

Diseño de un Curso a Distancia de 30 horas de Alemán para la Recepción y Atención al Cliente

*Estefanía Caridad de Otto
Universidad de La Laguna*

The aim of this paper is to explain the elaboration process of a distance learning course on German for Reception and Customer Service. I will try to describe the objectives, as well as the criteria we followed to design the course, taking into account the objectives themselves, the characteristics of the learners and some pre-established conditions such as course duration or methodology, following the principles of the Common European Framework of Reference for Language Learning and Teaching of the Council of Europe.

El Proyecto

El curso de Alemán para la recepción y atención al cliente es fruto del Proyecto Leonardo da Vinci «El aprendizaje de idiomas para la comunicación en la Formación Profesional en Europa», coordinado por la Consejería de Educación del Gobierno de Canarias en asociación con tres centros europeos de Irlanda, Francia y Alemania, en el que participamos varios profesores de lenguas extranjeras. El fin inmediato del Proyecto era fomentar la enseñanza-aprendizaje de lenguas extranjeras con fines profesionales, siguiendo las indicaciones (que no preceptos) descritas en el *Marco Común Europeo de Referencia para la Enseñanza y Aprendizaje de Lenguas Extranjeras*. La elección del ámbito de la hostelería, una decisión institucional, se debió a la gran necesidad de formación en lenguas extranjeras que precisan los profesionales de este sector en Canarias.

El *Marco Común*, que por aquel entonces se hallaba en fase de prueba y que en el futuro constituiría la base del *Portfolio de Lenguas Extranjeras*, pretendía ofrecer una base común para la elaboración de programaciones, curricula, libros, material didáctico, etc. Por otro lado proporcionaba una serie de criterios objetivos sobre capacidades y contenidos aplicables a cualquier lengua, que permi-

tieran establecer el nivel de dominio de una lengua por parte de cualquier hablante.

Marco Teórico

En el presente artículo se conjugan diferentes conceptos sobradamente conocidos y tratados en los artículos de esta y otras publicaciones especializadas. Se barajarán conceptos como autonomía del aprendizaje, lenguaje técnico vs. lenguas con fines profesionales vs. lenguaje común, análisis de necesidades... Desde el punto de vista de la lingüística, el principio básico que ha guiado el trabajo es la consideración de la lengua desde un punto de vista funcional, es decir, la lengua con fines comunicativos y la consideración de la gramática como herramienta para alcanzar ese fin, siguiendo la línea de Halliday (1985):

«Language has evolved to satisfy human needs; and the way it is organized is functional with respect to these needs – it is not arbitrary.»

Nuestro objetivo no es, sin embargo, teorizar sobre estos aspectos de la enseñanza y la lingüística, sino mostrar como estos conceptos y teorías sirvieron de base para la creación de un curso de alemán para fines específicos. Se trata más bien de exponer un ejemplo práctico, transmitir una experiencia.

Objetivos del curso

Stock (1996) nos plantea en su *Guide for Curriculum Developers*, la doble cuestión de partida:

*¿Cuáles son los objetivos generales del curso?
¿Cuál es el perfil de los participantes y cuáles son sus necesidades e intereses?*

Los objetivos del curso venían ya definidos institucionalmente:

- Capacitar para comunicarse oralmente con clientes en la lengua extranjera correspondiente, pidiendo y dando información sobre aspectos concretos y básicos propios de la recepción de un hotel, así como para interpretar información escrita en la lengua extranjera correspondiente, relativa a las situaciones más habituales de solicitud de información y presentación de reclamaciones y quejas por parte de los clientes en el departamento de recepción.
- Fomentar la valoración de la importancia de poder comunicarse en la lengua extranjera correspondiente, utilizando en su aprendizaje las experiencias y conocimientos previos en otras lenguas y potenciar el desarrollo progresivo del aprendizaje autónomo.

