



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

**Ce document a été mis en ligne par le Réseau Canopé
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 2019
U22 - Langue vivante étrangère B - ESPAGNOL	Code : CILVEB ESP
	Page 1/3

Quesos azules de pueblo de montaña con fama internacional

La fábrica leonesa Quesería Picos de Europa, con más de 40 años de operación en el corazón del macizo montañoso, produce 300.000 kilos al año de mezcla de vaca y cabra, el 70% para la exportación.

Desde siempre, los vecinos del valle de Valdeón (León) hacían quesos en sus casas. Era la forma más tradicional de conservar la leche durante más tiempo. Pero no era un queso cualquiera, sino uno peculiar: el azul. De esta práctica ancestral surge Queserías Picos de Europa, una empresa familiar con más de 40 años en funcionamiento. “En los años setenta mi abuelo paterno vio la oportunidad de comercializarlo”, cuenta Leticia Alonso, de 37 años, responsable de ventas y la tercera generación a cargo, junto a su hermano y sus dos primos, de entre 35 y 39 años.

Más allá del consumo familiar, empezaron la fabricación con 20 litros de leche, 50, 100, 500 y hasta los 12.000 litros diarios actuales. Sus mercados eran Asturias –por ser un pueblo frontera con esta provincia– y León. Más tarde dio el salto a Madrid y ya en los noventa obtuvo su primer cliente internacional: Reino Unido, adonde exportan desde hace ya 30 años. “Al fallecer mi abuelo, mi padre y mi tío, Tomás y Javier Alonso, se hicieron responsables del negocio, aunque desde muy jovencitos ayudaban en la fabricación y venta”, recuerda Alonso.

El queso de Valdeón, con sello IGP (indicación geográfica protegida) y DO (denominación de origen), se hizo famoso gracias al boca a boca¹. Pero también por el turismo.

Esta compañía leonesa factura unos dos millones de euros, con 300 grandes clientes y 15 empleados, todos de la comarca². El 70% de sus ingresos proviene del exterior. “Una vez que empezamos a exportar a Reino Unido se interesaron también otros países, como Estados Unidos”, comenta Leticia Alonso. Su queso azul llega prácticamente a toda Europa, ya sea de forma directa o a través de intermediarios. Fuera de esta región, Australia, Canadá, México, Israel, Emiratos Árabes Unidos y Japón son sus otros destinos más destacados.

En España puede encontrarlo en grandes cadenas de supermercados, como El Corte Inglés, Carrefour y Dia.

Queserías Picos de Europa produce 300.000 kilos al año, entre 800 y 1.000 diarios. “Desde que comenzamos a exportar no hemos parado de crecer”, afirma Alonso. Su intenso sabor y cremosidad –una mezcla de vaca (80%) y cabra (20%)–, muy aromático y un tanto picante en el paladar, imprescindible en la gastronomía leonesa, sorprende hasta a los más escépticos.

El secreto de su éxito: una elaboración con mucho mimo³ y materia prima de la tierra. El queso de Valdeón está considerado como uno de los mejores de España y del mundo. Su fabricación tradicional y proyección internacional le han valido una veintena de premios nacionales y en el extranjero, en los que ha obtenido medalla de oro, plata y bronce.

Pero eso no es todo, también tiene propiedades medicinales. El Instituto de Biotecnología de León (Inbiotec) reveló hace 10 años que este producto alberga en cada gramo un alto contenido un anticancerígeno descubierto hace dos décadas en Japón. El consumo continuado de una pequeña ración de queso podría proteger de la aparición de tumores”, sugirió entonces el director del centro de investigación, Juan Francisco Martín. Una publicación que guardan con orgullo los propietarios de la quesería.

Denisse Ceped Minaya, *cincodias.com*, 11/08/2017

¹ boca a boca: bouche à oreille

² comarca: región

³ mimo: cuidado

CILVEB ESP

I. COMPRÉHENSION ÉCRITE (20 points)

Après avoir lu attentivement ce texte, vous en ferez un compte rendu **EN FRANÇAIS** en faisant apparaître les idées essentielles. (200 mots, ± 10%)

II. EXPRESSION ÉCRITE (20 points)

Répondez **EN ESPAGNOL** aux deux questions suivantes (300 mots, ± 10%) :

1. ¿Cuáles son las razones del éxito internacional de la Quesería Picos de Europa?
2. ¿Cuáles son las dificultades de vender a nivel internacional un producto con estas características?

III. INTERACTION ÉCRITE (20 points)

À partir des éléments indiqués ci-dessous, vous rédigerez une lettre commerciale **EN ESPAGNOL**, en respectant les normes de présentation et en terminant par les formules de politesse.

Monsieur Paul Martin, responsable des achats de la société **Fauchon** à Paris (Place de la Madeleine, 75008), envisage de commercialiser de nouveaux fromages d'exception et écrit à Leticia Alonso, responsable des ventes de l'entreprise **Quesería Picos de Europa** (Travesía de Prada, 2, 24915 León).

- Il lui précise qu'il a pu déguster son fromage au salon de la gastronomie de Paris en décembre dernier, Espace Champerret.
- Il lui indique que la société Fauchon Paris est à la recherche de nouveaux fromages et de nouvelles saveurs.
- Il souhaite se rendre sur place en Espagne pour la rencontrer et afin de voir les différentes étapes de la fabrication de ce fromage artisanal.

Si cette rencontre est satisfaisante, la société Fauchon Paris pourrait envisager une première commande.