por objeto limpiar una superficie eliminando la capa que la recubre.
Decapante: Producto utilizado para decapar.
Decapar: Limpiar una superficie quitando la capa de impurezas que la recubre.
Decorado: Pieza pintada a mano o a máquina; decorado en relieve; decorado industrial; decorado pintado a mano (artesanal); decorado industrial.
Defecto: Imperfección; defecto de fabricación; defecto de cuarteado; defecto de rayado.
Descuento: Reducción sobre el precio de venta de un artículo otorgada al comprador; descuento bancario; descuento de cheques/de efectos bancarios; descuento de letras; descuento (bonificación); beneficiarse de un descuento en compra; descuento (rebaja, reducción de precio); conceder un descuento sobre; factura de descuento; operación de descuento; sello o tampón de descuento; tasa de descuento; tipo de descuento.
Desecho: Residuo que queda de una cosa después de haber escogido lo mejor; desecho de bizcocho; desecho de esmaltado; desecho (desperdicio); producto de desecho.
Despegado: Despegado del azulejo del muro; despegado del azulejo o del esmalte; despegado del barniz (remangado); despegado del esmalte en crudo.
Despido: Acción y efecto de despedir; alejar de sí a uno, prescindiendo de sus servicios; despido de un obrero; avisar de despido; indemnización por despido.
Dinero: Dinero a la vista; dinero al día; dinero contante; dinero de bolsillo/calderilla/dinero suelto/chatarra (familiar); dinero en caja; anticipo de dinero; aportación de dinero; estar lleno de dinero; invertir dinero; sacar dinero; suma de dinero; tengo un montón de dinero; pasta (familiar).
Embalaje (empaquetado): Embalaje desechado; embalaje en cartón ondulado o caja en cartón ondulado.
Empleo (uso): Empleo a tiempo parcial; empleo fijo; empleo remunerado; candidato a un empleo; condiciones de empleo; exceso de empleo; modo de empleo; oferta de empleo; perder su cargo o empleo; pleno empleo; solicitante de empleo; solicitud de empleo; vacante de empleo.
Endosar: Ceder a favor de otro una letra de cambio u otro documento de crédito expedido a la orden, haciéndolo así constar al respaldo o dorso; endosar un efecto; endosar un pagaré.
Endoso: Lo que para endosar una letra u otro documento a la orden se escribe a su respaldo o dorso; endoso de la letra; endoso en blanco.
Enlosado: Losado, embaldosado.
Enlucido: Revoque.
Entonado: Entonado de los colores.
Entrega (expedición, pago): Entrega a domicilio; entrega a plazo; entrega contra reembolso; entrega de equipajes; entrega de la mercancía; entrega en el acto; entrega inmediata; entrega parcial; entrega sin gastos; acta de entrega; la acumulación de pedidos retrasará la entrega; denegación de entrega; entrega de equipajes; espaciar las entregas; falta de entrega; hora de entrega de la mercancía; lugar de entrega de la mercancía; nota de entrega; orden de entrega; plazo de entrega; resguardo de entrega.

Esmaltado: Acción y efecto de cubrir con esmaltes; esmaltado a mano; esmaltado a máquina; esmaltado con polvo; esmaltado electrostático; esmaltado por inmersión; esmaltado por pistola; esmaltado por pulverización; cabina de esmaltado; cadena de esmaltado; desecho de esmaltado.

Esmalte: Barniz vítreo que se aplica a la porcelana, loza, metales, etc.; esmalte blanco-azulado; esmalte sucio; adherencia del esmalte; despegado del esmalte en crudo.

Fletar: Alquilar la nave o alguna parte de ella para el transporte. Por extensión se aplica a vehículos terrestres o aéreos.

Friso: Faja más o menos ancha de mármol, azulejos, papel pintado, etc., con que suele adornarse la parte inferior de las paredes.

Frita: Frita coloreada; frita granulada; frita laminada.

Fritado: Gresificación, vitrificación.

Garantía (depósito, prenda): Garantía accesoria o secundaria; garantía bancaria; garantía de calidad; garantía de cambio; garantía de cumplimiento; garantía de recursos mínimos; garantía de reembolso; garantía de solvencia; garantía del pasivo; garantía financiera; garantía formal; garantía solidaria; ámbito de la garantía; certificado de garantía; depósito de garantía; ejecución de la garantía; etiqueta de garantía; limitación de garantía; margen de garantía; retención de garantía; servicio fuera de garantía; tomar como prenda o como garantía.

Girar: Girar (transferir); girar en descubierto; girar su descubierto; girar una letra.

Giro (transferencia): Giro bancario; giro postal; giro telegráfico; aviso de giro.

