

UNIVERSITY OF CAMBRIDGE INTERNATIONAL EXAMINATIONS

International General Certificate of Secondary Education

**MARK SCHEME for the May/June 2011 question paper
for the guidance of teachers**

0502 FIRST LANGUAGE SPANISH

0502/02

Paper 2 (Reading Passages – Extended),
maximum raw mark 50

This mark scheme is published as an aid to teachers and candidates, to indicate the requirements of the examination. It shows the basis on which Examiners were instructed to award marks. It does not indicate the details of the discussions that took place at an Examiners' meeting before marking began, which would have considered the acceptability of alternative answers.

Mark schemes must be read in conjunction with the question papers and the report on the examination.

- Cambridge will not enter into discussions or correspondence in connection with these mark schemes.

Cambridge is publishing the mark schemes for the May/June 2011 question papers for most IGCSE, GCE Advanced Level and Advanced Subsidiary Level syllabuses and some Ordinary Level syllabuses.

Page 2	Mark Scheme: Teachers' version	Syllabus	Paper
	IGCSE – May/June 2011	0502	02

PREGUNTA 1

Imagine que usted es el editor de la revista mensual de la agencia de viajes del texto A. Una de sus tareas es escribir un artículo sobre el actual vendedor del mes, Fulcro Fernández López. Para ello, decide entrevistar al cliente mencionado en el texto A. En la entrevista usted formula las siguientes preguntas al cliente:

- (a) ¿Puede decirnos algo sobre usted mismo y el tipo de vacaciones que buscaba?
- (b) ¿Cómo le ayudó Fulcro Fernández López a encontrar las vacaciones deseadas para esta ocasión?
- (c) ¿Por qué cree que Fulcro Fernández López merece el premio al vendedor del mes?

Escriba las respuestas del cliente a las preguntas (a), (b), (c), utilizando entre 200-250 palabras. Base estas respuestas en la información que le da el pasaje y en las ideas en él expuestas, utilizando sus propias palabras.

A: LECTURA

Dé un punto de acuerdo con las ideas expuestas a continuación, hasta un máximo de 15.

See below for list of content points that will be credited:

- Write appropriate number in margin to indicate a point that will be credited
 - pnm (point not made) = candidate fails to make the point and will not be credited
 - R (repetition) = candidate repeats a point that has already been credited (do not put the number)
 - Add up number of content points: **NUMBER OF CONTENT POINTS = MARK**
-
- **Puede decirnos algo sobre usted mismo**
 - 1 **Apariencia física:** el cliente va bien vestido / tiene un gusto caro / lleva un reloj Rolex
 - 2 **Éxito en el trabajo:** tiene dinero para gastar (el texto no especifica su profesión) / es empresario
 - 3 **Personalidad:** el cliente es exigente y sabe lo que quiere, está seguro de sí mismo
 - 4 **Edad:** según FFL tiene unos 50 años y se siente joven (lleno de ilusión)
 - 5 **Situación:** el cliente está a punto de casarse por segunda vez / el cliente se ha casado por segunda vez / es una luna de miel / se va a casar con una joven / tiene una novia joven
 - 6 **Imagen social:** al cliente le importa lo que piensan los amigos
 - 7
 - 8
 - 9

Page 3	Mark Scheme: Teachers' version	Syllabus	Paper
	IGCSE – May/June 2011	0502	02

- **y el tipo de vacaciones que buscaba?**

- 10 el cliente quiere algo **especial** / espectacular / exótico / lujoso / variopinto / desconocido por la mayoría
- 11 el cliente quiere **impresionar/sorprender** con el destino: a su futura esposa / a sus amigos (**lo desea**)
- 12 al cliente **no le interesan** los sitios muy visitados (eje. México, China...)
- 13 el cliente **busca** playa / cultura / combinación
- 14 **no le interesan** destinos (como las Islas Mauricio) que únicamente ofrecen playas exóticas
- 15 **la China** le parece demasiado agobiante como destino
- 16 al cliente **no le importa** el coste de las vacaciones (aunque no es esto su prioridad)
- 17 al cliente **no le importa** la lejanía del lugar (aunque no es esto su prioridad)
- 18 **quiere tener** todo lo que pide cerca del lugar del destino
- 19 el cliente **describe lo que busca** como un **lugar imaginario y un poco inverosímil** (se debe dar el punto cuando el estudiante menciona una combinación de sitios, eje. montañas con nieve/playa y monumentos/variedad de paisajes y opciones culturales)
- 20
- 21
- 22

