

BTS TERTIAIRES – GROUPE 1

ÉPREUVE ÉCRITE DE LANGUE VIVANTE

PORTUGAIS

Durée : 2 heures

Action commerciale		coefficient 1,5
Assurance		coefficient 1
Banque		coefficient 1
Communication des entreprises		coefficient 1
Professions immobilières		coefficient 1

Dictionnaire bilingue autorisé

Calculatrice interdite

TRAVAIL À FAIRE PAR LE CANDIDAT

I- COMPRÉHENSION

(10 points)

Traduire, **en français**, de « O grupo Pão de Açúcar ... » (l. 10) jusqu'à « ... diz Ana Maria Diniz. » (l. 25).

II - EXPRESSION

(10 points)

Répondre, **en portugais**, aux questions suivantes :

- 1- Qual é a diferença essencial entre o comércio virtual no Brasil e nos Estados Unidos? *(2 pts)*
- 2- Segundo Ana Maria Diniz, quais são os diferentes sectores que o grupo Pão de Açúcar tenciona desenvolver? *(2 pts)*
- 3- Quando é que se realizará o objectivo do Pão de Açúcar? *(1 pt)*
- 4- Será fácil ou não realizar este projecto? Justifique a sua resposta com elementos do texto. *(3 pts)*
- 5- Explique o título do artigo: « O negócio é ocupar espaço ». *(2 pts)*

O negócio é ocupar espaço.

O varejo¹ tradicional domina o comércio virtual no Brasil.

1 O anúncio de um grande empreendimento feito na semana passada mostrou mais uma vez que o crescimento do comércio eletrônico no Brasil obedece a uma lógica muito diferente da que orientou a expansão das empresas pontocom² nos Estados Unidos. As principais lojas virtuais americanas são, em sua maioria, empresas jovens e plugadas³ à internet desde o nascimento. Elas ocupam espaço e obrigaram o comércio tradicional a se adaptar à nova realidade. No Brasil, as grandes companhias estabelecidas no comércio tradicional é que estão liderando o processo. O Pão de Açúcar, uma das maiores cadeias varejistas do país, anunciou na última quarta-feira a criação de um grande shopping virtual. Será um portal de comércio eletrônico batizado de Amélia, uma homenagem à mulher de verdade do samba de Mário Lago.

10 O grupo Pão de Açúcar já está presente na internet com uma loja de eletrodomésticos, a Eletro, e um supermercado virtual que atende o Estado de São Paulo, Brasília e Rio de Janeiro. A intenção, segundo Ana Maria Diniz, vice-presidente da empresa, é fazer isso e muito mais. No amélia.com.br, que tem sua entrada em operação prevista para o mês de abril, haverá farmácia virtual, locadora de vídeo, serviço de revelação de fotografias e mais uma série de lojas. O Pão de Açúcar é a segunda rede varejista de visibilidade nacional a fazer uma investida barulhenta em direção à internet. As Lojas Americanas começaram a vender pela rede há cerca de um mês. "No Brasil, nunca haverá uma Amazon", diz o consultor Silvio Genesini, da Andersen Consulting, referindo-se à mais famosa das livrarias virtuais dos Estados Unidos. A Amazon, uma das maiores lojas da internet, nasceu praticamente do nada, ficou gigantesca e tornou-se uma referência do comércio eletrônico mundial. "A briga no mercado brasileiro será entre as grandes empresas do comércio tradicional."

O objetivo do Pão de Açúcar, das Lojas Americanas e de outras que estão para ingressar nesse mercado é claro. As empresas pretendem ocupar espaço agora para ter lucro mais tarde. « Acreditamos que a internet terá uma fatia expressiva no mercado nos próximos quatro ou cinco anos », diz Ana Maria Diniz .

Os investidores são os primeiros a reconhecer que a expansão da rede enfrenta obstáculos poderosos no país. A internet brasileira ainda é incipiente e o comércio eletrônico está dando apenas os primeiros passos. Para o comércio virtual dar certo, é preciso existir, em primeiríssimo lugar, uma massa considerável de consumidores. E a primeira condição para a formação dessa turma⁴ é a existência de uma linha telefônica para possibilitar a ligação do computador à rede. Por mais que esse serviço tenha melhorado depois da privatização das teles, o telefone ainda é um aparelho distante da maioria dos brasileiros. No Brasil, há apenas quinze linhas telefônicas para cada grupo de 100 habitantes, e a situação deve melhorar pouco nos próximos anos...

Essa é uma das razões que fazem com que apenas 5% das casas brasileiras tenham um computador conectado. Isso quer dizer que, para as lojas virtuais brasileiras, o lucro está muito distante.

Roberto Paduan.
Veja, nº 1639, 08/03/2000.
(Adaptação)

Notes

¹ - o varejo : *commerce de détail*.

² - empresas pontocom : empresas do sector do comércio electrónico.

³ - plugar : ligar a.

⁴ - a turma : o grupo.