

BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR

COMMERCE INTERNATIONAL

session 2000

Communication en langues étrangères

ESPAGNOL

Durée : 3 heures

Coefficient : 1,5

*L'usage de la calculatrice est interdit.
L'usage d'un dictionnaire bilingue est autorisé.*

GRANOS DE ORO.

La empresa sevillana, Arrocerías Herba, S.A., líder europeo del sector, ha decidido dar el salto al mercado americano.

- 1 Herba es, hoy por hoy, el grupo arrocero líder en Europa, una posición que le ha permitido diversificar el riesgo en el plano comercial y en el aprovechamiento de la materia prima. La filial de Azucarera Ebro dispone, en los próximos cinco años, de una capacidad inversora de 15.000 millones de pesetas para ir de compras por el
- 5 continente americano y alcanzar la segunda posición en el sector, tras la americana Mars Uncle Ben's.

- El origen de la compañía se remonta a 1911, cuando Antonio Hernández Villar creó en la localidad soriana de Olvega una pequeña empresa alimentaria. 40 años después inauguró su primer molino de arroz en el pueblo riojano de Calahorra, pero
- 10 la climatología jugó en contra y en 1961, el negocio fue trasladado a las marismas sevillanas del Guadalquivir. Sus cuatro hijos tomaron las riendas del negocio familiar y se lanzaron a la conquista de Europa, después de haber conseguido ser los líderes en la exportación del arroz en las marismas del Guadalquivir, habiendo exportado en los últimos 40 años, más del 80% del arroz español.

- 15 Por aquellas fechas, ampliaron sus enclaves productivos a Tarragona, Valencia y Extremadura. Paralelamente, la familia Hernández daba un paso adelante en la introducción de sus marcas (la Cigala, la Fallera, Brillante y Nomen) en primera línea del mercado español.

- El punto de inflexión en la vida de la empresa llegó en 1986, con la incorporación
- 20 de España a la Comunidad Europea. Comenzaba la internacionalización de Arrocerías Herba, que hoy en día está presente con sus industrias de primera fila en Portugal, Italia, Reino Unido, Francia y Bélgica, dando empleo a más de 1.000 personas y ocupando la primera posición en la Unión Europea.

25 El importante papel jugado por la Compañía con sede en Sevilla se basó en una
estrategia que ha sido básica para el desarrollo de Herba. Al ser Europa excedentaria
en el arroz tipo japonico⁽¹⁾ -grano redondo que suele realizarse para platos elaborados
como la paella- y deficitaria en el tipo indico -grano largo que suele utilizarse para
arroz blancos o como guarnición-, del que tiene que importar unas 258.000
30 toneladas anuales, la compañía optó por reconvertir⁽²⁾ los cultivos andaluces a esta
variedad de arroz.

La nueva variedad se aclimató perfectamente a los campos andaluces y se
recolectaron 200.000 toneladas anuales en los años en que no hubo sequía. A esto
siguió la construcción en Sevilla de la mayor planta de vaporización de Europa, para
35 procesar gran parte del arroz dedicado a la exportación: el precocinado, especialmente
apreciado por los mercados del Centro y Norte de Europa. A ello se sumó, la decisión
de la Comunidad Europea de proteger arancelariamente el arroz indico, lo que
convirtió las exportaciones europeas de Herba en un negocio más que rentable.

Actualmente, la proyección internacional de Arrocerías Herba no ha concluido y
aborda su entrada en el mercado americano con la compra de compañías arroceras del
40 continente. El plan estratégico de Herba establece que su capacidad financiera para
afrontar este reto se cifra en 15.000 millones en los próximos cinco años. Antes de
iniciar esta expansión, Herba ha decidido poner orden en casa mediante un plan de
reestructuración que ha implicado el cierre de dos plantas y la implantación de una
nueva política respecto a las filiales españolas, que han pasado a ser sociedades
45 comerciales.

Además, ha incorporado un nuevo sistema informático, elevando así el gasto de
reestructuración a 903 millones, con el fin de lograr un ahorro anual de costes de 537
millones.

Andalucía Económica, marzo de 1999.

(1) japonico : ici = *asiatique*.

(2) reconvertir ... a : ici = *remplacer ... par*.

I - VERSION

(20 points)

Traduire depuis « El importante papel... » jusqu'à « ...más que rentable. » (l. 24 à 37).

II - RÉPONDRE EN ESPAGNOL AUX QUESTIONS SUIVANTES

(20 points)

1/ Ponga de relieve las distintas etapas de la expansión de la empresa Arrocerías Herba, S.A.

2/ Explique usted los diferentes medios o estrategias utilizados por Arrocerías Herba, S.A., para penetrar los mercados exteriores. En su opinión ¿cuáles son sus ventajas e inconvenientes tanto en el plano económico como humano?

À partir des éléments indiqués ci-dessous, vous rédigerez une lettre commerciale en espagnol, en respectant les normes de présentation (chiffres des quantités commandées en toutes lettres).

L'entreprise France Diffusion Vidéo, 456, rue Gambetta, 59000 Lille, écrit à son client espagnol le magasin Ramos Sánchez, La Paz, 33, 46006 Valencia.

- Elle accuse réception de la commande de 350 cassettes vidéos "les classiques du cinéma français" et de 200 cassettes vidéo-souvenirs de la coupe du monde de football France 98.
- Elle annonce malheureusement un retard de quinze jours dans l'envoi de cette dernière en raison d'une rupture de stock.
- Elle regrette les préjudices occasionnés par ce retard de livraison.
- Elle propose au client espagnol un rabais de 5 % sur la totalité de la commande en compensation.
- Elle remercie le magasin Ramos Sánchez pour sa confiance et souhaite la poursuite des bonnes relations commerciales.