

nivel **B1** audiolibro colección marca española

Empresas

Índice

COLECCIÓN MARCA ESPAÑA

Autor: José Ángel Gonzalo
Coordinación editorial: Clara de la Flor
Supervisión pedagógica: Emilia Conejo
Glosario y actividades: Emilia Conejo
Diseño y maquetación: rosacasirojo
Corrección: Rebeca Julio

Fotografía de cubierta: Tienda Camper en Barcelona
Fotografías: Peseta, Camper, Mango, Seat, Mercadona, Lékué
© Interior de la tienda de Zara en Roma. Inditex, 2011
Vídeo: BALABUSCA
Locución: Cristina Carrasco

© Difusión, Centro de Investigación y Publicaciones de Idiomas, S.L., 2011
ISBN: 978-84-8443-731-4
Depósito legal: B-5479-2011
Impreso en España por T. G. Soler
www.difusion.com

Cómo trabajar con este libro 8

Introducción 11

1. España está de moda 15

2. El diseño: una ayuda para todos 29

3. Los grandes almacenes: una nueva forma de vida 35

4. Turismo: sol, playa y mucho más 45

5. Pequeños inventos, grandes cambios 53

Notas culturales 64

Glosario en inglés, francés y alemán 66

Actividades 73

Marca España
Empresas

«Las empresas que comprenden que el negocio es algo que cambia, sobreviven»

Luis Huete



El SEAT 600 es un diseño mítico en España

Cómo trabajar con este libro

Marca España es una serie de lecturas sobre temas de la cultura, la economía y la sociedad española. Cada libro aporta un panorama general sobre el tema en cuestión, que incluye su historia y la situación actual, y se acompaña de un vídeo que ilustra una o varias de las secciones analizadas en el libro.

Para facilitar la lectura, al final de cada página se incluye un glosario en español de las palabras y expresiones más difíciles. Asimismo, en cada capítulo aparecen uno o varios recuadros que aportan información adicional sobre algún aspecto relacionado con el capítulo. Además se incluye un glosario de todas ellas traducidas al inglés, francés y alemán.

A lo largo del texto se han marcado en color verde algunas palabras y expresiones que hacen referencia a aspectos culturales del mundo del español. Estos se recogen y se explican en la sección de notas culturales que aparece al final del libro.

El libro termina con una sección de actividades que tiene la siguiente estructura:

- a) «Antes de leer». **Recomendamos realizar las actividades de esta sección antes de empezar a leer el texto**, ya que ayudarán a activar los conocimientos que tiene el lector sobre el tema y facilitarán la comprensión.
- b) «Durante la lectura». Son **actividades destinadas a pautar la comprensión** de los diferentes capítulos.
- c) «Después de leer». Se trata de propuestas variadas que **permiten poner en práctica la comprensión auditiva y de lectura, la expresión oral y escrita, la interacción oral y escrita y la mediación**. Tienen un carácter predominantemente abierto para que el propio lector (o el profesor que lee el libro con sus alumnos) pueda decidir cómo trabajar

con ellas según sus necesidades. En muchas de ellas se propone un repaso al contenido del libro. En cada caso, **el lector puede decidir si vuelve a leer el fragmento en cuestión o prefiere escuchar la grabación del CD correspondiente**. Igualmente, puede decidir si hace las actividades por escrito o de forma oral, en interacción con otros hablantes.

- d) «Vídeo». Esta sección contiene **propuestas para trabajar la comprensión audiovisual con el vídeo** que está incluido en el CD.
- e) «Léxico». Actividades para **la sistematización, la profundización y la ampliación del vocabulario**. Se tiene en cuenta que cada hablante tiene unos intereses y un bagaje personal específicos. Por eso se proponen especialmente actividades de carácter abierto y que favorecen el aprendizaje estratégico.
- g) Por último, la sección «Internet» propone **páginas web interesantes** para seguir investigando.



Introducción

España es una de las economías más avanzadas del mundo. Se encuentra entre las diez primeras de los países desarrollados y es la quinta más importante de Europa. En la actualidad, España es un país moderno que forma parte de las principales organizaciones mundiales, tales como la Unión Europea o la OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico).

Pero no siempre fue así. Durante mucho tiempo, la economía española, basada principalmente en la agricultura, estuvo poco desarrollada. Ha sido en las últimas décadas cuando ha sufrido un cambio importante y ha experimentado un crecimiento notable. En este desarrollo fue fundamental la entrada en la Unión Europea, que se produjo en el año 1986.

Este hecho fue un paso muy importante para la política, la sociedad y la economía españolas, ya que el país recibió durante años una ayuda económica (a través de los llamados «fondos de cohesión») que contribuyó¹ a la modernización y mejora de sus infraestructuras. Así, la economía española se convirtió en una de las más activas de la zona y permitió que España se encontrara entre los países fundadores de la moneda común europea, el euro.

GLOSARIO

¹ **contribuir**: ayudar



Por otro lado, sin embargo, y debido a diversos factores como la economía sumergida² o la estructura del mercado laboral, la economía española ha sufrido más que otras en períodos de crisis y ha generado una tasa de desempleo³ muy elevada.

