

ÍNDICE

Índice de contenidos y gramática	8
Unidad 1. La responsabilidad empresarial	10
Unidad 2. El desarrollo sostenible	22
Proyecto 1. Una campaña a favor del medio ambiente	34
Unidad 3. En los mercados exteriores	36
Unidad 4. Empresas y globalización	48
Proyecto 2. La feria: punto de partida de la internacionalización	60
Unidad 5. Liderando empresas	62
Unidad 6. ¡A ganar mercados!	74
Proyecto 3. Candidatura para los juegos olímpicos	86
Unidad 7. Cada día más experiencia	88
Unidad 8. Juntos se puede	100
Proyecto 4. La creación de una empresa	112
Transcripción de las grabaciones	115
Glosario	129

ÍNDICE DE CONTENIDOS

UNIDAD 1 – La responsabilidad empresarial

Contenido temático

La economía social en España
La empresa, ¿motor de la sociedad?
El Pacto Mundial
El Grupo SOS, empresa responsable
Las madereras chilenas y el pueblo Mapuche
Cada día más Los pueblos indígenas de América Latina

Contenido gramatical

Presente de indicativo: repaso de las irregularidades
Pretérito imperfecto
Pretérito perfecto: formación y construcción
Participio pasado: irregulares
Empleos de *ser* y *estar*
La obligación: *hay que* / *tener que*

UNIDAD 2 – El desarrollo sostenible

Contenido temático

Energías para el futuro
¿Cambiamos nuestra política medioambiental?
Automóvil: la baza ganadora del verde
Lanzamiento de un producto Bio
Cada día más El patrimonio cultural de la humanidad

Contenido gramatical

Presente de subjuntivo
Usos del subjuntivo
Futuro de indicativo
Usos del futuro
El superlativo / empleo de *muy* y *mucho*

PROYECTO 1 - Una campaña a favor del medioambiente

UNIDAD 3 – En los mercados exteriores

Contenido temático

Una historia de alto vuelo: IBERIA
¿Dónde instalar una filial de nuestra empresa?
La internacionalización
Invertir en América Latina
La expatriación / Selección de un candidato
Cada día más El Cono Sur / El tango

Contenido gramatical

Pretérito indefinido
Cambios ortográficos
Pretérito pluscuamperfecto
La forma progresiva
La concesión: empleo de *aunque*

UNIDAD 4 – Empresas y globalización

Contenido temático

El viaje de negocios
Una empresa multicultural
Negociar con extranjeros
Consejos para salir adelante en el trabajo
Cambio de parque móvil
Cada día más La integración en América Latina

Contenido gramatical

Imperativo
Los pronombres personales
Empleo de los pronombres personales con el imperativo
Oraciones temporales

PROYECTO 2 - La feria: punto de partida para la internacionalización

UNIDAD 5 – Liderando empresas

Contenido temático

La lechera emprendedora
Para llegar a ser líder
Los líderes
Los blogs, bitácoras modernas / ¿Lanzamos un blog?
Cada día más Así ha cambiado España / La nueva España

Contenido gramatical

Condicional
Algunos usos del condicional
Futuro perfecto
Expresar probabilidad
Algunos usos de *por* y *para*

UNIDAD 6 – ¡A ganar mercados!

Contenido temático

El éxito en los negocios
Consumidores de hoy
Un producto líder de América Latina: las telenovelas
El nuevo consumidor / El mejor producto al mejor precio para el mejor consumidor
Cada día más Los desafíos del turismo español / señas de hispanidad

Contenido gramatical

Imperfecto de subjuntivo
Tiempos compuestos: formación
La correspondencia de los tiempos
Oraciones condicionales
Más comparaciones
Empleo de *quisiera* con sentido condicional

PROYECTO 3 - Candidatura para los Juegos Olímpicos

UNIDAD 7 – Cada día más experiencia

Contenido temático

Al salir del máster
Motivando a sus empleados
Emprendedoras chilenas
Marcas líderes en América latina
Cada día más Artistas latinoamericanos mundialmente conocidos / Discos latinos en EE UU

Contenido gramatical

El estilo indirecto
¿Cómo expresar deseos?
Forma pasiva / Impersonalidad
Uso de *pero*, *sino*, *sino que*

UNIDAD 8 – Juntos se puede

Contenido temático

La unión hace la fuerza
La situación laboral de la mujer hoy día
Relaciones Europa / América Latina
Las nuevas tecnologías en las empresas
Competiendo por el mercado de América latina
Cada día más Hombres y mujeres ilustres de España e Hispanoamérica / El exilio

Contenido gramatical

Oraciones consecutivas
Oraciones causales
Recapitulación de los empleos de *ser*
Recapitulación de los empleos de *estar*
Empleo de *como si*
Oraciones reduplicadas

Proyecto 4 - La creación de una empresa

El desarrollo sostenible

SENTAMOS BASES

Energías para el futuro



1 La situación energética de España. Escucha al Secretario General de Energía, Ignasi Nieto Magaldi, y completa el cuadro con los porcentajes.