Granel: Sin envase; a granel; cargamento a granel.

Gres: Pasta compuesta ordinariamente de figulina y arena cuarzosa con que se fabrican diversos objetos; gres cerámico; gres cerámico fino vitrificado; gres esmaltado; gres esmaltado prensado en seco; gres extruido; gres no esmaltado; gres porcelánico; gres vitrificado; arcilla para gres.

Horario: Tiempo concertado para determinados actos; horario de servicio; horario flexible: el que posibilita al productor a elegir las horas de entrada y salida al trabajo, según sus necesidades y las de la empresa; horario de trabajo.

Huelga: Cesación en el trabajo de personas empleadas, hecho de común acuerdo con el fin de imponer ciertas condiciones o manifestar una protesta; huelga de aviso; huelga de celo; huelga de hambre; huelga general; huelga intermitente; huelga salvaje; abortar una huelga; declaración de huelga; hacer huelga; notificación de huelga; ola de huelgas; piquete de huelga; ponerse o declararse en huelga.

Impuesto: Tributo, carga; impuesto a cargo de; impuesto de inquilinato; impuesto global; impuesto incluido; impuesto proporcional; impuesto sobre el capital; impuesto sobre el consumo; impuesto sobre el incremento de patrimonio; impuesto sobre el valor añadido (I.V.A.); impuesto sobre el volumen de negocio; impuesto sobre la exportación/importación; impuesto sobre la producción; impuesto sobre la renta; impuesto sobre las actividades; impuesto sobre las sociedades; impuesto sobre los beneficios; impuestos excluidos; impuestos incluidos; beneficio antes de impuestos; beneficio tras la deducción de impuestos; exento de impuestos; libre de impuestos; reducción de impuestos; tipo del impuesto.

Ingreso (entrada): Ingreso en caja (cobro); ingreso en cuenta corriente; ingreso en metálico; ingreso en una cuenta; ingreso (renta); ingresos anuales; ingresos brutos; ingresos de caja; fecha de ingreso en cuenta; flujo de ingresos; fuente de ingresos; nivelar los ingresos; presupuesto de gastos e ingresos.

Interés (rédito): Interés bancario; interés comercial; interés fijo; interés uniforme; anticipo sin interés; bonificación de intereses; capitalización de intereses; descenso del tipo de interés; intereses acumulados; intereses compuestos; intereses de demora; intereses en juego; intereses por vencer; intereses simples; intereses vencidos; intereses y gastos varios; devengar intereses; préstamo con intereses; tabla de intereses; tipo de interés; tipo de interés del dinero.

Jornada: Tiempo de duración del trabajo diario de los empleados; jornada continua; jornada de puertas abiertas; jornada de trabajo; cumplir la jornada laboral; trabajo a jornada completa; trabajo a media jornada o de jornada fraccionada.

Ladrillo: Masa de arcilla en forma de paralelepípedo rectangular que, después de cocida, sirve para construir muros, solar habitaciones, etc.; ladrillo de bóveda; ladrillo esmaltado por ambas caras; ladrillo refractario.

Liquidez: Calidad del activo que puede fácilmente transformarse en dinero efectivo; liquidez de caja.

Líquido (sustantivo y adjetivo): Saldo o residuo de cuantía cierta que resulta de la comparación del cargo con la data; deuda líquida; dinero líquido en metálico o en efectivo.

Loza: Barro fino, cocido y barnizado, de que están hechos los platos, tazas, etc.

Mercado: Plaza o país de especial importancia o significado en un orden comercial cualquiera; mercado constante; mercado de exportación; mercado deprimido; mercado exterior; mercado interior; mercado libre; mercado negro; acaparar el mercado; análisis de mercado (prospección de mercado); comprar a precio de mercado; consolidación de un mercado; ejecución de un mercado; estudio de mercado; lanzar al mercado un producto; perfil del mercado; saturación del mercado; situación del mercado; tendencia del mercado; transparencia del mercado.

Mercancía: Todo género vendible; mercancía a granel; mercancía al detalle; mercancía al por mayor; mercancía apreciada; mercancía de 1ª o de 2ª categoría; mercancía de contrabando; mercancía de tipo único; mercancía en depósito; mercancía en tránsito; mercancía entregada; mercancía exenta de gravamen; mercancía pasada de moda; mercancía rechazada; mercancías a granel; mercancías de desecho; mercancías embarcadas; mercancías en depósito; mercancías tasadas; abandono de mercancías; acaparar las mercancías; aceptación de la mercancía; acumulación de mercancías; la acumulación de mercancías en un depósito tiene un coste elevado; agrupamiento de mercancías; almacén o depósito de mercancías; carga de la mercancía; depositar las mercancías en el almacén; desbloquear mercancías; descarga de la mercancía.