- **¿Cómo le ayudó Fulcro Fernández López a encontrar las vacaciones deseadas para esta ocasión?**

- **¿Por qué cree que Fulcro Fernández López merece el premio al vendedor del mes?**

- 23 FFL es muy **profesional**: conoce su trabajo / es un buen vendedor / es carismático (elogio en términos generales)
- 24 FFL **sabe escuchar** al cliente: sabe acomodarse al cliente / entiende/comprende lo que quiere el cliente / quiere saber lo que desea el cliente / respeta al cliente
- 25 FFL demuestra tener mucha **paciencia** (eje. no se enfada cuando el cliente rechaza sus sugerencias, sigue haciendo sugerencias aunque no convencen al cliente)
- 26 FFL **conoce muchos destinos**: da muchas sugerencias / ofrece muchas opciones / muestra folletos/el hotel de cinco estrellas
- 27 FFL **reacciona rápido**: espontáneo y directo (ante cualquier sugerencia)
- 28 FFL es **persuasivo / elocuente**: sabe capturar lo esencial de cada destino en unas pocas palabras (eje. utiliza su imaginación para convencer al cliente aunque no conoce mucho sobre Granada)
- 29 FFL es **persistente**
- 30 El cliente está muy **satisfecho** con el sitio que FFL le ha buscado (siente que va a ser el primero de sus conocidos en ir a Granada) / FFL encuentra el sitio ideal para el cliente / FFL encuentra el sitio con el que soñaba/que se imaginaba el cliente
- 31 El cliente siente que **va a impresionar** a sus amigos / su novia con su destino de vacaciones
- 32
- 33
- 34

Page 4	Mark Scheme: Teachers' version	Syllabus	Paper
	IGCSE – May/June 2011	0502	02

Criterios de puntuación

A: LECTURA

Use las siguientes descripciones para puntuar (máximo 15 puntos) la respuesta dada según la comprensión del texto.

Do not penalise lifting where material is incorporated into candidates answer.

Banda 1 13-15	La respuesta es clara y concisa, presenta una visión correcta de la información del texto. Buena interpretación personal. El argumento y sus apartados son convincentes y están bien expuestos.	15 points from text = 15 marks 14 points from text = 14 marks 13 points from text = 13 marks
Banda 2 10-12	Se exponen algunos puntos importantes con precisión. El estudiante maneja adecuadamente la información del texto. El argumento es convincente.	12 points from text = 12 marks 11 points from text = 11 marks 10 points from text = 10 marks
Banda 3 7-9	La exposición de algunos puntos es correcta pero no es totalmente consistente. La interpretación personal es en general coherente aunque le falta precisión.	9 points from text = 9 marks 8 points from text = 8 marks 7 points from text = 7 marks
Banda 4: 4-6	Existe una comprensión global del texto, pero con fallos al especificar y dar detalles. La interpretación personal del texto es floja. La presentación es confusa.	6 points from text = 6 marks 5 points from text = 5 marks 4 points from text = 4 marks
Banda 5 1-3	Se exponen algunos puntos pero evidentemente de una forma confusa. Falta de esfuerzo en la interpretación personal.	3 points from text = 3 marks 2 points from text = 2 marks 1 points from text = 1 marks
0	Respuesta inadecuada y apenas se relaciona con el texto.	

Page 5	Mark Scheme: Teachers' version	Syllabus	Paper
	IGCSE – May/June 2011	0502	02

B: REDACCIÓN

Use las siguientes descripciones para puntuar (máximo 5 puntos) la respuesta dada según el lenguaje utilizado.

