

APLVE ES-1P

BREVET DE TECHNICIEN SUPERIEUR

SESSION 2003

Épreuve de langue vivante étrangère

Groupe 2

SPÉCIALITÉ
Assistant de gestion de PME PMI

ESPAGNOL

LE DICTIONNAIRE BILINGUE EST AUTORISÉ
(à l'exclusion de tout dictionnaire électronique)

CALCULATRICE INTERDITE

Durée 2 H 00

Coefficient 1,5

El imperio USA contra Barrabés

La firma aragonesa de José y Carlos Barrabés es boicoteada en EE UU y acusada de competencia desleal. Se dedica a la venta de productos de deportes de montaña. Nació en 1988 en Benasque. Sólo este año facturó ocho millones de euros. La mitad, generados a través de la red.

5 “Barrabás”¹. Ése es el apelativo con el que han decidido referirse en Estados Unidos a la
empresa española de venta por internet Barrabes.com. Con el calificativo de Barrabés, las revistas
norteamericanas especializadas aluden a esta tienda de equipos de montaña, con sede en Benasque
(Huesca), condenada en aquel país sólo por ofrecer desde hace algunos años sus productos a través
10 de la red. Y esta *satanización* se corresponde con una serie de medidas comerciales de boicoteo que
se están tomando en EE UU contra la compañía aragonesa.

Las empresas estadounidenses del sector estaban contraatacando de forma desleal frente a la
legítima y triunfal introducción de Barrabes.com en el mercado de material de deportes de montaña.
La empresa española se estaba haciendo con considerables cuotas de aquel mercado. El miedo había
15 aparecido. Las compañías estadounidenses consiguieron que las revistas especializadas de su país -
Climbing, Rock and Ice - no incluyeran publicidad de la empresa aragonesa. No sólo eso: a través de
una presión concertada lograron que los mayores fabricantes norteamericanos de este tipo de material
- *Black Diamond* y *Five Ten*, entre otros - dejaran de suministrar productos al portal de internet
español creado en 1995.

20 El credo económico de Estados Unidos sitúa en lugar preeminente la competitividad sin
cortapisas. Curiosamente ese talante liberal, parece mostrarse inseguro cuando le ganan la partida en
su propio terreno. En el editorial de la revista *Climbing* se justificaban así las medidas tomadas por
las empresas norteamericanas: “Muchas de las tiendas de montaña [de EE UU] llevan sirviendo más
25 de 30 años; las tiendas *puntocom* acaban de llegar. El Gobierno deberá tomar alguna solución como
hizo con el acero”. Es decir, vuelta al proteccionismo de base. El miedo hace temblar los cimientos
de los principios más arraigados.

Las empresas estadounidenses no se han limitado a realizar un ejercicio de fuerza dentro de sus
30 fronteras. Uno de los aspectos más preocupantes de todo este episodio son las medidas de presión
que han llevado a cabo en Europa. “Es un ataque con tres frentes: además de evitar que usemos
publicidad en las revistas y de persuadir a los fabricantes americanos, tratan de convencer también a
los europeos”, dice Carlos Barrabés, director. Desde Estados Unidos han conspirado para que los
fabricantes de material deportivo de montaña del Viejo Continente dejen de vender a la empresa de
35 Benasque. “Afortunadamente, la mayoría nos está apoyando”.

Según su director “internet no sólo es el futuro. Es algo que acelera el futuro”.

Cambio 16 05/08/2002

¹ Barrabás / Barrabés : jeu de mots entre le nom de l'entrepreneur et celui de Barrabas, voleur gracié à la place de Jésus-Christ.

QUESTIONS

Compréhension de l'écrit (14 points)

Rédiger un compte-rendu en espagnol (180 mots +/- 10%)

Traduction (6 points)

Traduisez le 3^{ème} paragraphe du texte.