

## COMPREHENSION DE L'ECRIT (60 MIN) NIVEAUX B1-B2

### OBJECTIF

### GRILLE D'EVALUATION

### ENTRAINEMENTS

*Entraînement 1 niveau B2 : Código de Conducta Interno*

*Entraînement 2 niveau B2 : Lee este artículo*

---

## **Compréhension de l'écrit (60 min) niveaux B1-B2**

### Objectif

Les supports choisis pour l'évaluation de la compréhension de l'écrit offriront une variété de documents qui permettront de vérifier l'ampleur des connaissances. Le formateur peut constituer un dossier comprenant des documents variés (textes en relation avec le domaine du stagiaire ou non spécialisés...).

Nous vous rappelons les attentes pour atteindre le(s) niveau(x) B1 et/ou B2:

#### **B1:**

*peut lire des textes factuels directs sur des sujets relatifs à son domaine et à ses intérêts avec un niveau satisfaisant de compréhension.*

#### **B2:**

*peut lire avec un grand degré d'autonomie en adaptant le mode et la rapidité de lecture à différents textes et objectifs et en utilisant les références convenables de manière sélective. Possède un vocabulaire de lecture large et actif mais pourra avoir des difficultés avec des expressions peu fréquentes.*

## Grille d'évaluation

La grille est la même pour le(s) niveau(x) B1 et B2. En fonction des résultats, vous pourrez déterminer votre niveau.

<b>Fiche d'évaluation commune</b>	<b>Non acquis</b>	<b>En cours d'acquisition</b>	<b>Acquis</b>
peut discerner l'essentiel (qui parle, de quoi, quand)	-- ++	-- ++	-- ++
Peut comprendre et extraire l'information globale			
Peut comprendre une information particulière			
Peut comprendre une information détaillée			
Peut comprendre l'implicite			
Peut comprendre une correspondance courante dans son domaine			
Peut discerner le point de vue de l'auteur			
Peut comprendre des articles spécialisés hors de son domaine			

## Entraînements

### Entraînement 1 niveau B2 : Código de Conducta Interno

#### ***Consignes:***

1- **Lee el código de Conducta Interno de la empresa Inditex**

#### **Código de Conducta Interno**

##### *Empleados*

Inditex no emplea a nadie que esté por debajo de la edad legal.

Ninguna persona empleada en Inditex es discriminada por raza, discapacidad física, religión, edad, nacionalidad o sexo.

Los empleados de Inditex tienen reconocido el derecho de sindicación, asociación y negociación colectiva.

En Inditex no se permite ninguna forma de acoso o abuso físico, sexual, psicológico o verbal.

El salario que reciben los empleados de Inditex es acorde con la función desempeñada, siempre respetando los convenios de cada sector.

Inditex garantiza que sus empleados desarrollan sus labores en lugares seguros y saludables.

#### *Socios de negocio*

Inditex asegura que todos y cada uno de sus socios de negocio cumplen lo expuesto en los apartados de clientes y empleados de este Código.

#### *Proveedores*

Los Fabricantes y Talleres Externos de Inditex están obligados a cumplir con lo expuesto en los apartados de empleados y clientes de este Código. Así mismo, permiten que se realice cualquier revisión por parte de Inditex o de terceros autorizados para verificar su cumplimiento.

#### *Clientes*

Inditex se compromete a ofrecer a todos sus clientes un estándar de excelencia en todos sus productos además de garantizar que no implican riesgos para su salud o seguridad.

#### *Sociedad*

Inditex se compromete a colaborar con las comunidades locales, nacionales o internacionales en las que desarrolla su negocio.

### **Código de Conducta de Fabricantes y Talleres Externos**

Para garantizar una adecuada implantación y gestión posterior del Código de Conducta Interno en la cadena de producción, se diseñó un segundo Código de Conducta para Fabricantes y Talleres Externos.

Su marco conceptual recoge las Declaraciones de Derechos Humanos, la Convención de Naciones Unidas sobre los Derechos de los Menores y las Convenciones de la Organización Internacional del Trabajo nº 29, 87, 98, 100, 105, 111, 138, 182 y 190, haciendo especial énfasis en las políticas retributivas y de contratación, salud, seguridad, menores y medio ambiente.

#### **Este segundo Código se articula en once puntos:**

##### *Trabajo infantil*

Los Fabricantes y Talleres Externos no emplearán a menores. Definimos como menor a aquellas personas con edad inferior a 16 años o, excepcionalmente, de 14 años, en aquellos países incluidos en el artículo 2.4 del Convenio 138 de la Organización Internacional del Trabajo. En el caso de que la legislación local establezca una edad superior, se respetará lo establecido por la misma.

