# ESPAÑOL CON FINES ESPECÍFICOS - NEGOCIOS

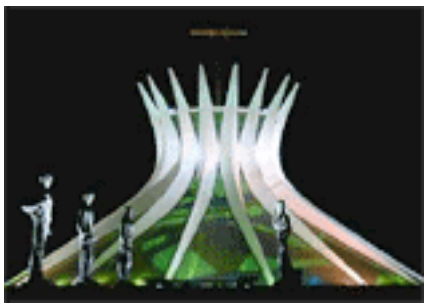
Claudia Elizabeth Troncoso

Nivel: A2 (Plataforma / Básico)
Asunto: Economía Internacional
Tipo de actividad: Comprensión lectora y escrita. Práctica Oral.
Materiales: Imágenes, Mapa Mundi y un artículo real.
Dinámica: Individual / Grupo.
Duración: 1 hora.
Procedimiento:

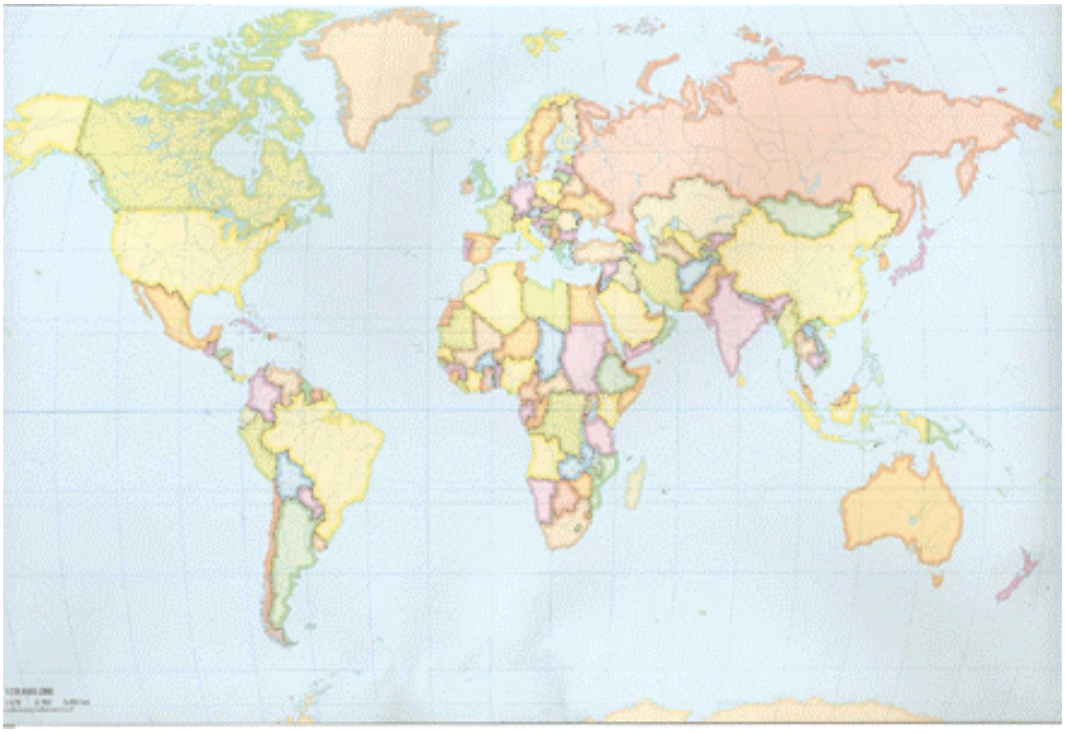
## ACTIVIDADES DE PRELECTURA

El profesor deberá preguntar a los alumnos sobre las cuatro fotografías:

¿Conocen las ciudades de las imágenes?
¿A qué países pertenecen?
¿Qué características tienen en común estos países?



Ahora, deberán localizarlos en el Mapa Mundi los países que corresponden a cada foto:



## INFORMACIÓN PARA EL PROFESOR

Hablamos del BRIC…

Los cuatro países BRIC: Brasil, Rusia, India y China.

En economía internacional, se emplea la sigla BRIC para referirse conjuntamente a Brasil, Rusia, India y China, que tienen en común una gran población (Rusia y Brasil por encima de los ciento cuarenta millones, China e India por encima de los mil cien millones), un enorme territorio (casi 38.5 millones $km^2$), lo que les proporciona dimensiones estratégicas continentales y una gigantesca cantidad de recursos naturales, y, lo más importante, las cifras que han presentado de crecimiento de su PIB y de participación en el comercio mundial han sido enormes en los últimos años, lo que los hace atractivos como destino de inversiones.

http://es.wikipedia.org/wiki/BRIC

## ACTIVIDAD DE COMPRENSIÓN LECTORA

Lea el texto y conteste de forma objetiva las preguntas que se plantean.

SONY ESPERA DOBLAR LAS VENTAS EN LOS PAÍSES DEL BRIC HASTA 2011

Noticias EFE | 26/06/2008

El gigante nipón Sony anunció hoy su plan de negocio hasta marzo de 2011, cuando espera doblar sus ventas en los mercados emergentes del grupo BRIC -Brasil, Rusia, la India y China- hasta los dos billones de yenes (18.525 millones de dólares). Este es uno de los objetivos del plan de negocio de tres años de Sony, que en un comunicado explicó que la compañía cree que las "mayores oportunidades de crecimiento" se encuentran fuera de los mercados tradicionales como Japón, Norteamérica y Europa.