Gracias a estos cambios, muchas empresas se han expandido más allá de las fronteras españolas y son hoy compañías multacionales reconocidas en todo el mundo, como el Banco Santander y Telefónica. La gran mayoría de ellas, además, cotiza⁴ en la Bolsa⁵.

En España existen cuatro Bolsas de Valores, de las cuales la más importante es la de Madrid. Las demás están en Bilbao, Barcelona y Valencia. En la Bolsa, las empresas buscan financiación. Pero, para hacerlo, deben cumplir ciertos requisitos. La condición fundamental es que las sociedades estén dispuestas a vender parte de su valor total a otros en forma de acciones⁶. De esta forma, los compradores de las acciones se convierten en accionistas de la empresa. El dinero que pagan los accionistas en esa operación mercantil se invierte en nuevos proyectos.

Se trata de un procedimiento complejo, y por este motivo existen muchos organismos que regulan el funcionamiento de las Bolsas de Valores, como la SEC (Securities and Exchange Commission) en Estados Unidos. En España, el organismo que regula el funcionamiento de la Bolsa es la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV).

GLOSARIO

² **economía sumergida**: actividad económica no legal que se oculta, por lo general, para pagar menos impuestos ³ **tasa de desempleo**: índice que mide qué porcentaje de la población de un país no tiene trabajo ⁴ **cotizar**: (aquí) publicar el precio de las acciones

⁵ **bolsa**: institución económica donde se realizan operaciones de compra y venta de valores ⁶ **acción**: (aquí) cada una de las partes en las que se divide el capital de una sociedad

Tipos de empresas

Las empresas se clasifican de acuerdo con unos criterios determinados. Los principales son:

1. El tamaño

Según el número de trabajadores, las empresas pueden ser:

- >Pequeña empresa, si tiene entre 1 y 50 trabajadores.
- >Mediana empresa, si tiene entre 51 y 250 trabajadores.
- >Gran empresa, si tiene más de 250 trabajadores.

En España, la gran mayoría de las empresas son pyme, es decir, pequeñas y medianas empresas.

2. La naturaleza jurídica

Según el número de personas que crean la empresa, pueden ser:

- >Individuales, si una sola persona es la creadora y responsable.
 - >Sociedades, si varias personas crean una empresa.
- Dentro de esta clasificación, hay varias subcategorías.
- Sociedad anónima (S.A.). En este caso, los miembros de la empresa tienen títulos o acciones de la sociedad.
 - Sociedad limitada (S.L.). En este tipo de empresa, si aparecen deudas, la empresa solo responderá de ellas con el valor de la sociedad, no con el patrimonio¹ de los dueños o fundadores.

GLOSARIO

¹ **patrimonio**: bienes o riqueza de una persona o entidad



1. España está de moda

El grupo Inditex tiene más de 4600 tiendas y Zara es su marca más conocida

La moda es uno de los sectores económicos más importantes de la actualidad y una de las actividades fundamentales para las economías desarrolladas. Consciente de su importancia, España ha diseñado un Plan Global de la Moda para promocionar¹ el sector en el exterior. Porque además, al promocionar la moda española, se publicita la imagen del país en el extranjero: la llamada «Marca España».

La importancia del sector textil se puede ver en su aportación² al producto interior bruto³ (PIB), uno de los índices de medida fundamentales de la riqueza de un país. En España, la mayor parte de las empresas que se dedican a la moda son pyme, es decir, pequeñas y medianas empresas, que dan trabajo a miles de personas de forma directa. Pero, además de las pyme, existen empresas de gran tamaño como Zara o Mango, que han triunfado tanto en España como en el extranjero.



GLOSARIO

¹ promocionar: hacer publicidad de **² aportación:** contribución, participación, parte que una persona da para un proyecto **³ producto interior bruto:** valor de todos los bienes y servicios obtenidos en la economía de un país en un período de tiempo

Inditex

Inditex es el grupo empresarial⁴ textil más importante de España y uno de los primeros en Europa y en el resto del mundo. Aunque el nombre de Inditex es probablemente desconocido para mucha gente, seguramente la marca Zara no lo es. Zara es una de las cadenas de tiendas⁵ más famosas de este grupo empresarial.

La historia de Inditex comenzó en 1975, cuando Amancio Ortega abrió su primera tienda Zara en Galicia. Ya antes había tenido otras tiendas de ropa, pero tenían un nombre diferente. La primera Zara fue un éxito, y pronto pudo abrir nuevas sucursales⁶ en otros puntos de la geografía española. Así se produjo una expansión continua, hasta que en 1988 consiguió entrar en el mercado del país vecino, Portugal.

Sumando todas sus cadenas comerciales, Inditex cuenta con⁷ más de 4600 negocios⁸ por todo el mundo. Zara es la marca más conocida del grupo, pero Inditex tiene siete cadenas más de tiendas, que son las siguientes:

>Pull & Bear: nace en 1991 y está destinada a un público joven y urbano. Al principio se centra solo en el público masculino, pero con el tiempo comienza a vender también ropa femenina.

