

SESSION 2002

BTS ASSISTANT DE GESTION DE PME-PMI (groupe 2)

ÉPREUVE ÉCRITE DE LANGUE VIVANTE

PORTUGAIS

Durée : 2 heures – Coefficient 1,5

dictionnaire bilingue autorisé

calculatrice interdite

Travail à faire par le candidat

I - COMPRÉHENSION

(12 points)

Résumez le texte suivant en portugais (environ 180 mots).

II - TRADUCTION

(8 points)

Traduisez en français le deuxième paragraphe de « O grupo desenvolve ... » (l. 9) à « ... melhores preços » (l. 15).

Família, perfumes & companhia, Lda.

1 Quando pensamos em grandes cadeias de lojas ocorre-nos logo a imagem das multinacionais. Mas no mercado nacional dos “cheiros e aromas” as coisas são diferentes. O grupo Barreiros Faria, totalmente português, com uma estrutura tipicamente familiar, pretende invadir e dominar por completo o negócio. A sua estrutura permite-lhe fazer frente a cadeias internacionais como a
5 Sephora e a Douglas. Em cinco anos passaram de 2 para 54 perfumarias, de Norte a Sul do país, e vão abrir mais 8 pontos de venda até ao final de 2001. Segundo o porta-voz da empresa, “o grupo Barreiros Faria transformou-se no maior retalhista de perfumantes e cosmética do país”. E querem expandir-se, no próximo ano, para Espanha e Grécia.

O grupo desenvolve dois conceitos de comercialização: as Perfumarias Barreiros Faria (BF),
10 lojas de perfumaria tradicional, e as Perfumes & Companhia, lojas de “livre serviço”, que ocupam espaços de dimensão acima de 300 metros quadrados. O “livre serviço”, introduzido por esta sociedade em Portugal, é um espaço onde o cliente circula à vontade, experimenta os produtos e pede conselhos. Apesar da diferente estrutura, têm em comum os preços baixos. Segundo Fernando Louro, um dos responsáveis das perfumarias Marina Cruz, “a Barreiros Faria compra em grandes
15 quantidades, o que faz com que domine os fornecedores e consiga oferecer melhores preços”.

O crescimento do grupo fez-se, em parte, através da compra de diversas perfumarias existentes no mercado, como é o caso das Marina Cruz. Para Fernando Louro, a venda desta cadeia impunha-se. “Vendemos as nossas lojas à Barreiros Faria. Para estar neste negócio, ou se tem apenas uma perfumaria tipo comércio tradicional, ou, então, é necessário ter condições económicas para crescer
20 e formar um grupo.” E acrescenta que, como não existem quaisquer ajudas, é necessário ter um grande poder de investimento de modo a conseguir competir com os grupos internacionais Sephora e Douglas.

Embora disponha já de 54 lojas e entre 20% e 30% de quota de mercado, a Barreiros Faria ainda não tem uma imagem de grupo fortemente implantada. Pelo que, depois deste processo de
25 crescimento, parece chegada a altura para uma redefinição da estratégia da empresa.

Tudo isto acontece apesar de o mercado estar em quebra. Pelo que há quem questione, o que faz com que a Barreiros Faria continue a investir, a comprar mais espaços e a abrir mais lojas. É possível elaborar dois cenários. No primeiro aparece-nos a Barreiros Faria a fazer um esforço muito grande para comprar espaços e construir um grupo forte, e depois architectar uma estratégia comum
30 para todas as lojas. No segundo a Barreiros Faria está a ser financiada externamente. Um grande grupo de distribuição nacional poderá estar a apostar nesta empresa, para mais tarde comprar a rede de lojas já formada e a seguir estabelecer uma estratégia global. A este respeito o porta-voz do grupo responde: “No presente o objectivo do grupo é crescer.”

Qualquer destes cenários é possível. Sabe-se, no entanto, que a Barreiros Faria está em processo
35 de mudança de imagem e redefinição da estratégia empresarial. Fica por saber se o grupo vai unir as duas marcas ou se vai actuar de forma distinta nas lojas de perfumaria tradicional Barreiros Faria e na Perfumes & Companhia – podendo mesmo vender uma delas.

Mafalda FERREIRA,
in *Exame*, 8 de Agosto de 2001.