Banda 1	5	La sucesión de los párrafos es buena. Tiene un argumento excelente y está bien defendido, utilizando un amplio y variado vocabulario.
Banda 2	4	La respuesta consiste mayormente en una sucesión ordenada de frases. El argumento es bueno, utilizando un lenguaje apropiado.
Banda 3	3	Hay ejemplos de oraciones bien ordenadas. El argumento es razonable y el lenguaje adecuado.
Banda 4	2	Aparece algún que otro razonamiento dentro de un orden. El lenguaje es simple, pero está correctamente usado.
Banda 5	1	Las frases no constituyen un esquema ordenado por lo general. Se logra comunicar a través del lenguaje pero sin ir a más.
	0	La presentación de la respuesta no sigue un orden y el lenguaje es insuficiente para esta tarea.

PREGUNTA 2

Vuelva a leer las líneas **32-56** (desde '-Sí, claro...' hasta '...Granada existe'). **Seleccione y comente** las palabras y expresiones de este fragmento que muestran que Fulcro Fernández López es un vendedor competente y seguro de si mismo. Sus comentarios deben explicar cómo las citas que usted ha escogido, comunican los dotes de vendedor de Fulcro Fernández López.

Algunos ejemplos del tipo de palabras que pueden justificar las citas: acertado, adaptable, advertido, amañado, apasionado, apto, atento, audaz, autoestima, autoridad, capacitado, capaz, carismático, competitivo, conocedor, control, confianza, convincente, cualificado, decidido, decisivo, dedicado, determinación, diestro, dispuesto, efectivo, eficiencia, eficaz, elocuente, entendido, entrenado, especialista, especializado, exigente, exitoso, experiencia, experto, fiabilidad, fiable, fiero, firme, hábil, habilidad, idóneo, improvisador, inagotable, infalible, ingenioso, intuitivo, luchador, manipulación, motivado, perfeccionismo, persistente, persuasivo, preparado, profesional, serio, rápido, valiente, victorioso

Page 6	Mark Scheme: Teachers' version	Syllabus	Paper
	IGCSE – May/June 2011	0502	02

Y yo le localizo el lugar exacto	Perfeccionista / muestra el perfeccionismo de FFL Capaz: se cree capaz de encontrar lo que el cliente quiere / es capaz de encontrar el destino perfecto Experiencia: sabe su trabajo / es experto en vender / sabe cómo llegar a su meta / sabe cómo lograr un resultado positivo Dedicado: muestra la dedicación de FFL Persistente: garantiza encontrar el lugar / enfatiza sus poderes de persuasión Confianza: no duda en su capacidad / no pone en duda su efectividad Profesional
FFL es un ejecutivo agresivo pero muy profesional	Decisivo: responde con firmeza / responde con decisión Luchador: sabe sobreponerse al cliente Capaz: es experto en vender / es un vendedor serio / es alguien competente Competitivo
Se lo va a facilitar	Confianza: muestra la confianza de FFL
Enumera las delicias del Alhambra Palace	Conocedor: posee grandes conocimientos
Ve con cierto pánico cómo el gesto de su interlocutor se frunce	Intuitivo: no necesita hablar para darse cuenta de la situación
Recurre de nuevo a su profesionalidad	Confianza: confíe en sus conocimientos / confíe en sus dotes de vendedor Persistente: no se rinde / no se da por vencido
Transforma el pánico de su paciencia a punto de agotarse en agresividad fiduciaria	Luchador: no se rinde / no se da por vencido / no se desespera Adaptable: sabe adaptarse / se adapta a cualquier situación Control: sabe sobreponerse a situaciones difíciles / sabe manejar a los clientes / sabe manejarse / sabe controlarse / toma el control Preparado: se muestra preparado para cambiar las cosas
Se lanza al asalto orgulloso de sus reflejos	Fiero: no tiene miedo / se arriesga Apasionado: la pasión con que ejecuta su trabajo Confianza: muestra la confianza que tiene en sí mismo / muestra que se autoestima
Lo suyo es Granada la más enigmática y desconocida isla del Caribe	Control: FFL domina la situación Rápido: muestra rapidez mental Audaz: muestra la audacia del vendedor Acertado: muestra la certeza de FFL Decidido
Se deja llevar por la imaginación	Improvisador Ingenioso: vendedor con muchos recursos / se le ve muy apto como vendedor
Nadie puede resistirse a tanta maravilla acumulada	Carismático: se muestra persuasivo / convence al cliente / descripción convincente Apasionado: muestra la pasión de FFL por su trabajo
No le extraña la sonrisa que ilumina el rostro del hombre	Acostumbrado a triunfar Intuitivo: anticipa las reacciones del cliente
No es el paquete que se había imaginado	Se adapta a las necesidades del cliente

