

NATIONAL UNIVERSITY OF IRELAND, GALWAY  
 OLLSCOIL NA hÉIREANN, GAILLIMH  
 SEMESTER II EXAMINATIONS, 2003-2004

THIRD YEAR B.Sc. IT WITH SPANISH  
 SH358 SPANISH LANGUAGE III

Unit value: 12

Dr. S. Black  
 Ms. B. Sangrador-Vegas

Time allowed: **three** hours

Answer **all** questions

1. Complete los espacios en blanco con la forma adecuada del verbo entre paréntesis. Conteste en su cuaderno de respuestas:
  1. Es necesario que las empresas españolas, especialmente las de tamaño más pequeño, .....(DARSE) cuenta de que los avances tecnológicos ofrecen una enorme oportunidad.
  2. Entre septiembre de 2000 y septiembre de 2003 el número de asalariados en el sector público ..... (AUMENTAR) en un 13,5%. Dentro de pocos años, ..... (HABER) más de 3 millones de empleados públicos en España.
  3. La proliferación de las compañías aéreas de bajo coste está ..... (PONER) en peligro los ingresos de Iberia.
  4. Para combatir el estrés se recomienda a los empleados que ..... (PLANIFICAR) su jornada laboral y ..... (DORMIR) las horas necesarias.
  5. La empresa Paredes sigue ..... (FABRICAR) calzado deportivo en España a pesar de la competencia de gigantes como Nike y Adidas.
  6. Me compraría un móvil si lo ..... (NECESITAR), pero la verdad es que no me ~~hace~~ falta.
  7. Cualquier persona que ..... (QUERER) triunfar en el mundo de los negocios precisa iniciativa y tesón.
  8. Todavía no ..... (RESOLVER, NOSOTROS) los problemas que nos trajo el virus informático *Blaster* y ya tenemos otro nuevo.

2. Lea el texto y complete los ejercicios correspondientes:

El 16 de julio de 2000 Florentino Pérez llegó a la presidencia del Real Madrid. En su toma de mandato dejó claro que su objetivo era convertir al club blanco en la primera empresa deportiva de Europa.

Tres años después muchas cosas han cambiado. La más notoria: el fútbol se ha convertido – al menos para algunos clubes – en un espectáculo muy rentable. Muestra de ello ha sido el circo montado en la presentación del futbolista inglés

David Beckham como jugador del Real Madrid: escolta policial, cientos de periodistas y miles de fans a la puerta de su hotel. Todo un *show* para recibir al ídolo merengue<sup>1</sup>. Este fichaje quizás no fuese necesario desde un punto de vista estrictamente deportivo, pero sí es rentable desde el punto de vista del marketing, ya que abre la puerta al Real Madrid de los mercados asiático y estadounidense.

Las grandes cantidades de dinero que se mueven en este deporte obligan a los clubes a la búsqueda continua de recursos. Entre las fuentes de financiación de los clubes destaca la televisión. La llegada de las televisiones de pago supuso un *boom* monetario para los clubes, sobre todo para los grandes, a la hora de negociar la venta de derechos de retransmisión de partidos.

Además de los ingresos por televisión, los clubes tienen la posibilidad de obtener una gran cantidad de ingresos atípicos, destacando los patrocinios, el *merchandising* y las asociaciones de marca.

Respecto al patrocinio, hoy es impensable que las camisetas de los equipos de fútbol no lleven estampado el nombre de una casa comercial. De hecho, durante esta temporada se dedicarán más de 325 millones de euros a patrocinar equipos. Según el contrato que firmó el Real Madrid con Siemens Mobile, los merengues recibirán, durante tres años, unos once millones de euros por temporada. Un desembolso que le ha merecido la pena: su cuota de mercado ha pasado del 7% al 24%.

En cuanto al *merchandising* destaca la venta de camisetas. Florentino Pérez espera que los 35 millones de euros invertidos en Beckham sean pagados por la venta de camisetas en el muy lucrativo mercado asiático, en donde el inglés es un ídolo. Para evitar la saturación del mercado, cuando el equipo es consciente de que las ventas de sus camisetas ha empezado a decaer, saca una nueva línea. De esta manera tanto la marca como el club logran dar una imagen de innovación a sus productos, al mismo tiempo que evitan el estancamiento.

Una de las últimas estrategias que se están llevando a cabo consiste en que un club se una a otra empresa para fabricar un nuevo producto. Es el caso del Atlético de Madrid y la firma Racer, cuya unión ha dado lugar al reloj conmemorativo de los cien años del club. El Real Madrid ha llevado a cabo iniciativas similares con las empresas Viceroy y BMW.

*Emprendedores* (adaptado) (Septiembre 2003)

<sup>1</sup>*merengue*: relativo al Real Madrid

A. Conteste en español las siguientes preguntas sobre el texto. Use sus propias expresiones:

1. ¿A qué se refiere el texto con el “circo” que se montó para recibir a Beckham?
2. ¿Qué problema conlleva el negocio de venta de camisetas para los clubes y cómo lo resuelven?

3. El *merchandising*, ¿se refiere sólo a la venta de camisetas?  
Explique.

B. Explique en español el significado de las siguientes expresiones (las encontrará subrayadas en el texto):

1. **rentable**
2. **estancamiento**
3. **ha llevado a cabo**

C. Traduzca los párrafos tercero, cuarto y quinto al inglés (desde “Las grandes cantidades de dinero” hasta “ha pasado del 7% al 24%”)

3. Traduzca el siguiente texto al español:

The Government has been warned that abolishing business expansion schemes would have disastrous consequences for the Irish IT industry.

The Irish Software Association reiterated its argument that any attempt to reduce – or even phase out – this scheme would “wipe out” the next generation of IT start-ups. The association, which held its annual awards ceremony yesterday, also urged the Cabinet to renew its efforts to nurture a vibrant indigenous computer sector by allocating 25 per cent of IT spend to supporting small companies.

Although the downturn has caused the sector some distress, it may, in the long term, be looked upon as a blessing in disguise, said the association’s chairman Mr Cathal Friel. “The purer strains of entrepreneurs and companies have emerged. Darwin’s theory of survival of the fittest comes to mind”, he added.

*The Irish Times* (adaptado) 15/11/03

4. Lea el siguiente comentario y escriba una redacción en español (350 palabras) dando su opinión sobre quién tiene la culpa de este problema, qué consecuencias acarrea y cómo se podría combatir:

El virus informático *MyDoom* puede haberse convertido ya en una de las plagas más extendidas de la historia de la Red. Diseñado para tomar el control de millones de ordenadores y coordinarlos para atacar la página *web* de la empresa SCO, se calcula que *MyDoom* circula ya en uno de cada 12 correos electrónicos.

*El Mundo Digital* <http://www.elmundo.es> (adaptado) 28/01/04