PISTA 6

Fuentes de energía	%	Fuentes de energía	%
<i>Petróleo</i>		<i>Hidráulica</i>	
<i>Gas natural</i>		<i>Renovables (solar, eólica...)</i>	
<i>Carbón</i>		Total dependencia española	
<i>Nuclear</i>		Media dependencia europea	

2 ¿Cuáles son los sectores más intensivos en energía?

3 El desafío energético de España. Lee la entrevista a Ignasi Nieto Magaldi.

¿Qué medidas adoptará el ministerio para mejorar posiciones?

Conviene destacar que España es hoy líder en el área de las energías renovables y que está haciendo un esfuerzo considerable mediante el Plan de Energías Renovables. Por ejemplo, hemos aprobado el Código Técnico de Edificación que **obligará** a incorporar energía solar térmica

a todas las nuevas viviendas, y **exigirá** la instalación de paneles fotovoltaicos en ciertos edificios del sector terciario. Asimismo el hidrógeno **será** una de las opciones más claras a largo plazo para introducir diversificación en el sector transporte, además de los biocarburantes. De hecho está previsto su inclusión en el programa de I+D de Energía en España.

¿Cuál es el grado de consecución de los deberes que impone el Protocolo de Kyoto?

En el marco del Protocolo de Kyoto, España en concreto se ha comprometido a no aumentar en más del 15% para el año 2010 sus emisiones de gases de efecto invernadero sobre las de 1990. Cabe destacar que en 2004 dichas emisiones se situaban un 8% por debajo de la media europea. Sin embargo, hoy, nuestra renta per capita se encuentra muy cercana a la media europea, debido al fuerte crecimiento económico registrado en España en los últimos años. Por consiguiente, para poder cumplir con Kyoto, **seguiremos** trabajando y dedicando todos nuestros esfuerzos al desarrollo de las energías renovables, al fenómeno del ahorro y a la eficiencia energética.

¿En su opinión, *terminarán* de arrancar las renovables asumiendo un mayor protagonismo dentro del pastel energético?

Desde luego que sí. España tiene contraído actualmente el compromiso con Europa de que el 12% de la energía primaria consumida en el país **se cubrirá** con energías renovables en el año 2010 y este porcentaje **se incrementará** significativamente para 2020. Por lo que **tendremos** que preparar un nuevo Plan de Energías Renovables 2011-2020 que **recogerá** los nuevos compromisos para 2020, y que **servirá** para continuar con la posición de liderazgo que mantiene actualmente la industria española y **ayudará** a la consecución de nuestros compromisos.

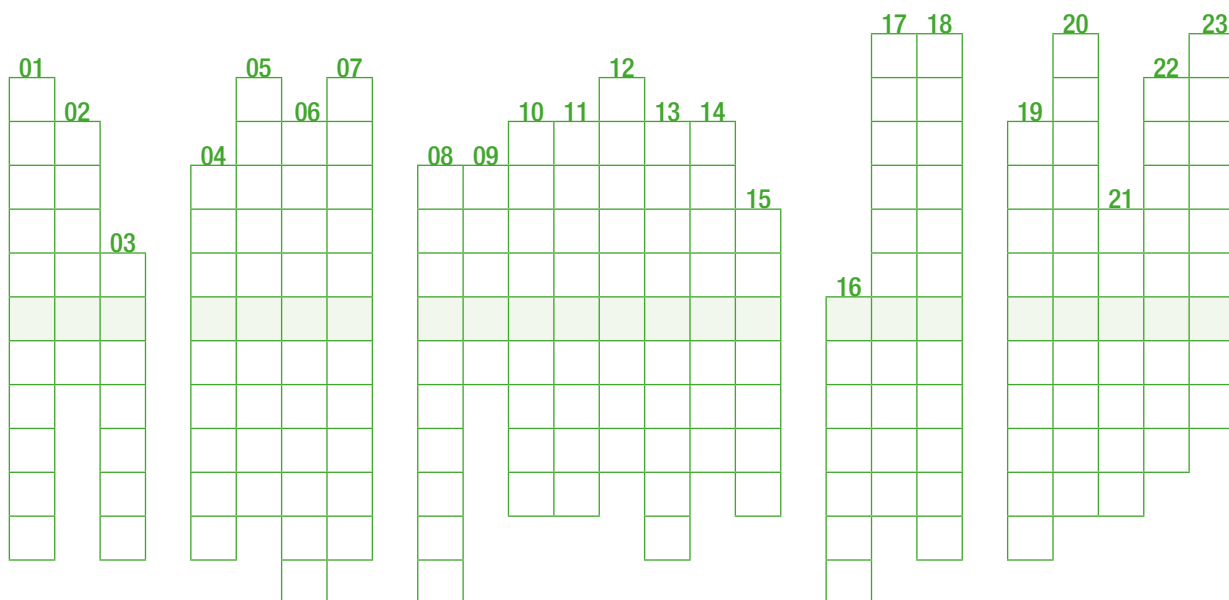
Adaptado de *Ejecutivos*

4 El futuro. Observa los verbos en negrita del texto anterior y escribe el pronombre sujeto de cada verbo.

_____ adoptará	_____ seguiremos	_____ tendremos
_____ obligará	_____ terminarán	_____ recogerá
_____ exigirá	_____ se cubrirá	_____ servirá
_____ será	_____ se incrementará	_____ ayudará