Metodología

Para el desarrollo del curso, se optó por una metodología abierta y a distancia, en atención a las características geográficas del territorio y las dificultades que pudieran tener los ciudadanos de las islas para acudir a los centros donde se impartiría la formación. Con ello se pretendía también fomentar la autonomía en el aprendizaje. En este sentido, el curso se diseñó partiendo de la base de que tenía que centrarse fundamentalmente en las necesidades y características del alumnado. Sin embargo, y siendo conscientes de que la capacidad de aprender autónomamente, lejos de ir aumentando con el paso de los años y la socialización del individuo, es más bien una capacidad que se va perdiendo a medida que el individuo se integra en una sociedad y en un sistema educativo que lo hace cada vez más dependiente de una autoridad «experta», que dirige y administra el proceso de aprendizaje, se estableció un sistema de tutorías semanales que tenían, entre otros, el fin de guiar al alumno en dicho proceso mediante la utilización de diversas estrategias.

Análisis de necesidades

Con el fin de crear un curso coherente, adaptado y adecuado a las necesidades de los alumnos y a los objetivos del propio curso se hizo necesario llevar a cabo un análisis de necesidades. Este análisis de necesidades debía presentar una doble vertiente, en la línea que defiende Munby (1972). Un análisis de necesidades que realmente sirva para diseñar unos materiales válidos tiene que poner de relieve, por un lado, las necesidades del puesto donde se requieren los conocimientos para los que se diseña el curso, determinar qué conocimientos y en qué grado de profundidad hay que presentarlos (por ejemplo, si se han de aprender para su uso activo o para la comprensión– uso pasivo), así como prever las situaciones de comunicación más habituales en las que los alumnos tendrán que poner en práctica la lengua alemana. Por otro lado, nada de lo dicho anteriormente tendría ningún sentido si no tuviéramos en cuenta las características y las condiciones del alumnado al que va dirigido el curso (conocimientos previos, disponibilidad...). Hay que tener en cuenta también que dos personas nunca van a coincidir al 100% en sus características y condiciones, pero no por ello hay que suponer, ya que no sería realista ni práctico, que debamos diseñar un curso específico para cada uno de los participantes, sino derivar unas líneas generales donde la autonomía de cada individuo sea la que marque el proceso de aprendizaje.

Para llevar a cabo dicho análisis de necesidades, los autores del trabajo pasamos un cuestionario por diversos hoteles del Puerto de la Cruz dirigido a los recepcionistas de dichos hoteles. Dado que el número de participantes en el test no fue muy numeroso (10 personas), el cuestionario sólo tiene carácter orientativo. Los resultados, resumidos, fueron los siguientes (ver apéndice para las preguntas concretas):

Resultados del cuestionario– Necesidades del puesto de trabajo:

Las funciones básicas que desempeñan en su puesto de trabajo son las siguientes:

Atención al cliente – recibir y dar mensajes – atender reclamaciones y quejas (directamente o por teléfono) – dar información acerca de eventos culturales, actuaciones, excursiones y la programación en general del hotel – dar información acerca de horarios y ubicación de las instalaciones del hotel – recomendar lugares de interés turístico, restaurantes.

En cuanto al contacto con extranjeros, el 90% de los encuestados respondió que se da a diario, tratándose para el resto de una situación habitual. La mayoría de estos clientes son alemanes, seguidos de ingleses, escandinavos y, en menor medida, de otros países.

La lengua que utilizan los encuestados con mayor frecuencia para hablar con clientes extranjeros es el inglés, seguido del español y del alemán y por último el francés. El 90% de ellos posee algún tipo de conocimientos de lengua alemana, la mayoría de ellos (60%) obtenidos en la práctica del trabajo y en menor medida en cursos y clases (30%). Para comunicarse con los clientes alemanes, la mitad de los encuestados utiliza el inglés y el alemán, y el resto se vale de los idiomas que conoce, incluido el español, pero todos afirman que sus conocimientos de alemán son insuficientes para hacer frente a las situaciones habituales que se dan en el puesto de trabajo.

En cuanto a las destrezas comunicativas, la necesidad más acuñante se percibe en el nivel oral, necesitando sólo en contadas ocasiones (20-30%) de la lengua escrita (escritura, lectura). Estas ocasiones tienen que ver, principalmente, con anotar mensajes telefónicos o notas dejadas por el cliente.

