

**SESSION 2005**

**B.T.S. COMMERCE INTERNATIONAL**  
**Communication en langues étrangères**

**ESPAGNOL**

**Durée de l'épreuve : 3 heures**

**Coefficient : 1,5**

*L'usage d'un dictionnaire bilingue est autorisé*

*Les dictionnaires numériques sont interdits*

*Les calculatrices sont interdites*

Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu'il soit complet.  
Le sujet comporte 3 pages, numérotées de 1 à 3

## Elche y Wenzhou, frente a frente

1 Rondaban los años ochenta cuando Manuel Martínez Valero, un emblemático  
empresario del sector del calzado de Elche (Alicante) decidió ampliar horizontes y viajó a  
China buscando un centro de producción más económico para ser más competitivo en los  
mercados. El emprendedor ilicitano\*, curtido en el mundo del calzado desde su juventud y  
5 que poco a poco había conseguido forjar su propio imperio vendiendo como churros sus  
zapatos “Martínez Valero” en los mercados norteamericanos (llegó a abrir su propia tienda en  
la Quinta Avenida de Nueva York) fue a parar a la zona de Wenzhou, al este de China.

Aquel lugar de la costa oriental del país asiático no era un sitio cualquiera. Era “la capital  
del calzado chino”. Una ciudad de millones de habitantes que, aunque histórica y  
10 culturalmente no tenía nada que ver con Elche, tenía una tradición industrial común: el  
calzado. Y, con los años, Elche y Wenzhou se han situado a un paso.

Martínez Valero estuvo listo. Buscaba producir en un sitio donde la mano de obra fuese  
más barata y donde la gente supiese hacer zapatos. Él fue el pionero en esa estrategia  
empresarial de deslocalización y descentralización para abrirse camino en los mercados de  
15 calzado de gama baja, pero le siguieron otros muchos ilicitanos. Unos para fabricar, otros para  
importar y reexportar después.

De los años ochenta a aquí la situación ha cambiado mucho. Ahora ya no son sólo los  
empresarios españoles los que van a China a producir y comprar para luego vender o  
revender, sino que los empresarios chinos vienen a España a comercializar directamente sus  
20 productos y los venden más baratos .

Y tras años de prosperidad sin precedentes para esta industria manufacturera, ha  
empezado el declive. El año pasado la producción de calzado español bajó un 12% con  
respecto al anterior y se perdieron un 4% de los cerca de 45.000 empleados del sector, según  
la Federación de Industrias del Calzado Español (FICE). La exportación –absolutamente  
25 necesaria para un sector cuya producción triplica la capacidad de consumo del mercado  
español- cayó un 7,3%. Mientras, la importación creció un 26%, es decir, siete de cada diez  
pares vendidos en España proceden de fuera. Y Martínez Valero S.L. se declaró en quiebra y  
cerró una de sus fábricas el pasado mes de mayo, dejando a 147 trabajadores en la calle.

La crisis actual, por tanto, es más complicada que las anteriores vividas por el sector, en  
30 la medida en que es la manifestación de un fenómeno global: el libre mercado. Lo que hay es  
el colapso de la industria del calzado provocado por la internacionalización de los mercados y  
la competencia feroz y poco regularizada. “Mientras sigamos queriendo competir en precio no  
tenemos nada que hacer. Hemos reducido los costes de producción al máximo buscando mano  
de obra más barata hasta en China, pero ellos siguen vendiendo más barato y lo hacen aquí al  
35 lado. Burlan aduanas metiendo más pares en cada contenedor, defraudan a Hacienda al no  
cobrar el IVA a sus compradores, mantienen abiertos sus comercios a cualquier hora y  
cualquier día de la semana, no cumplen las reglas de sanidad establecidas en nuestro  
país... No competimos en igualdad de condiciones” explica Pedro Méndez, secretario de la  
Asociación de Industriales del Calzado de Elche (AICE).

*según Patricia Ortega Dolz  
El País, 26 de septiembre de 2004*

\*ilicitano (l 4) : de Elche (Alicante)

**I. VERSION (20 points)**

Traduire depuis : « *Rondaban los años ochenta ...* » jusqu'à « *...se han situado a un paso.* » (lignes 1 à 11).

**II REpondre en Espagnol aux Questions SUIVANTES(20 points)**

1/ ¿Cuál fue la estrategia comercial de la empresa ilicitana?  
¿Qué consecuencias acarrió?

2/ ¿Cuáles serían los medios para resistir la competencia china en este sector?

**III. LETTRE COMMERCIALE (20 points)**

Le directeur du magasin de chaussures de New York envoie une lettre au responsable du service commercial de l'entreprise Martínez Valero :

- il signale qu'il n'a toujours pas reçu sa commande
- il en rappelle la teneur, la date et les conditions de livraison
- il souligne les problèmes qu'a entraîné ce retard de livraison et demande une compensation pour le préjudice subi
- il espère qu'il ne s'agit que d'un contretemps et demande que ce genre d'incident ne se reproduise pas.

Formules de politesse.