##### *No discriminación*

Los Fabricantes y Talleres Externos no aplicarán ningún tipo de práctica discriminatoria por razones de sexo, raza, credo, edad, nacionalidad, orientación sexual, opinión política o discapacidad física o psíquica.

##### *Libertad de asociación*

Los Fabricantes y Talleres Externos respetarán los derechos de los empleados a asociarse, organizarse o negociar colectivamente sin que sufran por ello ninguna clase de sanción.

*Acosos y abusos*

Los empleados de los Fabricantes y Talleres Externos serán tratados con dignidad y respeto. En ningún caso estará permitido el castigo físico, el acoso de ningún tipo ni el abuso de poder.

*Salud y seguridad*

Los Fabricantes y Talleres Externos garantizarán a sus empleados un lugar de trabajo sano y seguro de acuerdo con lo exigido por la ley, asegurando unos mínimos razonables de luz, ventilación, condiciones higiénicas, prevención de incendios, así como el acceso al agua potable. De igual forma garantizarán que estos mínimos se cumplan en todas las demás instalaciones destinadas a sus empleados.

*Política de remuneraciones*

Los Fabricantes y Talleres Externos cumplirán con toda la legislación vigente en materia laboral. Pagarán a sus empleados, al menos, los mínimos establecidos por la ley para cada categoría profesional.

*Medioambiente*

Los Fabricantes y Talleres Externos estarán obligados a cumplir lo establecido por la legislación vigente en materia medioambiental.

*Política de subcontratación*

Los Fabricantes y Talleres Externos que subcontraten trabajos para Inditex se responsabilizarán de que los subcontratados cumplan con este mismo Código de Conducta.

*Otras leyes aplicables*

Los Fabricantes y Talleres Externos cumplirán con toda la legislación local, nacional e internacional vigente.

*Supervisión y cumplimiento*

Los Fabricantes y Talleres Externos autorizarán a Inditex a realizar, por sí mismo o por medio de terceros, revisiones que garanticen el cumplimiento de este Código, facilitando a los supervisores el acceso a la documentación y medios necesarios para asegurar este proceso.

*Publicación del Código*

Los responsables de los Fabricantes y Talleres Externos informarán a sus empleados de los contenidos de este Código. Una copia del mismo redactada en el idioma local, estará en un lugar accesible para todos los empleados.

- 2- **Señala los diferentes ámbitos.**
- 3- **Cita lo que garantiza el Código de Conducta de Fabricantes y Talleres Externos.**
- 4- **Apunta el léxico que se refiere a las garantías de la empresa (13).**

## **Entraînement 2 niveau B2 : Lee este artículo**

### **Consignes:**

#### **1- Lee este artículo**

Distribución - Inditex

**Inditex abre hoy al público en Valencia su tienda número 3.000**

**Ester Uriol** / VALENCIA (17-10-Publicado en: Edición Impresa - 2006) Empresas

El grupo, que abre al público hoy en Valencia el nuevo establecimiento, invertirá 5.000 millones en los próximos cinco años

Londres, Hong Kong y Valencia son las tres ciudades que Inditex ha elegido para celebrar la apertura de sus emblemáticas tiendas 1.000, 2.000 y 3.000, respectivamente. La de Oxford Street se inauguró hace ahora justo seis años; la de Hong Kong (primer establecimiento, además, en este país) tuvo lugar en mayo de 2004. Y la de Valencia se abrirá hoy al público después de que Pablo Isla, vicepresidente y consejero delegado de Inditex, la inaugurara oficialmente ayer.

Esto da una idea del acelerado ritmo de crecimiento que lleva a cabo el grupo, que en un año y medio ha sido capaz de abrir tantas tiendas como en los tres años y medio anteriores. La diferencia entre estas tres celebraciones es que las dos primeras tuvieron como protagonista a Zara, la cadena estrella del grupo, mientras que ahora se ha elegido a Zara Home para que se luzca en público. El grupo gallego refuerza así su apuesta por la enseña más joven y mimada, un modelo que cuenta con 'un gran potencial de crecimiento', según Pablo Isla, y que, a pesar de haber nacido en 2003, ya posee más de 140 tiendas en 15 países.

La cadena de hogar, que el año pasado logró una cifra de negocio de 78,1 millones y que en el primer semestre de este año ha registrado un crecimiento de ventas del 95% respecto al mismo periodo del año anterior, alcanzará en 2007 unos niveles de margen en línea con la media del grupo. Esto supone adelantar en un año este objetivo, según explicó Isla.