La mayoría de los encuestados estarían dispuestos a hacer un curso para mejorar sus competencias en lengua alemana, aunque la dedicación media a la que estarían dispuestos es de 2,5 horas sema-

nales. En cuanto a las capacidades tratadas en el curso, las que se perciben como más necesarias son, en este orden:

1º hablar y entender// 2º vocabulario y expresiones hechas// 3º leer y escribir// 4º gramática

En la última pregunta las sugerencias más frecuentes insistían sobre la necesidad de aprender a hablar, en que hubiera poca gramática y en que el curso fuera fácil de seguir.

Perfil de los participantes

Por otro lado, como se ha dicho anteriormente, es imprescindible contar con el perfil de los participantes, con el fin de adaptar el curso a sus características en la medida de lo posible. La Consejería de Educación se puso para ello en contacto con los centros de adultos de las Islas. Las personas interesadas respondieron a un cuestionario del que extrajimos las siguientes conclusiones (una vez más, los resultados tienen un valor más bien orientativo, ya que el nivel de participación no fue homogéneo en todas las islas y Centros de Educación de Adultos, lo que sólo permite extraer conclusiones de tipo general):

- Ninguno de los encuestados poseía ningún tipo de conocimiento previo de lengua alemana y el nivel de estudios de la mayoría era básico o en fase de obtener certificación de estudios básicos.
- Sólo un 8% de los encuestados trabajaba en el sector hotelero, pero ninguno en la recepción. La mayoría, si embargo, se mostró dispuesta a trabajar en el sector.
- Ninguno de los encuestados tenía acceso a ordenadores o Internet. La mayoría no tenían noción de Internet ni de informática en general.
- La mayoría afirmaba disponer de poco tiempo que dedicarle al curso.

Diseño del curso

Basándonos en la información obtenida en ambos cuestionarios, nos propusimos diseñar un curso capaz de cubrir las necesidades comunicativas básicas con un nivel de dificultad mínimo. Por otro lado, y teniendo en cuenta el escaso tiempo que afirmaban tener los participantes, la Consejería de Educación fijó la duración del curso en 30 horas, lo que supuso una gran limitación a la hora de desarrollar los contenidos.

Contenido

Las Unidades didácticas están estructuradas de acuerdo con el esquema de la Fig. 1.

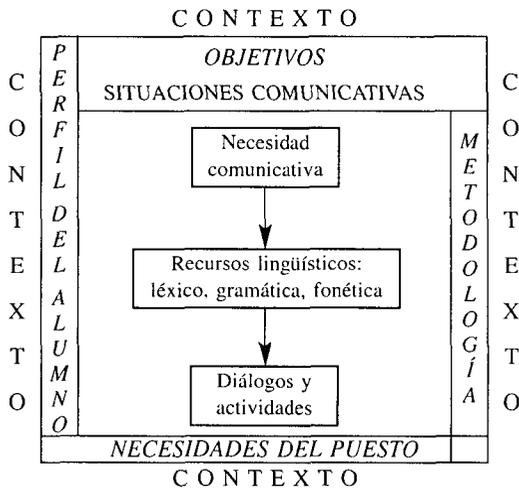


Figura 1

El contexto se entiende aquí como la situación (tiempo, lugar, circunstancias), los participantes y sus diversos papeles comunicativos y sociales (relaciones profesionales, de amistad, subordinada...

ción...), las intenciones, metas o propósitos, lo que Van Dijk (1985) llama estructura local del discurso y el *Marco Común* denomina «Domain». En este curso se trata concretamente de la comunicación entre huésped y recepcionista con el propósito de prestar un servicio. El discurso en este caso se lleva a cabo por medio de diálogos que el alumno escucha en la cinta. Estos diálogos han sido creados expresamente para el curso, ya que, dadas las características del mismo (corta duración, lo específico de los contenidos) y los nulos conocimientos previos de los participantes, se hizo necesario crear unos diálogos que trataran de manera básica los aspectos imprescindibles que permitieran al alumno adquirir los recursos mínimos para desenvolverse en las situaciones más habituales.