>Massimo Dutti: comprada en 1991, propone un estilo sencillo, clásico y elegante.

>Bershka: creada en 1998 para un público joven, sobre todo femenino. Su estilo es informal y vende a precios económicos⁹. Sus tiendas quieren ser un punto de encuentro entre la moda, la música y el arte urbano.

>Stradivarius: adquirida¹⁰ en 1999, propone una moda internacional con diseño de vanguardia.

>Oysho: nació en 2001 y está dedicada al mundo de la lencería¹¹ y la ropa interior.

GLOSARIO

⁴ **grupo empresarial**: conjunto de empresas que pertenecen a un mismo dueño⁵ **cadena de tiendas**: conjunto de tiendas de la misma marca⁶ **sucursal**: filial⁷ **contar con**: tener⁸ **negocio**: empresa, (aquí) tienda⁹ **económico**: (aquí) barato¹⁰ **adquirir**: comprar¹¹ **lencería**: ropa interior

>Zara Home: creada en 2003, está especializada en objetos para el hogar.

>Uterqüe: la última incorporación al grupo, en 2008, es una cadena de tiendas dedicadas a los complementos¹² y accesorios.

El 23 de mayo de 2001 es una fecha histórica para el grupo, ya que ese día Inditex comenzó a cotizar en la Bolsa española. Desde entonces, sus acciones se han revalorizado¹³ y el grupo se ha convertido en uno de los más importantes del IBEX 35. Hoy por hoy, también cotiza en otros mercados bursátiles o Bolsas extranjeras. Los beneficios¹⁴ del grupo aumentan cada año y hoy alcanzan los miles de millones de euros.

Pero, ¿cuál es el secreto del éxito de Zara y el resto de las marcas de Inditex? La respuesta está, según algunos expertos, en la «democratización de la moda», es decir, en la fabricación de prendas de diseño a precios asequibles¹⁵. Los más de 300 diseñadores¹⁶ de Inditex tratan de reflejar las tendencias de la moda de las pasarelas¹⁷ internacionales, pero también se inspiran en la moda urbana. Además, Zara ha terminado con el concepto de dos colecciones al año, otoño/invierno y primavera/verano. La renovación de la ropa de Zara es constante y la empresa pone a la venta en sus tiendas nuevos productos dos veces por semana. El objetivo es que sus clientes acudan¹⁸ con frecuencia a sus centros y encuentren siempre productos nuevos y atractivos.

Una diferencia muy importante de este grupo con respecto a otros del sector es su política de comunicación. Mientras que sus competidores diseñan campañas publicitarias millonarias, Inditex no invierte apenas¹⁹ en publicidad. Sus campañas son escasas²⁰ y no cuentan con figuras famosas. Prefiere hacer su política de comunicación directamente en sus tiendas, mediante una cuidada atención a sus clientes.

GLOSARIO

¹² **complemento**: accesorio de la ropa (como collares, guantes, gorros, etc.)¹³ **revalorizarse**: recuperar el valor perdido¹⁴ **beneficios**: ganancias¹⁵ **asequible**: barato, económico¹⁶ **diseñador**: persona que diseña o concibe un objeto (ropa u otros) que se va a producir¹⁷ **pasarela**: pasillo sobre el que se hace un desfile de moda¹⁸ **acudir**: ir¹⁹ **apenas**: casi nada²⁰ **escaso**: poco



Interior de una tienda de Zara, Penélope y Mónica Cruz vestidas con sus diseños para Mango y algunos zapatos Camper

Mango: una mujer urbana y moderna

¿Qué tienen en común Penélope Cruz y Scarlett Johansson? Además de ser actrices, las dos han sido protagonistas de varias campañas de una de las empresas más internacionales del mundo de la moda española: Mango (MNG).

Los orígenes²¹ de Mango recuerdan a los de muchas otras empresas españolas: comenzó como un pequeño proyecto de varios colaboradores. Mango abrió su primera tienda en 1984, en el **Paseo de Gracia** de Barcelona. El éxito animó a sus fundadores a continuar creciendo y abrieron cuatro nuevos puntos de venta²² en la ciudad. Después de Barcelona se instalaron en Valencia. Cuatro años después de abrir su primera tienda, Mango tenía ya 13 sucursales en toda España que demostraban que la apuesta²³ por una mujer urbana había sido acertada²⁴. Poco después, la empresa saltó al mercado internacional: primero a Portugal y luego al resto del mundo.

Desde el principio, la marca ha apostado por «vestir a la mujer según las últimas tendencias de la moda, tanto en sus necesidades diarias como ocasionales». Gracias a esta filosofía, Mango tiene hoy más de 1800 tiendas en los cinco continentes. Además, desde 2008, MNG tiene también una colección masculina. Es su forma de responder a los cambios sociales y al desarrollo de un mercado de moda para hombre.