Modelo: Objeto, aparato o construcción realizada conforme a un mismo diseño.

Molde: Pieza en la que se hace en hueco la figura que en sólido quiere darse a la materia fundida que en él se vacía.

Moldeado: Acción y efecto de formar una materia echándola en un molde.

Moldura: Parte saliente de perfil uniforme que sirve para adornar o reforzar obras de arquitectura, carpintería, etc.

Mortero: Conglomerado o masa constituida por arena, conglomerante y agua, y que puede contener además algún aditivo.

Mosaico: Obra taraceada de piedras o vidrios, generalmente de varios colores.

Muestra: Porción de mercancía que sirve para conocer la calidad del género.

Oferta (proposición): Oferta aceptable; oferta de empleo; oferta de pago; oferta de pago en metálico; oferta en firme.

Pagar: Dar uno a otro, o satisfacer, lo que se debe.

Pagaré: Documento privado por el que una persona reconoce expresamente una obligación y se compromete a pagar a otra en un tiempo fijo.

Pago: Entrega de un dinero o especie que se debe.

Pavimento (suelo): Perforación del pavimento.

Pedido: Encargo hecho a un fabricante o vendedor.

Peldaño: Cada una de las partes de un tramo de escalera.

Precio (premio): A precio de oro; a/al precio de coste; precio a convenir; precio a crédito; precio a la salida de fábrica (precio franco de fábrica); precio a plazos; precio aconsejado; precio actualizable; precio al contado; precio al por mayor; precio al por menor; precio alzado; precio antes de impuestos; precio anunciado; precio base; precio convenido; precio de amigo; precio de catálogo; precio de compra; precio de coste; precio de coste por unidad; precio de fábrica; precio de factura; precio de lanzamiento; precio de mercado; precio de reclamo; precio de saldo; precio de serie; precio de venta; precio de venta al público; precio del coste, seguro y flete; precio efectivo; precio fijo; precio firme; precio franco de fábrica; precio impuestos incluidos; precio justo; precio neto; precio por unidad; precio por vagón; precio razonable; precio tope; precio único; precios abusivos; precios elevados; precios habituales; precios prohibitivos o abusivos; abanico de precios; actualización de los precios; ajuste de precios; alza de los precios; billete de precio reducido; bloquear los precios; caída de los precios; cálculo del precio de coste; comprar a precio de mercado; conceder un precio especial; congelación de los precios; consultar la lista de precios; cálculo del precio de coste; diferencia entre los precios de compra o de venta; disminución de precios; dispararse los precios; engañar en los precios; etiquetado de los precios; fijar un precio; gama o abanico de precios; índice de los precios; letrero de precios; lograr un buen precio; mantenimiento de los precios; nivel de los precios; oleada de alzas de precios; rebaja de los precios; tabla de precios; variación de los precios; vender a cualquier precio.

Presupuesto: Cómputo anticipado del coste de una obra; importe.

Producción: Acción de producir; cosa producida.

Producto: Cosa producida; caudal que se obtiene de una cosa que se vende, o el que ella renta; obra, objeto; beneficio.

Rejuntar: Repasar y tapar las juntas de un paramento.

Revestimiento: Capa con que se resguarda o adorna una superficie.

Salario: En sentido amplio, toda remuneración que percibe una persona por su trabajo; en sentido estricto, la del trabajo prestado por cuenta ajena; salario base, parte del salario que sirve de base para el cálculo de las prestaciones familiares.

Serigrafía: Procedimiento de impresión sobre cualquier materia que, con tintas especiales, se realiza a través de una pantalla de seda o nylon.
Silicona: Nombre genérico de varios productos sintéticos, cuyo principal componente es el silicio. En cerámica se utiliza, entre otras finalidades, para pegar piezas cerámicas a una superficie, como ocurre con las muestras.
Sueldo: Remuneración asignada por el desempeño de un cargo o servicio profesional.
Suelo: Superficie artificial que se hace para que el piso esté sólido y llano; piso de un cuarto o vivienda.
Tara: Defecto.
Tarifa: Tabla o catálogo de los precios, derechos o impuestos que se deben pagar por alguna cosa o trabajo.
Tono: Vigor y relieve de los colores de una pintura y armonía de su conjunto.
Vencimiento: Cumplimiento del plazo de una deuda, obligación, etc.
Venta: Acción y efecto de vender; contrato en virtud del cual se transfiere a dominio ajeno una cosa por el precio pactado.
Zócalo: friso o franja que se pinta o coloca en la parte inferior de una pared.