5 Un refrán ilustra el desafío energético mundial. Lo descubrirás conjugando los verbos en las personas indicadas del futuro y completando el cricigrama.

- | | | | |
|------------------------|----------------------|------------------------|------------------------|
| 1. consumir (vosotros) | 7. abastecer (Vds.) | 13. imponer (vosotros) | 19. carecer (vosotros) |
| 2. poder (tú) | 8. preparar (tú) | 14. seguir (tú) | 20. continuar (ellas) |
| 3. asumir (yo) | 9. haber (él) | 15. hacer (nosotros) | 21. decir (nosotras) |
| 4. convenir (ella) | 10. mantener (yo) | 16. querer (Vds.) | 22. aprobar (tú) |
| 5. contraer (ellos) | 11. derivar (ellos) | 17. introducir (yo) | 23. dedicar (Vds.) |
| 6. cumplir (nosotros) | 12. estar (nosotros) | 18. representar (ella) | |



ANALICEMOS Y PRACTIQUEMOS



¿Cambiamos nuestra política medioambiental?

1 Lee el diálogo.

Alberto: Si no reaccionamos a tiempo, nuestros competidores nos adelantarán y será muy difícil alcanzarlos. ¿Qué podemos hacer?

Lourdes: Hay tantos frentes cuando pensamos en temas medioambientales que va a ser difícil resolverlos todos.

Alberto: ¿Será lo oportunidad para modernizar nuestras instalaciones?

Lourdes: Seguro que sí, pero para todo eso es necesario que hagamos una fuerte inversión.

Alberto: A mi modo de ver, los accionistas estarán dispuestos a sacrificar una parte de sus ganancias durante un tiempo.

Lourdes: Tendremos que explicarlo.

Alberto: En efecto, tendremos que hacer una buena campaña de comunicación.

Ignacio: ¿Pensáis que a ellos les interesa el medioambiente? Ellos quieren que la empresa gane dinero para que suban sus acciones.

Lourdes: Yo no creo que a ellos les interesen solamente las ganancias, a ellos les importa también el bienestar de la empresa. Si la empresa empieza a perder partes de mercado debido a su postura medioambiental, no les gustará nada.

Alberto: Sí, por supuesto, habrá que venderles la idea. No se trata solamente de ahorrar energía, se trata de cambiar de imagen corporativa, de abrirse a nuevos campos, de mejorar la productividad tomando en cuenta el medio ambiente.

Lourdes: Hoy por hoy el problema energético es una de las grandes preocupaciones de todas las empresas. Si no lo tomamos en cuenta ahora, más tarde tendremos serios problemas.

Ignacio: Os encuentro un poco idealistas. No creo que se trate solamente de cambiar algunas máquinas, de ahorrar la electricidad o el agua, de no desperdiciar tanto papel. Yo creo que para salir de nuestros problemas debemos deslocalizar la planta de producción. De esa manera vamos a ahorrar dinero pagando sueldos más bajos, respetando las normas medioambientales del país en el cual nos instalaremos, que seguro serán menos exigentes que en nuestro país.

Lourdes: ¿Cómo puedes hablar de esa manera? Tenemos una responsabilidad social.

Ignacio: Quizás tengamos una responsabilidad social, pero, perdona, no somos un ministerio, somos una empresa que necesita ganar dinero para subsistir, y eso sin importar cómo lo hacemos. Es posible que el medio ambiente sea una preocupación de todos nosotros, pero no creo que esa preocupación deba guiar nuestra estrategia empresarial.



2 ¿Quién lo dice?

1. Si no actuamos, perderemos frente a nuestros competidores.
2. Para modernizarnos necesitaremos mucho dinero.
3. Seguro que los accionistas estarán de acuerdo.
4. Tendremos que ser muy claros con los accionistas.
5. Los accionistas solamente quieren obtener beneficios.
6. A los accionistas les importa la salud de la empresa.
7. Daremos una mejor imagen de la empresa.
8. La mejor solución es instalarnos en un país con menos cargas.
9. Tenemos una responsabilidad social.
10. La estrategia empresarial no debe estar ligada al medio ambiente.

Alberto	Lourdes	Ignacio
☐	☐	☐
☐	☐	☐
☐	☐	☐
☐	☐	☐
☐	☐	☐
☐	☐	☐
☐	☐	☐
☐	☐	☐
☐	☐	☐
☐	☐	☐

3 ¿Y tú que opinas? Compara tus respuestas con las de tus compañeros.