Al igual que muchos de sus competidores²⁵, MNG utiliza las nuevas tecnologías para ampliar su negocio, dar a conocer sus campañas e incluso vender sus productos. Hoy en día, internet es una herramienta básica para la empresa, que tiene una tienda *online* y da a conocer sus novedades en Facebook.

La estrategia de la firma²⁶ en los últimos años ha sido muy clara: vincular²⁷ su nombre al de grandes actrices, famosas por su belleza

GLOSARIO

²¹ origen: inicio, comienzo **²² punto de venta:** lugar donde se vende algo **²³ apuesta:** (aquí) decisión de potenciar algo en lo que se cree **²⁴ acertado:** (aquí) correcto **²⁵ competidor:** (aquí) empresa que se dedica a la misma actividad que otra **²⁶ firma:** empresa **²⁷ vincular:** unir

y su elegancia. Sus campañas de publicidad más conocidas son las realizadas por Penélope Cruz y Scarlett Johansson. Penélope y su hermana, Mónica Cruz, fueron el rostro²⁸ de sus anuncios durante varias temporadas. Pero, además de protagonizar los anuncios, las hermanas Cruz fueron las creadoras de varias colecciones de edición limitada.

Mango tiene un sistema de producción mixto²⁹. Aunque siempre diseña su ropa, su producción varía según la ocasión:

>En algunas ocasiones, Mango se encarga de³⁰ todo el proceso de producción: lleva a cabo³¹ el diseño de la prenda, compra las materias primas³² necesarias y la fabrica.

>En otras ocasiones, Mango diseña el producto, pero subcontrata³³ la compra de las materias primas y la fabricación de la prenda.

Este modelo mixto de producción ha permitido a la firma catalana estar entre las más competitivas del sector de la moda y ser la segunda empresa exportadora del sector textil en España.

Camper: un nuevo concepto de calzado³⁴

La industria del calzado es una de las más importantes del país. De hecho, España es uno de los mayores productores y exportadores de calzado del mundo y cerca del 25% de la producción europea es de origen español. La mayor parte de la producción española (cerca del 60%) se concentra en el este del país, especialmente en la Comunidad Valenciana.

Dada su larga tradición, existen una gran cantidad de empresas españolas dedicadas a este sector. La más conocida es, sin duda, Camper. Con sede central³⁵ en Mallorca (Islas Baleares), Camper comenzó como un negocio familiar. Su historia empezó a finales

GLOSARIO

²⁸ rostro: cara **²⁹ mixto:** combinado **³⁰ encargarse de:** ocuparse de **³¹ llevar a cabo:** realizar, hacer **³² materia prima:** material que se utiliza en la industria para fabricar un producto **³³ subcontratar:** encargar una empresa a otra un servicio determinado **³⁴ calzado:** zapatos **³⁵ sede central:** oficina central, base de un negocio

del siglo xix, cuando el zapatero Antonio Fluxà viajó a Inglaterra para conocer nuevas formas de fabricación. Antonio tenía un espíritu innovador que transmitió a sus descendientes³⁶.

El origen directo de Camper se encuentra en los profundos cambios sociales que vivió España en la década de los años setenta del pasado siglo, marcados por el final de una larga dictadura y el comienzo de la democracia. Lorenzo Fluxà, nieto de Antonio, creó Camper el mismo año que comenzaba la democracia, en 1975. La palabra *camper* significa «campesino³⁷» en catalán. Con este nombre, Fluxà quería transmitir los valores de su compañía: sencillez, comodidad y libertad. Su objetivo era crear una marca nueva que reflejara³⁸ los cambios que se estaban produciendo en la sociedad, así como³⁹ una nueva forma de pensar.

La primera tienda abre sus puertas en Barcelona en el año 1981. Desde entonces, no ha dejado de expandirse: primero por otras ciudades españolas y más tarde por otros países. A partir de la década de los noventa, Camper decide crecer internacionalmente y abre tiendas en París, Londres y Milán. Su política de internacionalización continúa. En la actualidad tiene más de 200 tiendas en 30 países y sus productos se distribuyen⁴⁰ en más de 70.

Desde el principio, Camper ha dado mucha importancia a la publicidad, ya que quería transmitir un mensaje a una sociedad moderna: vender sus zapatos era vender una nueva forma de vida. La preocupación por la imagen es una característica que diferencia a esta marca, que prepara sus campañas publicitarias con mucho cuidado. Camper se ha convertido en sinónimo de comodidad y de vida urbana. Sus anuncios no se centran en el producto, sino en reflejar un estilo de vida. De hecho, a veces, en sus campañas no se ven zapatos. Y es que Camper desea vender zapatos, sí, pero

también una forma de andar, una forma de ser. Para transmitir estos valores han hecho anuncios y campañas muy originales que han recibido numerosos premios a la creatividad.

Custo Barcelona y Desigual: un mundo de color

En los últimos años, dos nombres han llevado la modernidad de la moda española por todo el mundo: Custo Barcelona y Desigual.