En lo que se refiere a la situación comunicativa, lo que en el *Marco Común* se denomina *situation*, nos referimos a la situación concreta en la que se produce la comunicación, lo que la lingüística sistémica denomina *field* o «campo» del discurso. Se han seleccionado seis, que constituyen las seis unidades didácticas:

1. En la recepción
2. La habitación
3. Instalaciones del hotel
4. Visitas y excursiones
5. Recibir y transmitir mensajes telefónicos.
6. Reclamaciones

Estructura de las Unidades didácticas

Cada una de la Unidades Didácticas está estructurada de la siguiente manera:

Contextualización de la tarea: Se trata de una pequeña introducción a la situación concreta en la que se va a desarrollar la unidad didáctica. Como apunta Funk (1992), la enseñanza de lenguas

con fines profesionales presupone o en su defecto, debe incluir también la transmisión de conocimientos acerca de la especialidad que le da origen, por ejemplo, para comunicarse en la recepción es necesario saber qué tipo de actividad se desarrolla en una recepción, en qué consiste el trabajo de recepcionista, del mismo modo que para utilizar de manera eficaz la terminología médica es necesario tener conocimientos de medicina.

Actividades de reflexión inicial: a la introducción sigue un sencillo ejercicio de reflexión inicial que ayuda al alumno a introducirse en dicha situación. Estos ejercicios de ambientación se desarrollan en la lengua materna y permiten al alumno reflexionar sobre la situación que se propone y las necesidades comunicativas que la misma suscita.

Bloque de ejercicios

a) estructura del ejercicio

- encabezamiento: nº del ejercicio - tipo de actividad - duración
- enunciado: en español, directo
- corpus

b) contenido del ejercicio

- destrezas comunicativas: comprensión/expresión oral o escrita
- estructuras gramaticales

Actividades de reflexión final: estas actividades tienen un doble fin; por un lado sirven al alumno de repaso o sumario de lo aprendido en la Unidad didáctica correspondiente, por otro lado también tienen la función de hacer reflexionar al alumno sobre su propio proceso de aprendizaje, que sea consciente de que la unidad le ha aportado unos conocimientos y capacidades que antes no tenía, lo cual tiene un enorme efecto motivador en el alumno.

Vocabulario y frases hechas: En cada Unidad Didáctica se incluye un glosario con el vocabulario de la Unidad. Aquí se incluyen también expresiones idiomáticas y frases de estructura gramatical compleja que se han tratado como expresiones.

Gramática: cada Unidad Didáctica incluye un pequeño apéndice gramatical en el que el alumno encontrará explicaciones a las cuestiones gramaticales necesarias para resolver los ejercicios que se proponen.

Soluciones y transcripciones: Dado que el alumno va a trabajar autónomamente, es indispensable que pueda corregir sus ejercicios. Del mismo modo, también se le proporcionan las transcripciones de los diálogos que escucha en la cinta de audio.

Tratamiento del vocabulario y la gramática

Como lengua con fines profesionales, el vocabulario de la recepción y atención al cliente no encierra prácticamente ninguna dificultad técnica, si bien es cierto que algunos términos como *Bootsfahrt, Einzelzimmer, Vollpension (VP)*,... se pueden considerar como específicos. La ventaja de un curso de lenguas para fines específicos de este tipo (atención al cliente, recepción) frente a los lenguajes técnicos (médico, óptica, termodinámica...) se halla precisamente en la proximidad entre los primeros y la lengua común. Por este motivo, no resulta complicado iniciar al alumno directamente en el contexto profesional, sin tener que hacer primero una introducción al lenguaje general. Para la enseñanza de lenguas con fines específicos, Funk (1992) propone un modelo en tres fases (Fig. 2):

Por las características del curso que os ocupa, no sería necesario profundizar mucho más allá de la primera fase, ya que, como he dicho, la proporción de lenguaje especializado necesario en este campo es más bien escasa.