1. Las empresas deben preocuparse por el medio ambiente.
2. Los accionistas solamente piensan en obtener beneficios.
3. Todas las empresas tienen una responsabilidad social.
4. La deslocalización es una excelente solución a muchos problemas.
5. Los empresarios deben ser idealistas.
6. Si mi empresa no respeta el medio ambiente, ¡renuncio!
7. El Estado debe penalizar a las empresas que contaminan.
8. Los consumidores deben penalizar a los que contaminan.

Sí	No	Depende
☐	☐	☐
☐	☐	☐
☐	☐	☐
☐	☐	☐
☐	☐	☐
☐	☐	☐
☐	☐	☐
☐	☐	☐

4 Busca en el diálogo los sinónimos de estas palabras.

solucionar	asentarse
beneficios	malgastar
ocasión	perdurar
actitud	sectores
salarios	orientar

5 Busca en el diálogo las palabras contrarias.

distanciarse	despilfarrar
perder	materialista
socios	empeorar
bajar	malestar

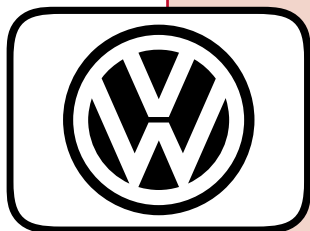


6 Con tus propias palabras, explica el significado de la palabra «deslocalizar».

b Automóvil: la baza ganadora del verde

- 1 Coches ecológicos. Coches menos contaminantes y nuevas políticas para proteger el medio ambiente, éstas son las dos grandes apuestas de los fabricantes de automóviles. Léelas.

Volkswagen. BlueMotion: Una apuesta por la sostenibilidad.



«Blue» es el color de Volkswagen y representa los elementos que debemos proteger: el cielo, los mares, los océanos... «Motion» describe una movilidad orientada hacia el futuro. Bajo la denominación «BlueMotion», en Volkswagen

englobamos aquellos modelos que se caracterizan por lograr tanto un bajo consumo de combustible como de emisiones de CO₂, vehículos que además logran un comportamiento de conducción muy dinámico. Su aerodinámica que disminuye la resistencia al aire y sus potentes motores TDI con filtro de partículas diésel reducen al mismo tiempo el consumo y las emisiones contaminantes.

Tomado de es.volkswagen.com

Ford. Flexifuel: Una apuesta de futuro, para un presente perfecto.

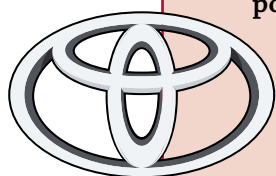
Decir que debemos cuidar nuestro entorno es una cosa. Respetarlo es otra. En Ford lo hacemos con la nueva tecnología Flexifuel que permite que los vehículos funcionen con una mezcla de gasolina y bioetanol, un combustible que proviene de materias primas naturales, como los cereales, la madera o la caña de azúcar, provocando un nivel de emisiones de CO₂

notablemente inferior: hasta un 70% menos que el resto de carburantes. Los motores de gasolina Flexifuel están preparados para ser utilizados con una mezcla de hasta un 85% de bioetanol, la más frecuente en países como Suecia o EE UU, pioneros en el uso de este carburante. También pueden utilizarse como un vehículo de gasolina convencional.

Tomado de www.ford.es



Toyota. Hybrid Synergy Drive: Una apuesta por las prestaciones y el medio ambiente.



Hybrid Synergy Drive (HSD) es el concepto que subyace a la nueva generación de vehículos híbridos de la marca Toyota. HSD combina el placer de conducir y las prestaciones del vehículo con el ahorro de

combustible y las bajas emisiones. La palabra «sinergia» se refiere también a la unión del motor de gasolina y el motor eléctrico que mueven el vehículo. La tecnología híbrida también proporciona otras ventajas: una aceleración similar a la de un motor diésel y un funcionamiento silencioso. HSD puede funcionar sólo con el motor eléctrico, totalmente silencioso.

Tomado de www.toyota.es

TOYOTA

SEAT. El concepto Ecomotive: Avanzamos sin dejar rastro.

El espíritu de competición tiene una compañera inseparable: la responsabilidad. En SEAT somos conscientes de nuestro compromiso con el medio ambiente y nos tomamos muy en serio esta cuestión en todos nuestros proyectos, presentes y futuros. Aplicamos una política medioambiental basada en la prevención. Sólo utilizamos materiales

compatibles con la protección del medio ambiente y damos prioridad al uso de materiales renovables y reciclables. Nos comprometemos también con la minimización del consumo de gasolina a través del diseño de motores que utilizan la energía del modo más eficaz, instalamos convertidores catalíticos y creamos chasis más ligeros y aerodinámicos.