Se trata de dos empresas catalanas que nacieron en los años ochenta y cuyos diseños han revolucionado el concepto de moda urbana. Su ropa (camisetas, abrigos, pantalones, vestidos, etc.) está llena de color y de dibujos muy llamativos⁴¹. Ambas⁴² marcas se parecen tanto entre sí que mucha gente no sabe distinguir una camiseta diseñada por Custo de una diseñada por Desigual. Por este motivo, durante mucho tiempo estas compañías se han acusado⁴³ mutuamente⁴⁴ de plagio⁴⁵.

Los años ochenta fueron una época de mucha creatividad en España. Los hermanos Custo quisieron reflejar en sus camisetas las experiencias que habían vivido y los colores y las formas que habían visto en su largo viaje alrededor del mundo. Los comienzos fueron duros, ya que tenían que vender sus camisetas de puerta en puerta. La fama internacional llegó cuando sus diseños comenzaron a aparecer en series estadounidenses como *Friends* y *Sex and the City* (que en España se llama *Sexo en Nueva York*). Custo Barcelona está hoy presente en varios continentes y es la única marca española que desfila⁴⁶ cada año en la semana de la moda de Nueva York.

Desigual nació también en aquellos años y sus comienzos fueron irregulares: tras un éxito inicial, surgieron problemas. Su creador, el empresario suizo Thomas Meyer, decidió darle un giro⁴⁷

GLOSARIO

³⁶ **descendiente**: hijo, nieto o cualquier persona que desciende de otra ³⁷ **campesino**: persona que trabaja el campo ³⁸ **reflejar**: mostrar ³⁹ **así como**: y ⁴⁰ **distribuir**: entregar una mercancía a los vendedores y consumidores

GLOSARIO

⁴¹ **llamativo**: sorprendente, que llama la atención ⁴² **ambos**: los dos ⁴³ **acusar**: culpar, reprochar ⁴⁴ **mutuamente**: el uno al otro ⁴⁵ **plagio**: copia ⁴⁶ **desfilar**: participar en un desfile de moda ⁴⁷ **dar un giro a**: cambiar la orientación de

al diseño y relanzar⁴⁸ la marca. Comenzó así la historia de uno de los mayores éxitos de distribución textil española: Desigual inició su expansión internacional y hoy tiene tiendas en numerosos países, incluidos mercados muy competitivos como los Estados Unidos.

Grandes diseñadores

La moda española cuenta con diseñadores de prestigio internacional como Adolfo Domínguez, Roberto Verino, Victorio y Lucchino, o el conocido Paco Rabanne. Otros nombres importantes de la moda española son Cristóbal Balenciaga y Manuel de Pertegaz.

Balenciaga (1897-1972) nació en el País Vasco. Hijo de una costurera⁴⁹ y un pescador⁵⁰, desde joven quiso ser diseñador. Y lo consiguió. Su trabajo comenzó a ganar prestigio entre la aristocracia española e incluso entre la familia real, pero el diseñador se fue de España al estallar la Guerra Civil. Consiguió un gran éxito en Francia, donde trabajó junto a Givenchy. Se le considera el creador de la alta costura⁵¹, y la diseñadora francesa Coco Chanel dijo de él: «Es el único de nosotros que es un verdadero *couturier* (costurero)».

Otro diseñador muy conocido es Manuel de Pertegaz. Nacido en Teruel en 1917, es aún hoy un ícono de la moda española, y su nombre está asociado al buen gusto. Pertegaz comenzó a comercializar sus diseños en Barcelona, pero pronto llevó su trabajo a las grandes capitales mundiales de la moda, como Nueva York. Cuando a mediados de los años cincuenta murió el famoso diseñador francés Christian Dior, muchos pensaron que Pertegaz sería el sucesor ideal, pero él rechazó la oferta. Las creaciones de Pertegaz se han vendido por todo el mundo. Grandes personajes del cine y la televisión, como Audrey Hepburn o Jacqueline Kennedy,

han llevado su ropa. Pertegaz fue el primer español que consiguió abrir una tienda en la lujosa Quinta Avenida de Nueva York. Entre sus numerosos premios destaca el «Oscar de la costura», entregado por la Universidad de Harvard. En el año 2004, el nombre de Pertegaz volvió a sonar porque diseñó el vestido de novia de la futura reina de España, Letizia Ortiz.

GLOSARIO

⁴⁸ **relanzar**: dar un nuevo impulso ⁴⁹ **costurero**: persona que hace prendas de ropa

⁵⁰ **pescador**: persona que se dedica a la pesca ⁵¹ **alta costura**: moda realizada por un diseñador prestigioso



El hombre más rico de España

Seguramente, muchos españoles llevan puesto en este momento algo de Zara, pero es posible que muchos de ellos no hayan oído hablar de Amancio Ortega. Y, sin embargo, es el hombre más rico de España.

Ortega es el fundador del Grupo Inditex, el enorme grupo de empresas del que Zara forma parte. Es el hombre más rico del país porque millones de españoles y ciudadanos de todo el mundo le han ayudado a conseguir una fortuna de más de 25 000 millones de dólares. ¿Cómo? Simplemente comprando en sus tiendas.

