

APLVE ES P

SESSION 2000

ESPAGNOL

LE DICTIONNAIRE BILINGUE EST AUTORISÉ
(à l'exclusion de tout dictionnaire électronique)

Durée 2 H 00

Coefficient 1,5

Las voces de la experiencia :

IGGY INK, motivos españoles

Desde los siete años, Ignacio y Javier han emprendido juntos numerosos negocios. Ya de pequeños se ganaban su dinerillo vendiendo latas de refresco en un campo de golf. Lo que ahora tienen entre manos, junto con su tercera socia, Miriam, es una joven empresa que el año pasado facturó 250 millones de pesetas. « Hemos conocido lo que es el trato con clientes desde muy pequeños y gracias a ello, hemos aprendido cosas tan sencillas como que los problemas se deben quedar siempre dentro de la empresa », afirma Javier Abollado.

Dedicada a la venta de llamativas camisetas y otras prendas decoradas con diferentes motivos, fundamentalmente españoles, Iggy Ink lleva en pie más de dos años. La idea surgió en la cabeza de Ignacio quien, trabajando como guía turístico, descubrió la mala calidad de las camisetas y demás productos que ofrecían las tiendas de recuerdos a los extranjeros. « Entonces nos propuso que montáramos una empresa de camisetas que siguieran la imagen americana pero con motivos españoles –señala Javier–. Nuestros pilares fueron la calidad de la prenda y del diseño, un precio medio y, sobre todo, la imagen lograda con una buena presentación ».

Comenzaron en la buhardilla de su casa, luego pasaron a una nave de 300 m² y actualmente cuentan con 1.200 m² de oficinas. El estudio de mercado que realizaron se basó en el sentido común y en la experiencia: « España es el segundo país más visitado del mundo, recibe 50 millones de turistas al año y, cuando proyectábamos el lanzamiento, sólo había tres marcas fuertes que ofrecían productos con los cuales no nos identificábamos. Por lo tanto, había un hueco grande en el mercado ». Con un estudio de viabilidad conocieron cuál era su « umbral de rentabilidad » o « punto muerto » (ver cuánto tengo que vender para cubrir los costes fijos y los costes variables relacionados con ese volumen de producción). Y comenzaron la puesta en marcha, introduciéndose en aquellos puntos por los que entraban los extranjeros en España: gasolineras de carretera y « duty free » de aeropuertos. Además de las 500.000 pesetas necesarias para el capital social de la S.L., invirtieron algo más de un millón de pesetas en el local, ordenador, teléfono, etc. « Al principio todo se quedaba en la empresa, para aumentar nuestra capacidad competitiva y para constituir una sociedad saneada . Pedimos ayudas a la Comunidad de Madrid, pero todo fueron problemas y no nos las concedieron ». Además de los problemas de papeleos y licencias, Javier recuerda que otra dificultad con la que se encontraron fue la de hacer « clientes gordos ».

A raíz del turismo, Iggy Ink decidió introducirse en el mundo de la promociones textiles: Continente, Campofrío o Antena 3 con sólo algunas de las entidades que han contratado sus servicios para promocionar su marca. El crecimiento de la empresa ha sido imparable y actualmente, cuenta con una plantilla directa de 18 personas más otras 50 subcontratadas.

Salavatore Gaziano, *Millionnaire* n° 21, Abril de 1999

QUESTIONS

I – Compréhension de l'écrit (14 points).

Après une lecture attentive du texte, rédigez un compte-rendu **en espagnol** (150 mots +/- 10%).

II – Traduction (6 points).

Traduisez le texte depuis «Desde los siete años,...» (ligne 1) jusqu'à «...afirma Javier Abollado». (ligne 7)