Tomado de www.seat



2 ¿Cuál es el sello ecológico de cada fabricante? Resume la estrategia de cada uno.



3 Biocombustibles, fuente de futuro. Escucha la grabación y completa el siguiente cuadro.

	bioetanol	E5 / E 10	E85	E-diésel
Composición				
Comercialización				

4 Los modelos estrella. Aquí tienes las características de cada coche. Compáralas con tus compañeros. En vuestra opinión, ¿qué marca realiza el coche más ecológico? ¿Por qué?

Polo BlueMotion

Carrocería:
3/5 puertas

Medidas: longitud =
391,6 cm – anchura =
165 cm – altura = 146,7 cm

Motor: 1,4 TDI de 80 CV – diésel 3 cilindros

Consumo medio: 3,8 litros a los 100 km

Emisiones CO₂: 99 gr/km (gramos por kilómetro)

Velocidad máxima: 176 km/h

Precio: 26 880 €



Ford C-Max Flexifuel

Carrocería: Monovolumen 5 puertas

Medidas: longitud = 437,2 cm – anchura =
182,5 cm – altura = 159,6 cm

Motor: 1,8 Flexifuel 125 CV – E85 o gasolina 4 cilindros

Consumo medio: 7,1 litros a los 100 km

Emisiones CO₂: 169 gr/km

Velocidad máxima: 195 km/h

Precio: 19 430 €



Toyota Prius Executive

Carrocería:
5 puertas

Medidas: longitud
= 445 cm – anchura = 175,5 cm – altura = 149 cm

Motor: híbrido 78 CV – gasolina 4 cilindros

Consumo medio: 4,3 litros/100 km

Emisiones CO₂: 104 gr/km

Velocidad máxima: 170 km/h

Precio: 24 500 €



SEAT Ibiza Ecomotive

Carrocería: 3/5 puertas

Medidas: longitud = 397,7 cm – anchura = 169,5 cm
– altura = 144,1 cm

Motor: 1,4 TDI de 80 CV
– diésel 3 cilindros

Consumo medio: 3,8 litros/100 km

Emisiones CO₂: 99 gr/km

Velocidad máxima: 177 km/h

Precio: 14 905 € (3 puertas) o 15 326 € (5 puertas)



CREEMOS Y NEGOCIEMOS

1 Lanzamiento de un producto Bio



Descripción

La Compañía de Galletas Noel S.A., líder en el mercado colombiano y con presencia en varios países de América del Sur y del mundo está queriendo darle un giro «Bio» a sus marcas y a sus productos. Los directivos de la compañía se van a reunir para vislumbrar la posibilidad del lanzamiento de este tipo de productos. Hasta el momento la compañía no

había pensado en la necesidad de lanzar una marca o una línea de productos «Bio». Los directivos estaban convencidos de que este tipo de productos sólo funciona bien en países desarrollados, preocupados por los cultivos transgénicos y la preservación del medio ambiente. Sin embargo, se han dado cuenta de que hoy en día sus clientes colombianos y latinoamericanos empiezan a pedir este tipo de productos.



Escucha la grabación y completa el cuadro.

PISTA 8

Ubicación:

Características del producto:

Materia prima:

Posición en el mercado:

Porcentaje de exportación:

2 Responsabilidad Social. Completa el siguiente texto con las palabras del recuadro.

proyectos	recursos	bienestar	desarrollar
gestión	labor	ingresos	

Fiel a su filosofía corporativa, **NOEL** contribuye con el [1] _____ de la sociedad, buscando optimizar los [2] _____ y ser más efectivos en la [3] _____ de satisfacer a la comunidad. La compañía orienta todas sus acciones de Responsabilidad Social en cinco líneas de [4] _____: salud, educación, generación de [5] _____, emprendimiento

y apoyo al arte y la cultura. Adicionalmente apoya [6] _____ sociales que generan bienestar a la comunidad.

Este año la compañía ha invertido cerca de 899 millones de pesos para [7] _____ programas que benefician a 992 instituciones y 53 436 personas.

Adaptado de www.noel.com.co

3 Acude al sitio Internet www.noel.com.co para recoger más informaciones sobre la compañía Noel.



El Director General de la empresa se reúne con tres de sus principales colaboradores para tomar una decisión sobre la viabilidad del lanzamiento de una marca o una línea de productos BIO. Cuatro estudiantes o cuatro grupos van a hacer el papel del Director General, el Director de Investigación y Desarrollo, el Director Financiero y el Director de *Marketing*. Después de la reunión se deberá tomar una decisión sobre la estrategia que la empresa va a seguir. Podéis redactar un documento que resuma la nueva política de la empresa sobre este tema para presentarla a los accionistas.

