

BGE NYVK	B2	Comprensión auditiva	
Español de Turismo		30 minutos	20 puntos

*A feladatokat elsőként a feladatlapokon oldja meg.
Megoldásait végül jelölje, illetve írja be a megoldólapra.*

Texto A

A continuación oirá un texto sobre una guía titulada Atlas de las Marcas Líderes Españolas.

I. **A partir de lo escuchado, marque si las siguientes afirmaciones son verdaderas (V) o falsas (F).**
1-5

1. Crece el número de empresas españolas que se abren hacia el exterior.
2. Es la primera publicación del Atlas de las Marcas Líderes Españolas.
3. En la elaboración del Atlas ha participado el Ministerio de Desarrollo.
4. En el Atlas se recogen datos sobre casi 130 empresas españolas.
5. El Atlas puede ser útil para empresas europeas que están planeando su lanzamiento a España.

II. **Elija la solución correcta basándose en el contenido del texto que ha escuchado.**
6-10

6. El cargo de Jaime García-Legaz es
A) Ministro de Comercio
B) Presidente de Estado
C) Secretario de Estado de Comercio
7. Según Jaime García-Legaz es que lleva el valor añadido.
A) la internacionalización
B) una buena marca
C) la potencia económica
8. El Atlas ofrece análisis y datos de interés para empresas
A) que buscan importadores
B) multinacionales
C) que deseen exportar
9. Además de las empresas, en el Atlas aparecen datos útiles sobre
A) embajadas, consulados y lugares turísticos
B) oficinas económicas, comerciales y de turismo
C) embajadas, consulados e Institutos de Negocios
10. La edición actual del Atlas
A) será actualizada y publicada anualmente
B) ya tiene una versión interactiva
C) la próxima vez se publicará en Internet

Texto B

A continuación oírás un texto sobre una feria celebrada en Valencia.

III. | **Conteste a las preguntas en un máximo de cinco palabras.**
11-15

11. ¿Qué tipo de consumo promueve la feria BioCultura dedicada a los productores ecológicos?
12. ¿En qué ciudad se celebra la primera feria?
13. ¿En qué se centra esta Feria además de la alimentación y la sostenibilidad?
14. ¿A qué se debe que este año la Feria es menor que la anterior?
15. ¿Qué tipo de turismo se presenta en la Feria?

IV. | **Complete los espacios en blanco con una palabra en cada caso.**
16-20

16. También hay que destacar los alimentos que provienen de la ecológica.
- 17-18. Los expositores presentarán la elaboración de(17) y los visitantes podrán saborear(18).
19. MamaTerra quiere ganarse a los
20. Después de Valencia, la siguiente edición de la feria se celebrará en

BGE NYVK	B2	Comprensión auditiva	
Español de Turismo		30 minutos	20 puntos

CLAVE

Texto A	
1.	V
2.	V
3.	F
4.	F
5.	F
6.	C
7.	B
8.	C
9.	B
10.	B
Texto B	
11.	responsable/sostenible/ecológico
12.	Valencia
13.	(respeto al) medio ambiente / (respeto por el) medio ambiente
14.	a la crisis (económica)
15.	(turismo) rural/ agroturismo
16.	agricultura
17.	cerveza/café/productos (ecológicos)/bebidas/alimentos
18.	café/cerveza/los productos/ comidas
19.	niños/(más) pequeños
20.	Barcelona / el próximo mes

Texto A

Atlas de las Marcas Líderes Españolas

Muchas veces hablamos de la cada vez más creciente internacionalización de las empresas españolas. La expansión en el exterior es el futuro y ya el presente. Así se demuestra en el Atlas de las Marcas Líderes Españolas, una publicación sin precedentes en España. Ha estado en la presentación Rubén Sánchez.

El Foro de Marcas Renombradas Españolas, el ICEX y el Ministerio de Economía y Competitividad han elaborado un completo atlas económico. En él se recoge de forma muy visual la actuación de más de 130 empresas españolas en el exterior. Es la primera vez que se publica una obra de estas dimensiones. Un libro que pretende servir de guía para aquellas empresas que estén pensando en lanzarse al exterior. Tal y como destacó el Secretario de Estado de Comercio, Jaime García-Legaz.

El mejor camino para lograr una internacionalización con éxito, pasa por consolidar una marca potente fuera de España, que al final es lo reconocible y lo que incorpora el valor añadido. Y este atlas es justamente un buen ejemplo para todas esas pequeñas y medianas empresas españolas que están iniciando su camino hacia la internacionalización, pero que tienen que buscar un referente.

El Atlas también recoge ensayos y análisis de expertos en internacionalización de empresas y muchos otros datos de interés para el exportador. Como resume el presidente del Foro de Marcas Renombradas, José Luis Bonet.

Este Atlas de las Marcas Líderes Españolas es una fenomenal herramienta de información y análisis que aporta datos de enorme interés y refleja la presencia internacional de algunas de las principales empresas españolas. El Atlas no se limita a reflejar únicamente esa internacionalización empresarial, sino que incluye también información sobre la red de embajadas y consulados, oficinas económicas y comerciales, oficinas de turismo, Institutos Cervantes.

Se trata además de un libro abierto, ya que junto a la edición impresa se ha lanzado una edición interactiva en la Web que va a ir actualizándose a medida que más empresas se vayan abriendo al exterior. Ya está disponible entrando en la página atlas.marcasrenombradas.com.

2'02''

Texto B

Biocultura

BioCultura, la feria de los productos ecológicos y el consumo responsable, tiene tres citas anuales. La primera de este año, la de Valencia, se celebrará los próximos 22, 23 y 24 de febrero. Nos esperan coloquios, charlas, exposición de productos, talleres y actividades diversas, centradas todas ellas en la alimentación ecológica, la sostenibilidad y el respeto por el medio ambiente.

BioCultura Valencia 2013 se ha reducido con respecto al año pasado. Crisis obliga. Pero aún así los visitantes podremos disfrutar del ambiente ecológico y su filosofía de vida, a través de un paseo por más de 200 stands dedicados a la comida ecológica, las terapias alternativas, las energías renovables, la moda o el turismo rural. Pero hay que destacar sobre todo la presencia de los alimentos que provienen de la agricultura ecológica, más del 30% de los expositores.

Tampoco nos olvidemos de las charlas sobre huertos urbanos o sobre agricultura sostenible, el taller de elaboración de cerveza artesana, las catas de café o el festival ecológico de la infancia MamaTerra 2013, cuyo objetivo principal es captar la atención de los más pequeños, hacerles disfrutar de los productos ecológicos, sembrando en ellos la inquietud de cuidar su salud respetando al mismo tiempo su entorno.

La apuesta por llevar BioCultura a Valencia parte un año más de la asociación Vida Sana y Feria Valencia con el objetivo de acercar a los consumidores una alternativa de vida que pasa por cuidarse cuidando el medio ambiente. Todos los que se acerquen a Valencia entre el 22 y el 24 de febrero podrán disfrutar de ella en los pabellones 6 y 8 de la Feria de Valencia, desde las diez de la mañana hasta las ocho de la tarde. La edición de Barcelona se celebrará en el próximo mes de abril, y en Madrid habrá que esperar algo más, hasta el próximo mes de noviembre.

2'05'