



**LE RÉSEAU DE CRÉATION
ET D'ACCOMPAGNEMENT PÉDAGOGIQUES**

**Ce document a été mis en ligne par le Canopé de l'académie de Bordeaux
pour la Base Nationale des Sujets d'Examens de l'enseignement professionnel.**

Ce fichier numérique ne peut être reproduit, représenté, adapté ou traduit sans autorisation.

Brevet de Technicien Supérieur

COMMERCE INTERNATIONAL à référentiel commun européen

Épreuve écrite E2

U22 - langue vivante étrangère **B**

ESPAGNOL

Durée : 3 heures

Coefficient : 2

L'usage d'un dictionnaire unilingue est autorisé.

Les dictionnaires numériques sont interdits.

Tout autre matériel est interdit.

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

BTS Commerce International à Référentiel Commun Européen		Session 2014
U22 - langue vivante étrangère B - ESPAGNOL	Code : CILVEB ESP	Page 1/3

100 Montaditos, “el Zara de los bocadillos” que se come el mundo

«Es un orgullo que nos equiparen con Inditex, asegura con una sonrisa rotunda el director de Expansión de Restalia, Luis Sancha el día en que la compañía abre un nuevo restaurante en Bogotá (Colombia). Sancha se refiere al calificativo con el que el diario digital «Huffington Post» bautizó a su buque insignia, 100 Montaditos : el «Zara de los bocadillos». Antes, el prestigioso «Bussinesweek» había lanzado otro piropro a la cadena al considerarlo el «Starbucks español para sandwiches».

Las comparaciones no caen en la exageración. La cervecería, nacida en Islantilla (Huelva) en el año 2000, ostenta unas cifras de vértigo: una apertura cada tres días, 30 restaurantes en proyecto en Estados Unidos para 2012, 15 en América Latina y perspectivas de crear unos 3.000 puestos de trabajo solo este año. En España tienen ya 209 locales abiertos, una cifra que «baila» cada semana, según el departamento de Comunicación de Restalia.

El «concepto» ideado por el fundador de la compañía, el sevillano José M^a Fernández Capitán, triunfa dentro y fuera de España gracias a una conjunción de modernidad, sabor andaluz y buenos precios. Para Sancha, las tres claves de su éxito residen en «saber adaptar el modelo típico de taberna a la actualidad, en estandarizar la tapa y ofrecer un producto de mucha calidad a buen precio».

El director de Marketing y Comunicación de Restalia, Jesús Manuel Muñoz, va más allá: «Hemos conseguido democratizar el consumo». Muñoz cree que la crisis no les ha beneficiado pero sí admite que ofrecen una alternativa al consumidor en tiempos de ajuste. Pese a sus buenos precios, «100 Montaditos» apostó por mejores ofertas en el año 2008. La «Euromanía», todos los productos a un euro durante los miércoles sigue vigente y se ha exportado también a otros países. «En Estados Unidos la llamamos «Dolarmanía» y en México y Colombia, «pesomanía»», explica Muñoz.

Fuera hay diferencias. Muñoz relata que en EE.UU. los clientes no son tan sensibles al precio y acuden porque «les impacta el montadito de pan recién hecho y crujiente». En los restaurantes del extranjero (tres en Miami, uno en Bogotá, México, Francia y Portugal) el menú tiene una base española del 60% y el resto de montaditos se preparan según la tradición local, como el «Pulled Pork, que triunfa en Miami o el de cochinita en México. En todos los locales se sirve cerveza Mahou, que acompaña a Restalia en su aventura internacional y que «ha entendido muy bien el proyecto», según subraya Luis Sancha.

La franquicia andaluza mantiene el punto de mira en «hacer las Américas» y este año abrirá 30 locales con el objetivo de consolidar su posición en Florida, entrar en Washington y probablemente desembarcar en la Gran Manzana en 2013. En América Latina, donde está presente en México y Colombia, realizará otras 15 aperturas.

En Europa, Restalia tiene previsto abrir una cervecería en Londres y adentrarse en el mercado catalán y Baleares, donde planean inaugurar unas 70 cervecerías.

Los datos apabullan¹. En plena crisis, 100 Montaditos ha conseguido convertirse en un referente y en una razón para ser optimista. Los objetivos, aunque el grupo prefiere no hacer públicas sus cuentas, están claros: seguir creciendo y a su vez, creando puestos de empleo. A la pregunta de dónde se ven dentro de cinco años, el director de Expansión del grupo no titubea: «Queremos ser un el grupo multinacional referente de la gastronomía española».

Teresa Sánchez Vicente, ABC, el 03/05/2012

¹ apabullar : sidérer

CILVEB ESP

I. COMPRÉHENSION (20 points)

Vous ferez un compte rendu en français de ce document en dégagant les idées essentielles du texte (200 mots, $\pm 10\%$).

II. EXPRESSION PERSONNELLE (20 points)

Explique en español cómo la empresa "100 Montaditos" ha conseguido internacionalizarse. (300 mots maximum)

¿Cuáles son las ventajas y los inconvenientes de la internacionalización para una empresa?

III. LETTRE COMMERCIALE (20 points)

Vous rédigerez en español une lettre commerciale en respectant les normes de présentation et en terminant par les formules de politesse d'usage.

La société "100 Montaditos" sera présente au SIAL (Salon Des Industriels Agroalimentaires) de Paris du 17 au 21 octobre 2014. M. Muñoz envoie une lettre à différents restaurateurs de la capitale pour leur faire part de la présence de la firme à cette manifestation. Il présente l'entreprise et insiste sur différents points :

- l'excellente qualité de ses produits,
- l'importance du conditionnement,
- le rapport qualité-prix très avantageux,
- la satisfaction de ses nombreux clients étrangers,
- une future collaboration possible.