Consignas

1. Tú eres el Director General de la empresa y has convocado a esta reunión para conocer las opiniones de tus colaboradores más cercanos. Tienes una idea más o menos clara de lo que son los productos BIO, sabes que contribuyen a mantener la salud tanto de los agricultores como de los consumidores ya que son productos que no utilizan biocidas ni semillas transgénicas, son equilibrados y muy ricos en nutrientes. Sin embargo temes que los consumidores de los productos de Noel no aprecien su gusto.
2. Tú eres el Director de I+D de la empresa. Te muestras favorable al lanzamiento de una línea de productos BIO, crees que eso le va a dar



un nuevo dinamismo a la empresa, conoces bien las características de dichos productos que respetan el medio ambiente, al agricultor y por lo tanto al consumidor. Además sabes que estos productos permiten recuperar los sabores naturales de los alimentos ya que no utilizan aditivos de ninguna especie.

3. Tú eres el Director Financiero y, aunque estás de acuerdo en que puede ser interesante implementar una línea de productos BIO,

consideras que el costo por el momento de tal lanzamiento es muy importante. Primero porque las materias primas son mucho más caras, y también porque hace falta invertir en la creación de los productos y en campañas de comunicación específicas. En el momento actual te parece insostenible la creación de este tipo de productos.

4. Tú eres el Director de *Marketing* de la empresa. Has hecho un análisis del consumidor actual y sabes que los consumidores se preocupan mucho por su salud. Últimamente ha habido en el mundo varios escán-

dalos alimentarios y esto ayuda a promover los productos BIO. En caso de lanzar una línea de productos BIO, la clave, según tu opinión, estará en una muy buena campaña de comunicación. Sabes que el consumidor quiere productos naturales y genuinos pero fáciles de utilizar y de encontrar.

CADA DÍA MÁS

El patrimonio cultural de la humanidad



1 La UNESCO y el Patrimonio Mundial. Escucha la grabación y responde a las preguntas.

¿Qué es la UNESCO?

¿Cuál es su propósito?

¿Qué es el patrimonio?

¿Por qué es importante para un país tener bienes «Patrimonio de la Humanidad»?

2 Tres Patrimonios de la Humanidad en España.



Ciudad histórica de Toledo o La ciudad de las Tres Culturas.

Entre otras cosas, la historia de Toledo resulta memorable por haber cobijado simultáneamente durante la Edad Media a las poblaciones judía, musulmana y cristiana, que convivían pacíficamente alrededor del comercio, la artesanía y la cultura.

Toledo es en sí misma un monumento, pues dispone de ejemplos arquitectónicos de casi todas las épocas. Entre

ellos destacan su Catedral, comenzada en el año 1226 y con ascendencia francesa, su muralla y las puertas de la misma, el Monasterio de San Juan de los Reyes, el Alcázar, etc. Pero Toledo no sólo resulta riquísima en patrimonio monumental, sino también en joyas artísticas, que van desde algunas de las más geniales obras de El Greco hasta algunas de las mejores obras de orfebrería de todos los tiempos.

Año de inscripción como patrimonio de la humanidad: 1986.



Destino de peregrinos

El Camino de Santiago, ruta que recorren los peregrinos hasta la tumba del Apóstol en Santiago de Compostela, ha permitido la comunicación cultural de todos los pueblos del orbe católico.

El hecho histórico a partir del cual la ciudad de Santiago

se convierte en centro de peregrinación es el descubrimiento del sepulcro del Apóstol Santiago y su declaración como patrono del Reino en el siglo IX. Hoy en día, la ciudad se ha convertido en uno de los conjuntos monumentales más importantes del mundo. Sus elementos culturales son de gran valor y, entre ellos, destaca la imponente Catedral de fachada barroca ubicada en la plaza del Obradoiro.

Año de inscripción como patrimonio de la humanidad: 1985.

La joya del arte nazarí

La Alhambra es conocida en todo el mundo como uno de los monumentos más bellos construidos por el ser humano.

El conjunto formado por la Alhambra, el Generalife y el Albaycín (o Albayzin) de Granada es uno de los más fascinantes del mundo y que todos los años atrae a millares de visitantes de todos los países.

La Alhambra, construida entre los siglos IX y XIV, aunaba en su conjunto funciones militares y residenciales. El Generalife se encuentra en un monte cercano, concebido como zona de recreo de la corte nazarí. El núcleo principal

de la Alhambra lo constituyen el Palacio de Comares y el Cuarto de los Leones. El Albaycín se sitúa al norte de la Alhambra. Es un barrio que conserva la estructura medieval de calles enrevesadas y pequeñas plazas que sorprenden al visitante. En el barrio aún se pueden contemplar restos de arquitectura árabe y los cármenes (casas de recreo con pequeños jardines).

Años de inscripción como patrimonio de la humanidad: 1984-1994.