La historia de Ortega podría ser el argumento de una película de Hollywood: nació en una familia humilde¹, pero gracias a su trabajo y su talento para los negocios se convirtió en el segundo hombre más rico de Europa y en una de las diez fortunas² más grandes del mundo. Pero, a pesar de esto, Ortega siempre ha velado por³ su intimidad. Su rostro y los detalles de su vida no son conocidos para el gran público. De hecho, la primera fotografía del presidente de Inditex se hizo pública en 1998, cuando ya el grupo había alcanzado una gran proyección.

Inditex tiene su sede principal en La Coruña, Galicia, y por eso muchos creen que Ortega es de esa región del norte de España. Pero la realidad es que nació en León, en la comunidad autónoma de Castilla y León, en 1936,

GLOSARIO

¹ **humilde**: (aquí) con pocos recursos económicos ² **fortuna**: (aquí) millonario, persona con mucho dinero ³ **velar por**: cuidar de

el año que estalló la **Guerra Civil española**. Cuando tenía 14 años comenzó a trabajar como empleado⁴ en tiendas de ropa. En 1972 abrió su primer negocio propio: una tienda de batas⁵. Su éxito le permitió ampliar⁶ el negocio, y en 1975 abrió la primera tienda Zara. Así comenzó una de las historias de mayor éxito comercial de España. Ortega fue presidente de la compañía hasta 2011, año en que dejó el control a un hombre de su absoluta confianza⁷, Pablo Isla.

Debido a sus orígenes humildes y al hecho de tener un hijo con discapacidad⁸, Amancio Ortega ha mostrado siempre una gran sensibilidad hacia cuestiones de carácter social. Por eso, en 1986 creó la Fundación Paideia, que se dedica a proyectos de economía social y desarrollo sostenible⁹, sobre todo en la región de Galicia. Además, en 2001 creó la Fundación Amancio Ortega con una aportación inicial de 70 millones de euros. Esta fundación se define como «una institución privada sin ánimo de lucro¹⁰ que tiene por objeto fomentar todo tipo de actividades en los campos de la cultura, la educación, la investigación, la acción social y asistencial¹¹ y la ciencia».



GLOSARIO

⁴ **empleado**: persona que trabaja para otra con un contrato laboral ⁵ **bata**: prenda de vestir que se usa sobre el pijama al levantarse o para estar por casa ⁶ **ampliar**: agrandar, extender ⁷ **de confianza**: en quien se puede confiar ⁸ **discapacidad**: invalidez parcial o total ⁹ **desarrollo sostenible**: desarrollo socio-económico que respeta valores sociales y medioambientales ¹⁰ **sin ánimo de lucro**: sin fines comerciales ¹¹ **asistencial**: relacionado con la asistencia y el tratamiento médicos

Notas culturales

1. España está de moda

IBEX 35: Es el principal índice de referencia de la bolsa de España. Su nombre completo es Iberia Index y lo forman las 35 empresas con más liquidez que cotizan en el Sistema Interconexión Bursátil Electrónico (SIBE) en las cuatro bolsas españolas (Madrid, Barcelona, Bilbao y Valencia).

Paseo de Gracia (Passeig de Gràcia en catalán): Es la avenida principal de Barcelona y una de las más famosas de España. Es una gran zona comercial y en ella hay muchas obras representativas del modernismo catalán, como los edificios de los arquitectos Antoni Gaudí y Lluís Domènech i Montaner.

Guerra Civil española: Conflicto armado que comenzó en España en 1936 cuando una parte del Ejército se sublevó contra el Gobierno democrático de la Segunda República. Terminó en 1939 con la victoria del bando de los sublevados y dio pie a la dictadura del general Francisco Franco.

2. El diseño: una ayuda para todos

Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía: El Museo Reina Sofía, como se lo llama normalmente, se encuentra en Madrid y es el museo nacional español dedicado al arte del siglo xx y posterior.

3. Los grandes almacenes: una nueva forma de vida

Dictadura franquista: Dictadura que comenzó al terminar la Guerra Civil española en 1939 y que fue ejercida por el general Francisco Franco desde ese año hasta su muerte en 1975.

4. Turismo: sol, playa y mucho más

Barrio Gótico: Barrio más antiguo de Barcelona y donde está su centro histórico.

Antoni Gaudí (1852-1926): Fue un arquitecto español y la figura más importante del modernismo catalán.

Parque Nacional del Teide: Es el mayor parque nacional que se encuentra en la isla de Tenerife, en las islas Canarias, y uno de los más antiguos de España. En él está el volcán del Teide, la montaña más alta de España con 3718 m.

Las Meninas: Es la obra más importante de Diego Velázquez, el pintor más importante del Barroco español y uno de los más importantes de la historia del arte de España. El cuadro representa a la familia de Felipe iv a tamaño real.

El Guernica: Obra del pintor español Pablo Picasso que representa el bombardeo del pueblo español de Guernica durante la Guerra Civil española por parte de la Legión Cóndor alemana.

Museo Guggenheim: Museo de arte contemporáneo diseñado por el arquitecto canadiense Frank O. Gehry. Es uno de los cinco museos de la Fundación Solomon R. Guggenheim.

