



4.1 Lesen – Richtig / Falsch mit Begründung

Vas a leer un texto sobre la moda española en el extranjero. Primero decide si las afirmaciones (1-8) son verdaderas (V) o falsas (F) y pon una cruz (x) en la casilla correcta. A continuación tienes que identificar la frase en el texto que explica tu decisión. Escribe las primeras 4 palabras de la frase en el espacio adecuado. Puede haber más de una posibilidad. Escribe solo una. La primera (0) ya está hecha y sirve como modelo.

Mercados estratégicos: ¿cuáles son los países clave para la moda española?

La moda española aumenta año a año sus exportaciones y penetra en más mercados de todos los continentes, tal y como reflejan los datos que recoge el Instituto Español de Comercio Exterior (Icex), que aglutina y clasifica la información recogida por la Dirección General de Aduanas. Tal y como describe el Modaes.es Dossier Mercados Estratégicos 2015, que Modaes.es difundirá mañana, de 2000 (primer año con datos disponibles) a 2014, las exportaciones españolas del sector de la moda han crecido casi un 112%, elevando su peso sobre las ventas totales de España al exterior del 7,8% al 8,5%.

La entrada de España en la Comunidad Económica Europea y la creación del euro han tenido una gran importancia para el impulso de las exportaciones españolas del sector de la moda. En 2014, por ejemplo, los países de la Unión Europea, con Francia, Italia y Portugal a la cabeza, concentraron el 63,3% de las exportaciones españolas de este negocio. Sin embargo, la moda española ha logrado en los primeros años del siglo XXI ir más allá de sus destinos más cercanos, ampliando mercado en otros continentes. De esta forma, la concentración de ventas en la Unión Europea ha bajado más de cinco puntos, desde el 68,8% del año 2000.

¿Qué mercados han tomado la delantera? Con la única excepción de las islas del Caribe, donde las exportaciones españolas de moda han bajado un 10,6% en los últimos catorce años, las ventas han aumentado en todos los territorios del mundo. La palma se la lleva, en todo caso, Asia Central, con Kazajstán a la cabeza, donde las exportaciones españolas de moda se han multiplicado por 123 en estos años. O el Lejano Oriente (China, Hong Kong, Japón, Corea del Sur...), donde las ventas han pasado de 374 millones a más de 1.150 millones de euros.

Países como China, Rumanía, Ucrania o Indonesia se han colado en los últimos catorce años en las cuentas empresariales de las compañías españolas del sector, con ascensos en las ventas a estos países superiores al 1.000%. Si China era en 2000 el destino 42 de las ventas españolas de moda al exterior, actualmente ocupa la duodécima posición. Rumanía ha pasado de la posición 53 a la 22, Indonesia de la 70 a la 42 y Ucrania de la 75 a la 54.

¿Qué países escoger para iniciar o continuar el proceso de internacionalización? Estas preguntas son tratadas en profundidad en la tercera edición de la colección Modaes.es Dossier, un monográfico que Modaes.es publicará mañana bajo el título Mercados Estratégicos 2015.

En un sector con una clara vocación internacional, como la moda, esta pregunta es crítica para las empresas. Por ello, la nueva edición de la colección Modaes.es Dossier, un monográfico de acceso gratuito en formato digital para los lectores de Modaes.es, describe las características de los mercados más estratégicos para la moda española en las diferentes regiones del mundo.

Desde Francia hasta Nigeria, Singapur, Canadá, Australia o Chile, el dossier recoge los principales datos macroeconómicos y sociodemográficos de cada país y analiza, a partir de varias fuentes, las características más significativas de estos mercados para el retail y la moda.

La publicación, que se complementa con entrevistas a expertos de primer nivel en el ámbito del retail, la consultoría o el comercio exterior, describe asimismo las previsiones de crecimiento de cada mercado. También presenta los hitos más importantes de su historia reciente y la actual implantación de las principales empresas españolas del sector.

Modaes. De: <http://www.modaes.es>, 28.5.2015

0	El dossier <i>Mercados Estratégicos</i> 2015 compara las ventas de la moda de España de los años 2000 y 2014.
1	La introducción del euro ha tenido efectos positivos sobre la venta de prendas españolas en el extranjero.
2	A principios de este siglo la moda española ha tenido problemas a establecerse en otros continentes.
3	Sobre todo en las islas caribeñas la moda de origen español ha experimentado un auge.
4	Las ventas a países asiáticos han incrementado considerablemente.
5	Indonesia ha mejorado en el ranking de los países a los que exporta España.
6	Las empresas tienen que tener en cuenta que la moda es un área sobre todo nacional.
7	El monográfico de Modaes.es estudia los países a los que se exporta la moda española.
8	El dossier fue escrito por diferentes expertos de moda.

	V	F	Las primeras cuatro palabras
0	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Tal y como describe...
1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
7	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
8	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	