Adaptado de
www.patrimonio-mundial.com

3 Relaciona las frases con los Patrimonios de la Humanidad.

	Toledo	Santiago de Compostela	La Alhambra
1. Es la ciudad a donde acuden los peregrinos.	☐	☐	☐
2. Es conocida como la ciudad de las tres culturas.	☐	☐	☐
3. La fachada de su catedral es de estilo barroco.	☐	☐	☐
4. Su construcción data de la época árabe en España.	☐	☐	☐
5. En esta ciudad se hallan algunas obras de El Greco.	☐	☐	☐
6. Es el célebre palacio de los reyes moros en Granada.	☐	☐	☐
7. En esta ciudad está enterrado uno de los apóstoles.	☐	☐	☐
8. Es una bellísima muestra de la arquitectura árabe en España.	☐	☐	☐
9. En la ciudad se dedican a la orfebrería.	☐	☐	☐

4 Sitúa estos tres Patrimonios de la Humanidad en el mapa.

5 Busca otros Patrimonios de la Humanidad en España, sitúalos en el mapa y preséntalos a la clase. Puedes acudir al sitio Internet www.patrimonio-mundial.com.

6 ¿Existen Patrimonios de la Humanidad en tu país? Coméntalo con tus compañeros.

EL RINCÓN GRAMATICAL

PRESENTE DE SUBJUNTIVO: VERBOS REGULARES E IRREGULARES

Verbos regulares			verbos irregulares			
hablar	comer	vivir	haber	ser	ir	saber
hable	coma	viva	haya	sea	vaya	sepa
hables	comas	vivas	hayas	seas	vayas	sepas
hable	coma	viva	haya	sea	vaya	sepa
hablemos	comamos	vivamos	hayamos	seamos	vayamos	sepamos
habléis	comáis	viváis	hayáis	seáis	vayáis	sepáis
hablen	coman	vivan	hayan	sean	vayan	sepan

Observa las vocales: verbos en -ar: a → e
en -er o -ir: e → a

PRESENTE DE SUBJUNTIVO: IRREGULARIDADES

con diptongo		verbos en -ir			con irregularidad de 1ª persona		
pensar	volver	sentir	pedir	dormir	tener	decir	conocer
piense	vuelva	sienta	pida	duerma	tenga	diga	conozca
pienses	vuelvas	sientas	pidas	duermas	tengas	digas	conozcas
piense	vuelva	sienta	pida	duerma	tenga	diga	conozca
pensemos	volvamos	sintamos	pidamos	durmamos	tengamos	digamos	conozcamos
penséis	volváis	sintáis	pidáis	durmáis	tengáis	digáis	conozcáis
piensen	vuelvan	sientan	pidan	duerman	tengan	digan	conozcáis

Diptongación como en el presente de indicativo.

Observa las 1ª y 2ª personas del plural:
e > i / o > u

Todas las irregularidades de **1ª persona** del presente de indicativo afectan también al presente de subjuntivo.

USOS DEL SUBJUNTIVO

Para expresar una voluntad, un deseo: querer que, desear que, pedir que + subjuntivo

Ellos quieren que la empresa **gane** dinero.

Para expresar la finalidad: para que + subjuntivo

... para que **suban** sus acciones.

Para expresar una necesidad: es necesario, es preciso que, hace falta que + subjuntivo

Es necesario que **hagamos** una fuerte inversión.

Para expresar una probabilidad: quizás, tal vez, es posible que + subjuntivo

Quizás **tengamos** una responsabilidad social.

Es posible que el medio ambiente **sea** una preocupación de todos nosotros.

Para expresar la opinión:

¿Pensáis que a ellos les **interesa** el medio ambiente?

Yo creo que **debemos** deslocalizar la planta de producción.

Yo **no** creo que a ellos les **interesen** solamente las ganancias.

Yo **no** creo que esa preocupación **deba** guiar nuestra estrategia.

El verbo principal **afirma** una realidad: empleo del **indicativo**

El verbo principal **niega** la afirmación: empleo del **subjuntivo**

FUTURO DE INDICATIVO: VERBOS REGULARES

Infinitivo + presente de *haber* → futuro

	he	hablaré	comeré	viviré
	has	hablarás	comerás	vivirás
hablar	ha	hablará	comerá	vivirá
comer	hemos	hablaremos	comeremos	viviremos
vivir	habéis	hablaréis	comeréis	viviréis
	han	hablarán	comerán	vivirán

Observación: Todas las terminaciones llevan un acento escrito, excepto en la 1ª persona del plural.

FUTURO DE INDICATIVO: VERBOS IRREGULARES

pierden la <i>e</i> del infinitivo:	pierden la <i>e</i> o la <i>i</i> del infinitivo y añaden una <i>d</i> :	alteración más importante:
saber → sabré	tener → tendré	hacer → haré
poder → podré	poner → pondré	decir → diré
querer → querré	valer → valdré	
caber → cabré	venir → vendré	
haber → habré	salir → saldré	

Observación: La irregularidad sólo afecta a la parte del infinitivo, las terminaciones son regulares.

USOS DEL FUTURO

Usamos el futuro para expresar una acción futura:

Los accionistas **estarán dispuestos** a sacrificar una parte de sus ganancias.

