

BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR

GROUPEMENT 1

LANGUE VIVANTE ÉTRANGÈRE

SESSION 2005

- ÉPREUVE D'ESPAGNOL -

SUJET

Durée : 2 heures

Le sujet est composé de 3 pages numérotées de 1/3 à 3/3.

L'usage du dictionnaire bilingue est autorisé.

Spécialités	Coefficient
ACTION COMMERCIALE	1,5
ASSURANCE	1
PROFESSIONS IMMOBILIÈRES	1
COMMUNICATION DES ENTREPRISES	1
BANQUE	1

CODE ÉPREUVE : LVE1 ESP	EXAMEN : BTS	SPÉCIALITÉ : GROUPEMENT 1	
SESSION 2005	SUJET	ÉPREUVE : ESPAGNOL	
Durée : 2H00	Coefficient différent selon spécialité	N° sujet : 24ESP04	Page : 1 / 3

Ni un hotel más

“Si hoy me regalan un hotel no lo quiero, a no ser que lo pueda vender”, el pionero empresario hotelero Jaume Moll caricaturiza con su diagnóstico el incierto presente que vive la industria turística en Mallorca.

5 En la isla que lideró la aventura del negocio del ocio se habla de eliminar camas, de rebajar la oferta para aguantar la calidad y los precios. Simón Pedro Barceló, vice presidente del grupo Barceló, afirma: “Yo aplaudo que hoteles obsoletos cambien su uso y actividad y se conviertan en apartamentos. Me parece una gran idea”. A su vez, el ex consejero de Turismo Jaume Cladera mira lejos: “La crisis es del paquete hotelero, no del producto *Mallorca*, la gente sigue acudiendo a sus costas”. La tradicional rentabilidad del turismo mallorquín está en
10 cuestión.

La incertidumbre atañe a la misma esencia de la aventura de la llamada gallina de los huevos de oro que ha permitido protagonizar un insólito fenómeno de progreso y transformación social y territorial. Mallorca pasó en décadas de una sociedad antigua del siglo XIX al XXI sin pausa. En los años felices de los sucesivos *boom*, con el aumento en
15 avalancha de visitantes -de cinco millones en 1982 a 11 millones en 1999, para Baleares- se decía que cada hotel se podía amortizar en diez años: los operadores internacionales financiaban con créditos la inversión o aseguraban su actividad con largos contratos. Así ocurrió el incesante engorde de la oferta.

En apenas cuarenta años, personajes anónimos, hijos de agricultores, sin fortuna previa,
20 gracias al turismo, con su viveza y sentido del riesgo, se convirtieron en magnates internacionales. Esos son varios casos: un empleado de agencia, Gabriel Escarrer, creó Sol Meliá; un conductor de autocar, Gabriel Barceló, fundó su marca familiar, y un pequeño hostelero catalán, Luis Riu, levantó Riu Hotels.

A su vez, miles de pequeños y medianos empresarios surgieron y emplearon a decenas de
25 miles de emigrantes en un efecto multiplicador evidente. Una amplia clase media con alto nivel de renta aflojó rápido, incrementada por aluviones de inmigrantes andaluces, castellanos y extremeños, que representan un 30% de la población de Mallorca.

Hoy no falla el desembarco de continentales ávidos de mar que sienten la llamada del sol y la isla desde el corazón frío de Centroeuropa o en la Península. Pero el sector turístico ya no
30 es tan rentable social y económicamente como lo era antes. “Se ha cedido a la presión exterior sobre los precios”, indica Barceló.

Andreu Manresa,
El País, 8 de agosto de 2004

I. COMPREHENSION(10 points)

1. ¿Por qué afirma Jaume Moll que si le regalan un hotel en Mallorca no lo quiere? (5 pts)
2. *Traduire depuis* “Si hoy me regalan...” (ligne 1) *jusqu'à* “...Me parece una gran idea” (ligne 7).(5 pts)

II. EXPRESSION PERSONNELLE (10 points)

1. ¿Cuáles fueron las consecuencias del desarrollo del turismo en Mallorca? (4 pts)
2. Para usted, ¿qué serían unas vacaciones logradas? (6 pts)