Se pueden admitir otras citas si el comentario implica suficiente comprensión de la(s) palabra(s) y su contexto.

Page 7	Mark Scheme: Teachers' version	Syllabus	Paper
	IGCSE – May/June 2011	0502	02

Criterios de puntuación

Buscamos frases y palabras que nos den a entender los dotes de vendedor de Fulcro Fernández López.

El punto se puede dar si en la explicación aparece una idea que comunique que Fulcro Fernández López es un vendedor competente y seguro de sí mismo, **aunque esta idea se exprese en una sola palabra.**

Problemas encontrados:

- no se puede coger cada cita y simplemente decir 'aquí se ve que FFL es un vendedor **'competente / seguro de sí mismo / con gran dotes de vendedor'** sin más; si esto ocurre, se aceptará solo con UNA de ellas.
- tan solo se aceptará UNA VEZ la idea de enfatizar una misma justificación (normalmente cada cita se tiene que justificar con una idea/palabra diferente).
- no se aceptará una explicación de una cita que no aporte nada nuevo y que se limite a explicar lo que significa la cita.
- puntos suspensivos en una cita que incluya las palabras que son pertinentes en la explicación serán aceptadas 'FFL es un ejecutivo ... muy profesional.
- se aceptarán situaciones como el siguiente ejemplo: 'FFL es un ejecutivo agresivo pero muy profesional', 'agresivo' nos da a entender que ... (1 punto) y 'profesional' nos comunica ... (1 punto).

Instrucciones para corregir

- Se subraya la cita extraída del texto.
- Se pone una señal ('tick') en el escrito del alumno cuando se de una explicación/idea apropiada.
- Cuando (i) y (ii) se han hecho, se pone una señal (1) en el margen del escrito.
- Se suman las señales del margen (1) y se aplican los criterios de puntuación de esta pregunta.

Use las siguientes descripciones para puntuar la respuesta (máximo de 10 puntos).

Banda 1 9-10	Uso variado del lenguaje con comentarios de alta calidad, que añaden significado y asociaciones a las palabras, demostrando las razones del escritor al usarlas. Puede agrupar selecciones de palabras para identificar la intención del escritor.	Mínimo de 7 palabras o frases con comentario
Banda 2 7-8	Hace referencia a un buen número de palabras y frases, algunas de las cuales identifican los efectos deseados. Hay evidencia de que el estudiante comprende la pregunta.	5/6 palabras o frases con comentario
Banda 3 5-6	Un intento satisfactorio de identificar palabras y frases que sean adecuadas. El estudiante entiende el significado de éstas pero no explica el porqué de su uso.	3/4 palabras o frases con comentario
Banda 4 3-4	La selección de palabras es floja, mezclando todo tipo de éstas. Las explicaciones son insuficientes y no se justifica la selección de las palabras.	4 puntos: 2 palabras o frases con explicación
		3 puntos: 1 palabra o frase con explicación
Banda 5 1-2	La selección de palabras es insegura. La pregunta ha sido entendida, pero no está claro que se haya entendido la intención del escritor al usarlas.	2 puntos: comentario(s) <i>acertados(s)</i> sin palabras/frases
		1 punto: (varias) cita(s) sin comentario
0	La respuesta no se ajusta a la pregunta. Se han seleccionado palabras o frases inadecuadas.	

Page 8	Mark Scheme: Teachers' version	Syllabus	Paper
	IGCSE – May/June 2011	0502	02

PREGUNTA 3

Lea el **texto B** y lea nuevamente el **texto A**.