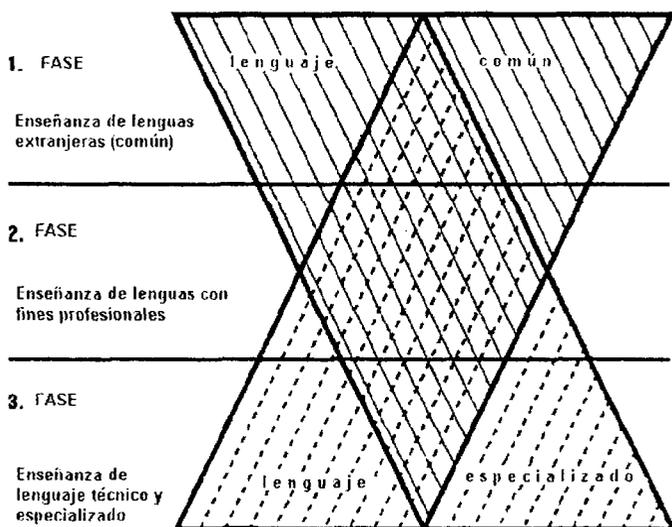


Figura 2

Por el contrario, una de las mayores dificultades que aparecen a la hora de diseñar un curso de estas características es el tratamiento de la gramática. La escasa duración del curso unida a las características de los alumnos junto con las características de la propia lengua alemana hacen imprescindible reducir al mínimo los contenidos de gramática teórica.

Por ello, estructuras necesarias pero que revisten una gran complejidad gramatical se tratan como si fueran expresiones o frases hechas, es decir, como elementos semánticos, de tal modo que el alumno emplea la gramática necesaria para comunicarse en una situación determinada sin ser consciente de ello. Así, por ejemplo, el dativo en la unidad 2: *Im Stock ...*, el perfecto «*hat angerufen*» unidad 5, verbos con preposición «*bittet um Rückruf*», unidad 5). En este sentido, también se ha intentado distinguir entre aquellos elementos que el alumno ha de aprender para expresarse y aquellos

otros que sólo es necesario que entienda (por ejemplo, las reclamaciones).

En lo que se refiere a la organización del discurso, se intenta posibilitar el máximo número de funciones e intenciones comunicativas con el mínimo de estructuras sintácticas. El siguiente cuadro ilustra y ejemplifica este propósito:

Función	Intención comunicativa	Tipo de oración	Ejemplo
enunciativa	Informar Describir Identificar Sugerir	enunciativa	<i>Der Ausflug kostet 3 Euro. Das Hotel ist sehr ruhig. Das ist das Restaurant. Heute können Sie tanzen.</i>
interrogativa	requerir información	interrogativa	<i>Wie heißen Sie? Sind Sie Herr Martens?</i>
exhortativa	ordenar	imperativa	<i>Buchstabieren Sie, bitte.</i>

En la organización del léxico y la gramática, se ha intentado dar respuesta, en fin, a las preguntas que plantea Stock (1996) acerca de la cuestión léxica y gramatical:

¿Qué principios se han seguido a la hora de seleccionar el vocabulario y la gramática?

¿Qué elementos léxicos y gramaticales ha de aprender el alumno de modo receptivo pasivo y cuáles para la producción activa?

El papel de los tutores

El papel de los tutores en un curso de estas características es crucial, al tratarse en su mayoría de alumnos que no poseen cono-

cimiento alguno de la lengua alemana y que son bastante dependientes en el aprendizaje. En primer lugar, los tutores sirven al alumno de guía en el proceso de aprendizaje, de modo que puedan desarrollar su capacidad de aprender autónomamente pero a la vez con el apoyo real y psicológico que supone contar con alguien capaz de orientarlos y resolver las dudas que puedan surgir. Al mismo tiempo, las sesiones presenciales dan al alumno la posibilidad de interactuar con otros compañeros. El papel del tutor en estas sesiones es importante como mediador y dinamizador de las actividades en grupo. Como apunta Ian Tudor (1997):

«The classroom offers the possibility of it (learner training) being done collaboratively with other learners and with the ongoing access to the advice and guidance of the teacher»

Por otro lado, el aula con la presencia de compañeros y tutor parece el lugar idóneo para la práctica de las destrezas orales. Por último, también será el tutor el que lleva a cabo la evaluación del alumno.