Anexo 8

LÉXICO Y ESTRUCTURAS

SUSTANTIVOS Y ADJETIVOS	VERBOS
El aparato / el teléfono	Descolgar / coger el teléfono
La tonalidad	Colgar el teléfono
La comunicación	Marcar un número
El indicativo	Repetir / Comunicar
El listín telefónico	Deletrear
Las coordenadas	Contactar
Una llamada	Esperar
La centralita	Llamar / Volver a llamar

EXPRESIONES			
FÓRMULAS DE APOYO	**FÓRMULAS DE INICIO (LE LLAMAN)**	**FÓRMULAS DE INICIO (VD. LLAMA)**	**FÓRMULAS FINALES**
¿Puede repetir un poco más despacio, por favor?	¡Dígame! / ¡Buenos días, dígame! / (Nombre de la sociedad), buenos días.	Oigame, quisiera hablar con el sr. ...	Muchas gracias, adiós / hasta luego
Lo siento / Perdone / Disculpe / no le he entendido bien.	¿De parte de quien? / ¿Sobre qué tema? / ¿A propósito de qué es?	Buenos días, quisiera hablar con	No hay de qué, adiós
No cuelgue, le paso con el departamento solicitado	Un segundo / un instante, por favor	¿Podría pasarme con el señor. ....., por favor?	Cuente conmigo
No hable tan rápido, por favor.	No cuelgue, por favor / No cuelgue, se lo/la paso	¿El señor García, por favor?	No me olvidaré
¿Puede deletrear, por favor?	Lo siento, no está en este momento. ¿Quiere dejar algún mensaje?	¿Puedo dejarle un mensaje, por favor?	Le vuelvo a llamar hoy mismo sin falta
		Es con respecto a..	Muy amable / Muy amable por su parte

1.El cuadro siguiente está incompleto. Complétalo:

SUSTANTIVOS Y ADJETIVOS	
	El teléfono
La tonalité	
	La comunicación
L'indicatif	
L'annuaire	
	Los datos
Le cadran	
	Una llamada

Elige una opción para completar cada una de las siguientes frases:

-Para llamar a España, ... el 34 y luego el número deseado.
-Si usted no entiende algo, pida que ..... o .....
-Acción que describe el hecho de telefonear a alguien: .....
-Si esa persona no está, entonces ..... más tarde
-Acción que significa que hemos conseguido comunicar con alguien: .....
-Cuando llama a un cliente y la telefonista le pide que espere un momento porque tiene la línea ocupado (porque está comunicando), entonces usted tiene que .....
-¿Qué acción realizamos al terminar de hablar por teléfono? .....
-Su jefe le pide que llame por teléfono a un proveedor; ¿cómo se llama la acción de coger el teléfono? .....

	VERBOS
1	Descolgar / coger el teléfono
2	Colgar
3	Marcar
4	Repetir
5	Deletrear
6	Tener a alguien al otro lado del hilo
7	Esperar
8	Llamar / volver a llamar

3.- Justo en el momento de pinchar el siguiente cuadro, algunas expresiones han sido desplazadas de su columna. ¿Cuáles son las expresiones mal situadas en el cuadro?:

EXPRESIONES			
1	2	3	4
FÓRMULAS DE APOYO	**FÓRMULAS DE INICIO (LE LLAMAN)**	**FÓRMULAS DE INICIO (VD. LLAMA)**	**FÓRMULAS FINALES**
¿Puede repetir un poco más despacio, por favor?	Dígame / Buenos días dígame / (nombre de la sociedad) dígame.	No hay de qué, adiós	Muchas gracias, adiós
¿Oigame?, quisiera hablar con el señor...	Con el señor González, por favor.	Buenos días, quisiera hablar con...	Lo siento, no le he entendido bien
No se retire, le paso con el departamento indicado	Un momento por favor		Cuente conmigo
No me olvidaré	¿Podría pasarme con el señor...?	¿De parte de quién? / ¿Sobre qué asunto? / Si puedo servirle en algo	Habla usted demasiado rápido
¿Puede deletrear por favor?	Lo siento, no está. ¿Si quiere dejar algún mensaje.....?	¿Puede tomar nota, por favor?	Le vuelvo a llamar hoy mismo / sin falta
Muy amable por su parte	Está hablando por la otra línea, si quiere llamar más tarde...	Es con respecto a...	No cuelgue, por favor / no cuelgue, se lo paso

EXPRESIONES			
1	2	3	4
FÓRMULAS DE APOYO	**FÓRMULAS DE INICIO (LE LLAMAN)**	**FÓRMULAS DE INICIO (USTED LLAMA)**	**FÓRMULAS FINALES**