Así, Sony espera doblar las ventas del año fiscal 2007 en los países del BRIC para el año fiscal 2010, que concluye en marzo de 2011. Sony se centrará sobre todo en el sector de la electrónica, que se prevee que durante este periodo crezca desde 600.000 millones de yenes (5.557 millones de dólares) hasta los 1,2 billones de yenes (11.115 millones de dólares).

Otra de las metas de Sony es mantener sus beneficios de un billón de yenes (9.262 millones de dólares) en el negocio de televisiones de cristal líquido (LCD), imagen digital, videojuegos y telefonía móvil, y anunció que se centrará en la expansión de sus productos de ordenador y Blu-ray.

En concreto, Sony invertirá 1,8 billones de yenes (16.672 millones de dólares) durante los próximos tres años, de los cuales unos 900.000 millones de yenes (8.336 millones de dólares) los destinará a áreas como semiconductores, sensores de imagen, baterías, dispositivos de pantalla y componentes de Blu-ray.

Además, durante este período Sony luchará por conseguir ser el primero en ventas de televisión de LCD, posición que desde hace tiempo mantiene la empresa surcoreana Samsung Electronics.

(Fuente: http://www.hoytecnologia.com/noticias/Sony-espera-doblar-ventas/64853)

Según el texto:

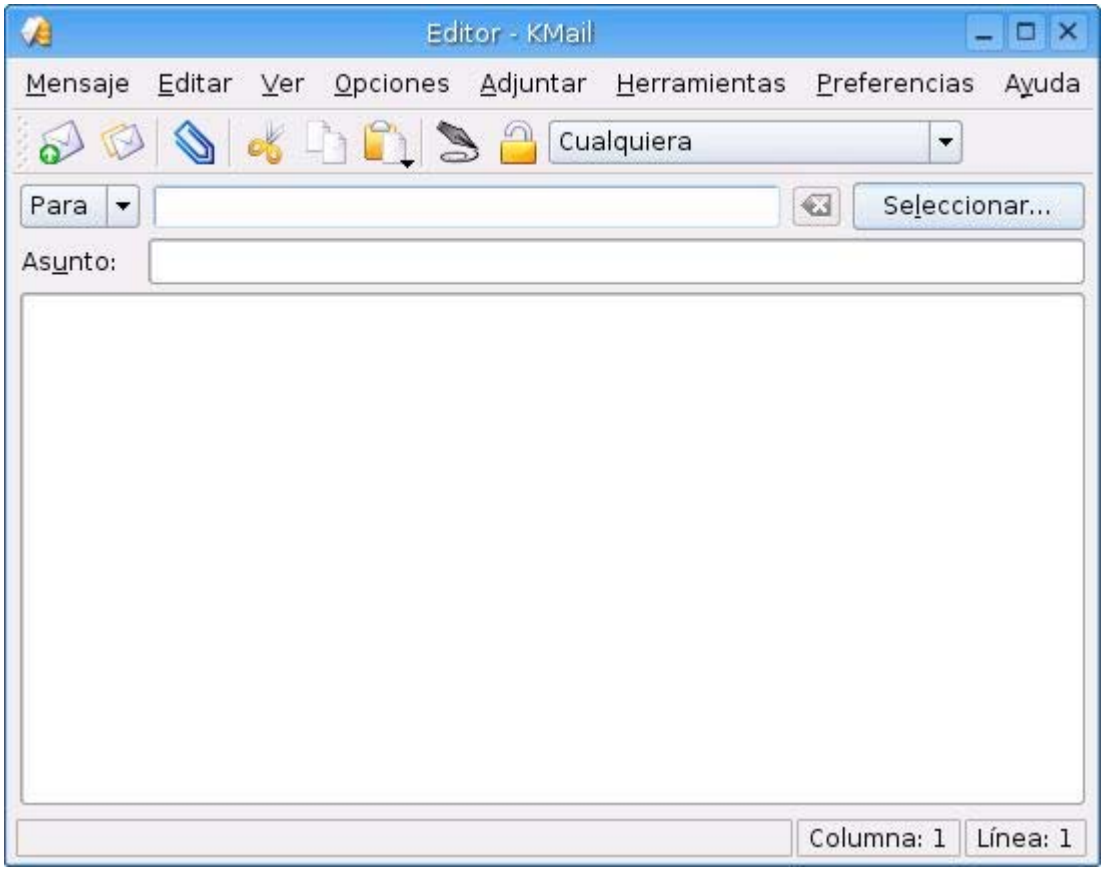
1. El título de artículo afirma que:
a) La empresa nipona quiere duplicar sus ventas antes del 2011.
b) La empresa nipona quiere doblar sus ventas en el 2011.
c) La empresa nipona no quiere aumentar las ventas hasta el 2011.

2. Las ventas culminan:
a) En mayo 2011 b) En marzo 2011 c) En marzo 2007

3. Marque la correcta: __ televisión, __ vídeojuego, __ ordenador.

☐ la, la, la ☐ la, la, el ☐ la, el, el

4. ¿Qué pretende Sony hasta el 2011?
a) Igualarse en ventas a Samsung.
b) Ultrapasarse en ventas del mismo modo que Samsung.
c) Bajar las ventas de Samsung

## EXPRESIÓN ESCRITA

Para culminar la actividad, los alumnos deberán enviar un corto correo electrónico de una manera formal a una empresa que pertenezca al grupo BRIC, arreglando día y horario de una junta con el directo de dicha empresa.