Resume lo que dicen los dos textos A y B sobre:

(a) las ventajas de organizar unas vacaciones a través de una agencia de viajes (textos A y B)

(b) los efectos negativos del turismo masivo contemporáneo (texto B).

Escriba el resumen en unas 250 palabras en total. Base su escrito en la información y las ideas expuestas en los dos textos, utilizando sus propias palabras.

Criterios de puntuación

A: CONTENIDO

Dé un punto de acuerdo con las ideas expuestas a continuación, hasta un máximo de 15.

See below for list of content points that will be credited:

- Write appropriate number in margin to indicate a point that will be credited
- pnm (point not made) = candidate fails to make the point and will not be credited
- R (repetition) = candidate repeats a point that has already been credited (**do not put the number**)
- Add up number of content points: **NUMBER OF CONTENT POINTS = MARK**

(a)

- 1 las agencias tienen **ofertas (especiales)**
- 2 las agencias **ofrecen una gran selección** de vacaciones
- 3 la agencia **ayuda** al cliente a encontrar lo que el desea / hace más fácil la decisión (**bien informadas**)
- 4 hay **menos 'riesgo'** con una agencia / se confía que la agencia ofrezca un buen producto
- 5 se sabe de antemano **el costo** de las vacaciones / las vacaciones no organizadas pueden exceder el presupuesto previsto
- 6 se puede conocer de antemano la **calidad de los hoteles**
- 7 se ofrece **ayuda** al turista en el centro turístico: v.g. los guías ayudan a la integración del turista en un lugar desconocido (idioma, costumbres, etc) / hay personal en el lugar de destino para resolver problemas / hay ayuda las 24 horas del día
- 8 se descansa más / este tipo de vacaciones es menos estresante
- 9 la compra puede ser **cómoda (menos preocupaciones, sin estrés, alivio, agradable...)**
- 10 la agencia intentará convencer al cliente que el producto es bueno
- 11 **las vacaciones/el viaje mismo es más fácil** cuando lo organiza una agencia (**paquetes vacacionales**)
- 12 **la agencia de viajes está disponible a cualquier clase social**
- 13
- 14

Page 9	Mark Scheme: Teachers' version	Syllabus	Paper
	IGCSE – May/June 2011	0502	02

(b)

- 15 **actualmente, toda persona puede acceder fácilmente al turismo vacacional (turismo en masa)**
- 16 la masificación turística puede ocasionar **diversos problemas** en el lugar de destino **(cualquiera en términos generales)**
- 17 se buscan los mayores **beneficios económicos** al explotar esta industria
- 18 se busca (la mas **rápida**) **rentabilidad** (posible)
- 19 **los gobiernos** no consideran los efectos sociales y culturales de sus políticas turísticas (v.g. el turismo masivo afecta las costumbres de la gente local)
- 20 el turismo se ha explotado de forma irresponsable / irreversible
- 21 no se considera el posible **impacto ambiental** / el daño al medio ambiente es notable
- 22 se destruyen **manglares** (para construir marinas)
- 23 se destruyen **dunas** / vegetación (costera para construir hoteles directamente en la playa)
- 24 el turista paga a la agencia y no gasta su dinero en el país de destino
- 25
- 26

B: REDACCIÓN

Use las siguientes descripciones para puntuar (máximo 5 puntos) la respuesta dada según el lenguaje utilizado.

Banda 1	5	Todos los puntos son expresados clara y concisamente por el estudiante, usando sus propias palabras. La respuesta está muy bien enfocada en cuanto al texto y la pregunta se refiere.
Banda 2	4	La mayor parte de la respuesta es concisa y bien enfocada, aunque la introducción sea superflua. El estudiante usa sus propias palabras con propiedad.
Banda 3	3	El estilo es parcialmente conciso. Se pierde ocasionalmente el enfoque de la pregunta. El estudiante usa sus propias palabras.
Banda 4	2	Respuesta algo enfocada pero repetitiva y sin apenas concisión. Aparecen términos copiados del texto.
Banda 5	1	Respuesta mal enfocada y verbosa. Uso frecuente de términos copiados del texto.