Tendremos que hacer una buena campaña de comunicación.

Habrá que venderles la idea.

¡Fíjate! Ir a + infinitivo también expresa el futuro:

Va a ser difícil resolverlos todos.

Vamos a ahorrar dinero.

para expresar la probabilidad:

¿**Será** la oportunidad para modernizar nuestras instalaciones?

en frases condicionales:

Si no reaccionamos a tiempo, nuestros competidores nos **adelantarán** y **será** difícil alcanzarlos.

Si la empresa empieza a perder partes del mercado, no les **gustará** nada.

Si no lo tomamos en cuenta ahora, más tarde **tendremos** serios problemas.

RECUERDA

Este coche es muy bonito. / Me parece muy bien.	muy + adjetivo o adverbio
Una bellísima muestra de la arquitectura árabe.	adjetivo + ísimo, a, os, as
Hay muchos monumentos en Toledo.	mucho, a, os, as + nombre
Este coche corre mucho . / Me gusta mucho .	verbo + mucho (= adverbio)



Una campaña a favor del medio ambiente



Escucha la grabación para conocer Iberdrola. Acude al sitio Internet www.iberdrola.es para obtener mayores informaciones sobre esta compañía.

2 Observa este cartel, descríbelo y analiza las diferentes partes que lo componen.

Huella Verde Iberdrola

¿Quieres reducir tu huella de CO₂?

Cuidar nuestro planeta es cosa de todos. Iberdrola, líder mundial en energías renovables, te ofrece su **Calculadora Huella CO₂** con la que podrás conocer tus emisiones de CO₂ y reducirlas, ahorrar y mejorar tu calidad de vida y la de todos. Empieza ahora mismo, contestando a estas preguntas:

- ¿Cuántas **bombillas de bajo consumo** tienes en tu vivienda?
- ¿Qué tipo de **aislamiento** tiene tu hogar?
- ¿Qué tipo de combustible empleas en tu **calefacción**?

Ahora, entra en www.iberdrola.com/huellaverde y responde a éstas y otras preguntas más y podrás saber cuánto CO₂ emites y cómo reducirlo y, además, conseguir fantásticos regalos para disfrutar como nunca de la naturaleza.

La tierra te necesita, ¿te apuntas?

ADOP
Patrocinador
del Equipo
Paralímpico
Español

IBERDROLA
Queremos ser tu energía

- 3 Analiza el logotipo y el eslogan de la empresa con tus compañeros de clase.
- 4 Responde a las 3 preguntas planteadas en el cartel. Compara tus respuestas con las de tus compañeros de clase.
- 5 Poneos en parejas. Cada uno crea un cuestionario para conocer mejor las actitudes medioambientales de su compañero y lo entrevista. Comparad vuestras respuestas.
- 6 ¿Qué podéis hacer para mejorar vuestras actitudes medioambientales? Presentad una lista de soluciones a la clase.
- 7 Acude al sitio de Internet www.iberdrola.com/huellaverde y averigua las motivaciones de la empresa. Preséntalas a la clase.



Abertis, Cintra y Acciona son tres empresas españolas cotizadas en la Bolsa de Madrid. Están vinculadas al sector de la construcción y de las infraestructuras de transportes. Desde hace mucho se interesan por los problemas del medio ambiente y por la responsabilidad social empresarial.

Se divide a la clase en tres grupos, cada uno de los cuales va a ser el representante de una de estas empresas.

Primera etapa: Presentación de las empresas.

Cada equipo acude al sitio de Internet de su empresa y prepara una presentación de la misma.

<http://www.abertis.com/es/>

<http://www.acciona.es>

<http://www.cintra.es>

En cada uno de los sitios encontraréis una descripción de la empresa y de sus actividades, pero también podréis informaros de cómo ve la compañía su responsabilidad social. Tendréis que insistir sobre este aspecto durante vuestras presentaciones.

Segunda etapa: Una campaña sobre la responsabilidad social.

Cada una de estas empresas os ha pedido realizar una campaña nacional en la cual debéis insistir sobre la responsabilidad social de la empresa. El objetivo es sensibilizar a los ciudadanos españoles sobre temas como la preservación del medioambiente, el uso de energías renovables, la solidaridad empresarial, el respeto de los derechos humanos (derecho a la vida, derecho a la paz, derecho al trabajo, etc.) y la responsabilidad con las generaciones futuras.

Cada equipo va a realizar un cartel, una cuña radial y un anuncio televisivo en los cuales se deberá tratar uno o varios de los temas mencionados, resaltando la aportación de la empresa para conseguir dicho fin.

Debéis crear un eslogan que esté presente en todas las etapas de la campaña.

Una vez concebida vuestra campaña, la presentaréis a la clase, justificando y analizando la imagen corporativa que habéis querido resaltar. Indicad en qué medios de comunicación creéis que se puede promover la campaña tomando en cuenta el público objetivo.