

Испанский язык. 11 класс. Транскрипция. Вариант 1.

DIÁLOGO

CRISIS EN EL MAR MENOR

P. Vamos a hablar de la crisis medioambiental en el Mar Menor más allá de las protestas de las que nos hemos ocupado estos días, por ejemplo, de esa cadena humana de setenta y tres kilómetros que rodeó ayer la costa de este paraje. Hemos querido conocer de Jesús Canó el impacto directo de esa crisis en el sector turístico.

C. Empezando por los hoteles, las previsiones de ocupaciones han caído. Alfonso Jiménez, gerente del balneario “La Encarnación” en Los Alcáceres, habla de un descenso de 25%.

A. Realmente las reservas en los hoteles están bajando para setiembre y vamos a decir que ... fuerza ... y vamos para adelante.

C. En las escuelas de vela y deportes acuáticos están viendo cómo se les esfuman los ingresos en el final de temporada. Tony trabaja en la “Dos mares”, en La Manga.

T. Desde que de un capuzón de la noche a la mañana, de tener gente todos los fines de semana y ahora la playa completamente vacía y ... luego ... con el tema de cursos, muchas cancelaciones.

A. Restaurantes, tiendas de artículos de playa todas coinciden en la repercusión que está teniendo en sus negocios la crisis medioambiental del Mar Menor en pleno mes de agosto aunque, lo peor, bate final será en futuro.

T. Ha habido gente quien puso comentarios de salidas anticipadas de los hoteles, que han decidido marcharse antes del puesto que podían disfrutar.

A. Se nota, se nota el ambiente, la gente que no quiere estar en este sitio, en esta zona.

T. Hoy en La Manga, en las playas del Mar Menor hay pocos bañistas mientras que las del Mediterráneo están atestadas de gente.

MONÓLOGO

TIENDAS

En España hay casi medio millón de negocios minoristas de tiendas. En ellos trabajan casi un millón y medio de personas lo que supone un trece por ciento del producto interior bruto nacional. Sin embargo la confederación española de comercio calcula que el veinte y cinco por ciento del comercio local podría desaparecer en poco tiempo. El protagonismo del comercio independiente de los centros y barrios de ciudades y pueblos será debilitado. El sector de la distribución comercial minorista está cambiando y están llegando las grandes cadenas. El comercio independiente necesita volver a mostrar su atractivo y utilidad. Las tiendas deben ser cercanas y amables.

El sector local acaba de ser más digital, sí, las tiendas entonces deben encontrar el equilibrio entre el contacto digital y el personal. Hay que atraer a los consumidores a las tiendas. Atraerles con diseños atractivos, escuchándoles atendiendo sus dudas y reclamaciones. Así se evocan emociones que harán que los consumidores repitan. Las tiendas pueden ser espacios únicos especiales que llenan de vida las calles con sus escaparates, iluminación, sus gentes. Visitar las tiendas les lleva más allá de la compra de productos. Es una actividad agradable entretenida y divertida. Cuando salimos a la calle nos gusta sentir vida en ella. El comercio local da vida, pone luces y colores. Vemos, tocamos, sentimos, generamos riqueza local. Creo sinceramente en la importancia del comercio independiente local como un bien social que hay que proteger.

Ignacio Sorret, director de investigación de ESIC Business marketing School.
Radio Cinco. Todo noticias.