5. Pequeños inventos, grandes cambios

Salvador Dalí (1904-1989): Salvador Domingo Felipe Jacinto Dalí i Domènech fue un pintor español. Está considerado como uno de los representes más importantes del surrealismo.

Manuel Vázquez Montalbán (1939-2003): Escritor español conocido especialmente por sus novelas policiacas protagonizadas por el detective privado Pepe Carvalho.

Isaac Peral (1851-1895): Fue un científico, marino y militar español. Inventó el torpedero submarino, que se conoce como el Submarino de Peral.

Glosario

ESPAÑOL	INGLÉS	FRANCÉS	ALEMÁN	ESPAÑOL	INGLÉS	FRANCÉS	ALEMÁN
Introducción							
¹ contribuir	to contribute	contribuer	beitragen	¹⁶ diseñador	designer	créateur	Designer
² economía sumergida	black economy	économie parallèle	Schwarzarbeit	¹⁷ pasarela	fashion show	défilé de mode	Laufsteg
³ tasa de desempleo	unemployment rate	taux de chômage	Arbeitslosenrate	¹⁸ acudir	to visit	aller	aufsuchen
⁴ cotizar	to trade	coter	(an der Börse) notieren	¹⁹ apenas	hardly	presque pas	kaum
⁵ bolsa	stock market	bourse	Börse	²⁰ escaso	few and far between	rare	rar/selten
⁶ acción	share	action	Aktie	²¹ origen	origin	début	Entstehung
<i>Tipos de empresas</i>							
¹ patrimonio	estate/wealth	patrimoine	Vermögen	²² punto de venta	point of sale	point de vente	Verkaufspunkt
1. España está de moda							
¹ promocionar	to promote	promouvoir	fördern	²³ apuesta	stake/bet	pari	Entscheidung, auf etw./jmd. zu setzen
² aportación	contribution	contribution	Beitrag	²⁴ acertado	right	bon	richtig
³ producto interior bruto	GDP (Gross Domestic Product)	produit intérieur brut	Bruttonsozialprodukt	²⁵ competidor	competitor	concurrent	Konkurrent
⁴ grupo empresarial	holding	groupe d'entreprises	Unternehmensgruppe/ Konzern	²⁶ firma	brand	entreprise	Firma
⁵ cadena de tiendas	retail chain	chaîne de magasins	Geschäfts kette	²⁷ vincular	to link	lier	vakulieren
⁶ sucursal	branch	succursale	Filiale	²⁸ rostro	visible face	visage	Gesicht
⁷ contar con	to have	posséder	verfügen über	²⁹ mixto	mixed	mixte	gemischt
⁸ negocio	outlet, shop	magasin	Geschäft	³⁰ encargarse de	to be in charge of	s'occuper de	etwas übernehmen
⁹ económico	inexpensive	bon marché	preiswert	³¹ llevar a cabo	to carry out	réaliser	ausführen
¹⁰ adquirir	to acquire	acquérir	erwerben	³² materia prima	raw material	matière première	(Roh-)Material
¹¹ lencería	lingerie	lingerie	Unterwäsche	³³ subcontratar	to outsource	sous-traiter	einen Subunternehmer verpflichten
¹² complemento	fashion accessory	compléments	Accessoire	³⁴ calzado	footwear	chaussure	Schuhwerk
¹³ revalorizar	to revalue	reprendre de la valeur	aufwerten	³⁵ sede central	head office	siège	Zentralsitz
¹⁴ beneficios	profits	bénéfice	Gewinn	³⁶ descendiente	descendant	descendant	Nachfahre
¹⁵ asequible	accessible	abordable	erschwinglich	³⁷ campesino	peasant	paysan	Bauer
				³⁸ reflejar	to reflect	refléter	widerspiegeln
				³⁹ así como	as well as	ainsi que	und auch
				⁴⁰ distribuir	to distribute	distribuer	ausliefern
				⁴¹ ambos	both	les deux	beide
				⁴² llamativo	striking	voyant	auffällig
				⁴³ acusar	to accuse	accuser	beschuldigen
				⁴⁴ mutuamente	mutually	mutuellement	gegenseitig
				⁴⁵ plagio	plagiarism	plagiat	Plagiat
				⁴⁶ desfilar	to be on the catwalk	défiler	auf dem Laufsteg defilieren
				⁴⁷ dar un giro a	to revamp	changer radicalement	neu orientieren
				⁴⁸ relanzar	to relaunch	relancer	erneut auf den Markt bringen
				⁴⁹ costurero	seamstress	couturier	Schneider