Todo ello responde al plan de expansión de la cadena que prepara su entrada en Francia antes de fin de año y la incorporación en los mercados ruso y alemán a medio plazo, según la directora de Zara Home, Eva Cárdenas.

Este desarrollo se enmarca también dentro de la estrategia de crecimiento del grupo gallego, que en los próximos cinco años invertirá unos 5.000 millones de euros en la apertura de nuevos establecimientos. 'Si este año vamos a invertir alrededor de 900 millones de euros, no resulta extraño que hablemos de unos 5.000 millones en cinco años', comentó Isla a los periodistas. 'Mantenemos un modelo de negocio en el que prima la reinversión en la compañía', añadió el ejecutivo.

La inversión que Inditex acumuló entre 2001 y 2005 fue de 3.000 millones de

euros, que sumados a los 900 de este ejercicio, se elevan a casi 4.000 millones. La mayor parte de este importe se refiere a nuevas tiendas, aunque también se incluyen las remodelaciones y las nuevas plataformas logísticas.

La idea es continuar apostando por los mercados exteriores, sobre todo Europa y Asia, de modo que en muy poco tiempo 'tres de cada cuatro aperturas' se realizará en el extranjero, según señaló el primer ejecutivo del grupo gallego.

### **El inicio de la expansión**

'Se puede decir que nuestra expansión internacional no ha hecho más que empezar, ya que de cara al futuro nuestro potencial de crecimiento es extraordinario en todos los mercados', añadió Isla. Para ello puso como ejemplo el caso de Francia, uno de los países más importantes con más de 100 tiendas Zara. 'En España, que es un país más pequeño que Francia tenemos más de 250 Zara, eso da una idea de todo el camino que queda por recorrer en Francia', puntualizó.

Las cadenas que más crecerán, además de Zara que concentra el 80% de sus inauguraciones fuera del mercado español, son Massimo Dutti, Bershka y Zara Home.

Este año, Inditex inaugurará entre 410 y 490 tiendas y para el próximo año se mantendrá o incluso se superará este ritmo de crecimiento. En este sentido, las grandes apuestas internacionales son Italia, donde este año se abrirán más de 45 locales; Rusia, que en 2008 contará con todas las cadenas de Inditex y más de 20 zaras en Moscú; y Asia, donde el ritmo de crecimiento será el doble que la media del grupo. También a corto plazo el grupo prevé la entrada en Corea y Colombia y, a medio plazo, podría entrar en mercados más lejanos, como la India y Australia.

Estados Unidos, que cuenta con 22 tiendas ahora y 25 a final de año, se considera 'una reserva para crecimiento futuro'. La idea es abrir entre ocho y 10 tiendas anuales en los tres próximos ejercicios, con ubicaciones preferentes en la costa oeste (eje San Francisco-Los Ángeles), la costa este y Florida.

Dentro del plan estratégico 2006-2008 también se contempla que a finales del trienio las ventas y los costes crezcan al mismo ritmo, según Isla. Ahora, la diferencia es de tres puntos porcentuales.

### **Vestir la casa de moda**

La enseña que Inditex creó para vender artículos textiles para el hogar salió al mercado como abanderada de su hermana mayor Zara. Fue un empeño y un triunfo del equipo que se encarga del desarrollo de esta cadena. Eva Cárdenas, directora de la enseña y una de las artífices de su concepto de negocio y de su expansión, cree que el ir de la mano de Zara les ha servido de apoyo en su lanzamiento y crecimiento internacional.

'Se trata de trasladar el concepto de moda a los artículos del hogar creando una tienda moderna, con diseño y con soluciones prácticas para la compra' comenta.

Entre el 65 y el 70% de los productos son de origen textil (ropa de cama, de mesa y de baño), y el restante 30% o 35% se refiere a otro tipo de artículos de menaje y decoración. Entre ellos figura el menaje de cocina que es un proyecto

que acaba de iniciar su desarrollo. Otra de las recientes apuestas de Zara Home es la sección de niños (con zapatitos de bebé incluidos) que también cuenta con un importante potencial de crecimiento. El elemento diferenciador de la cadena, según su directora, es la alta calidad de los productos y 'el precio competitivo' que tiene para estos estándares de calidad.

---

© [Cinco Días](#) | [Prisacom S.A.](#)

**2- Indica:**

- a) el motivo de la redacción del artículo
- b) establece el orden cronológico de la apertura de las tiendas
- c) el origen de la empresa
- d) el número de tiendas, de países
- e) el año de creación
- f) tipo de tiendas
- g) los nuevos mercados
- h) las inversiones
- i) el nombre de las diferentes marcas desarrolladas por Inditex

**3- Apunta el léxico que se refiere a la política de desarrollo de la empresa (11).**