Evaluación

El Marco de Referencia propone un sistema de evaluación en términos de capacidades adquiridas. El tutor certificará las capacidades que el alumno haya adquirido al finalizar el curso de acuerdo con los siguientes indicadores:

- Puede presentarse, saludar y despedirse usando formas básicas y educadas.
- Puede atender preguntas en la recepción
- Puede atender al cliente educadamente y delegar la responsabilidad en la persona indicada.
- Puede atender el teléfono usando fórmulas estándar.

- Puede atender llamadas telefónicas simples, predecibles o relacionadas con actividades cotidianas del trabajo.
- Puede informar acerca de los servicios, transportes, horarios.
- Puede indicar a los clientes dónde está la piscina, restaurante, etc...
- Puede explicar al cliente las condiciones y los servicios que se ofertan en el hotel.
- Puede prestar atención a las quejas de los clientes mostrándose educado y respetuoso.
- Puede deletrear palabras.
- Puede entender y expresar el número de habitaciones, piso, precios.
- Puede entender una llamada rutinaria para pasarla a algún colega encargado de ese tema.
- Puede tomar nota de información como un número de teléfono o cantidades.
- Puede entender mensajes relativos a reservas, solicitud de información acerca del hotel y sus servicios.

OBRAS CITADAS

- Funk, H.** (1992), «Berufsbezogener Deutschunterricht», *Fremdsprache Deutsch* Sondernummer 1992, Munich: Klett.
- Halliday, M.A.K.** (1985), *An introduction to Functional Grammar*, Londres: Edward Arnold.
- Modern Languages: Learning, Teaching, Assessment. A Common European Framework of Reference*, 1st draft, Strasbourg: Council of Europe, 1996.
- Munby, J.** (1972), *Communicative Syllabus Design*, Cambridge: CUP.
- Tudor, I.** (1997) «Autonomy and the Traditional Classroom», *IATEFL Newsletter*, Octubre-Noviembre 1997.
- Stocks, G.L.M.**, *Guide for Curriculum Developers*, Strasbourg: Council of Europe, 1996.

Van Dijk, T. (1985), *Handbook of Discourse Analysis*, vol. 1, Londres: AcademicPress.

Varios, *European Language Portfolio*, Strasbourg: Council of Europe 1996.

CUESTIONARIO

Análisis de situaciones comunicativas esenciales de empleo de L2 para recepcionistas:

1. **¿Cuáles son sus funciones en el hotel?**
2. **¿Tiene contacto con extranjeros?** (marcar con X)
 Sí (continúe contestando las preguntas) No
3. **¿Cuántas veces al día?**
 nunca a veces a diario
4. **Enumere por orden la procedencia de los turistas extranjeros:**
 Países escandinavos Países Bajos Francia Inglaterra
 Países del Este de Europa Alemania
5. **¿Qué idiomas utiliza con los turistas extranjeros?**
 español inglés francés alemán otros
6. **¿Tiene algunos conocimientos de alemán ?**
 Sí, ¿Dónde los obtuvo? En el hotel por compañeros En cursos
 No
7. **¿Como se comunica con los clientes alemanes?**
 español en español con ayuda de gestos en español e inglés
 en inglés siempre que hablen esta lengua en español, inglés y alemán
 sólo en alemán otros _____
8. **¿Le basta con sus conocimientos en alemán para solventar estas situaciones?**
 Sí No
9. **¿También tiene que escribir en alemán?**
 Sí, ¿Cuándo? _____
 No, nunca tengo que escribir en alemán.

10. ¿Tiene que leer mensajes, notas o textos escritos en lengua alemana?

nunca a veces a diario

En caso afirmativo: ¿De qué tipo son los textos? _____

11. ¿Estaría dispuesto a ampliar sus conocimientos de lenguas extranjeras mediante un curso a distancia o recibiendo clases?

Si No

12. ¿Cuánto tiempo cree que podría dedicarle a la semana? _____

13. ¿Que es lo que más le interesa aprender de una lengua extranjera? Enumere según orden de preferencia del 0-10

hablar escribir leer entender gramática

vocabulario expresiones hechas

14. Sugerencias _____