ESPAÑOL	INGLÉS	FRANCÉS	ALEMÁN
⁵⁰ pescador	fisherman	pêcheur	Fischer
⁵¹ alta costura	haute couture	haute couture	Haute Couture
<i>El hombre más rico de España</i>			
¹ humilde	humble	humble	bescheiden
² fortuna	fortune	millionnaire	Vermögen
³ velar por	to take great care to	veiller sur	besorgt sein um
⁴ empleado	employee	employé	Angestellter
⁵ bata	dressing-gown	robe de chambre	Morgenmantel
⁶ ampliar	to expand	développer	erweitern
⁷ de confianza	right-hand man	de confiance	der jemandes Vertrauensperson
⁸ discapacidad	disability/handicap	handicap	Behinderung
⁹ desarrollo sostenible	sustainable development	développement durable	nachhaltige Entwicklung
¹⁰ sin ánimo de lucro	not-for-profit	sans but lucratif	gemeinnützig
¹¹ asistencial	assistance	d'assistance médicale	im Bereich der Krankenfürsorge

2. El diseño: una ayuda para todos

¹ connotación	connotation	connotation	assoziative Nebenbedeutung
² cotidiano	day-to-day	quotidien	alltäglich
³ contaminante	polluting	polluant	umweltbelastend
⁴ centenario	centenary	centenaire	Hunderjährfeier
⁵ logotipo	logo	logo	Logo
⁶ mascota	mascot	mascotte	Maskottchen
⁷ potenciar	to promote	promouvoir	potenzieren
⁸ imagen corporativa	corporate image	image corporative	Unternehmensidentität
⁹ exprimidor	juice extractor	presse-agrumes	Presse
¹⁰ envolver	to wrap	envelopper	einpacken
¹¹ relleno	filling	fait	gefüllt
¹² recurso	resource	produit	Ressource
¹³ reutilizar	to re-use	réutiliser	wiederverwenden
¹⁴ posicionarse	to position itself	se positionner	sich einen Platz verschaffen
¹⁵ máquina de coser	sewing machine	machine à coudre	Nähmaschine

ESPAÑOL	INGLÉS	FRANCÉS	ALEMÁN
¹⁶ cartera	purse	portefeuille	Briefetasche
¹⁷ estuche	case	trousse	Etui
¹⁸ estampado	pattern	imprimé	Muster
¹⁹ galerista	gallery owner	galeriste	Kunstsammler/in
²⁰ cariño	care	soin	Sorgfalt
²¹ dedicación	dedication	dévouement	Hingabe
²² producción sostenible	sustainable production	production durable	nachhaltige Produktion
²³ versátil	versatile	polyvalent	Mehrweck-
²⁴ pedido	order	commande	Bestellung
²⁵ empresa de mensajería	courier service	entreprise de messagerie	Botendienst
²⁶ agente comercial	agent/sales rep	représentant	Handelsvertreter

3. Los grandes almacenes: una nueva forma de vida

¹ grandes almacenes	department stores	grand magasin	Warenhaus
² grandes superficies	shopping centre	grande surface	Einkaufszentrum
³ establecimiento	shop	établissement	Lokal
⁴ sastrería	tailor's	boutique de tailleur	Schneiderei
⁵ retomar	to take up again	reprendre	wieder aufnehmen
⁶ seguro	insurance	assurance	Versicherung
⁷ consolidar	to consolidate	consolider	(befestigen
⁸ implantación	establishment	implantation	Einführung
⁹ cómodo	convenient	pratique	bequem
¹⁰ a escala mundial	worldwide	à l'échelle mondiale	weltweit
¹¹ paso a paso	step by step	petit à petit	Schritt für Schritt
¹² si bien	while it's true that	bien que	wenngleich
¹³ sencillez	simplicity	simplicité	Schlichtheit
¹⁴ darse	to be shown	exister	gegeben sein
¹⁵ contrato temporal	temporary contract	contrat intérimaire	befristeter Arbeitsvertrag
¹⁶ precariedad	insecurity	précarité	prekäres Arbeitsverhältnis
¹⁷ conceder	to recognise	accorder	beimessen
¹⁸ compaginar	to combine	concilier	in Einklang bringen
¹⁹ cartón	cardboard	carton	Pappe
²⁰ coste de producción	production cost	coût de production	Produktionskosten

actividades

ANTES DE LEER

1. ¿Qué empresas españolas conoces? ¿A qué se dedican?

2. ¿Cuáles de estos sectores económicos te parecen más interesantes y por qué?



3. Escoge una de las imágenes que aparecen en el libro y escribe todo lo que te sugiera. ¿Por qué la has escogido?.

DURANTE LA LECTURA**Capítulo 1**

4. ¿Conoces las marcas que se mencionan en este capítulo? ¿Cuál se ajusta más a tu estilo de vestir?

5. ¿Crees que la política de publicidad de Inditex es adecuada? ¿Por qué?

Capítulo 2

6. ¿Estás de acuerdo con esta frase? «Las necesidades de una sociedad moderna cambian constantemente, y por ello es necesario crear nuevos productos que respondan a esas nuevas necesidades». ¿Puedes poner algún ejemplo de diseño útil?

Capítulo 3

7. ¿Te gusta comprar en grandes superficies y grandes almacenes? ¿Son importantes en tu país?

8. ¿Estás de acuerdo con los sociólogos que afirman que están sustituyendo a las plazas y las calles como lugar de reunión? ¿Por qué?