



**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.

SESSION 2019

BTS TERTIAIRES – GROUPE 1

ÉPREUVE ÉCRITE DE LANGUE VIVANTE

ESPAGNOL

Durée : 2 heures

Management des unités commerciales		coefficient 1,5
Assurance		coefficient 1
Banque		coefficient 1
Communication		coefficient 1
Notariat		coefficient 1

Dictionnaire bilingue autorisé

sauf

Communication : dictionnaire unilingue autorisé

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.

Mr. Wonderful: energía positiva desde el primer café

¿Has visto esas tazas con mensajes tan *happy* como “*Melena al viento y a vivir el momento*”, “*Madre primeriza feliz (y con sueño)*”, “*Eres un gran padre... Y un superabuelo*”. Pues es posible que estés ante una creación de Mr. Wonderful... o de uno de sus muchos imitadores.

5 Pero la ‘patente’¹ de este pensamiento positivo y jovial lo tienen ellos. Angi Cabal y Javier Aracil, fundadores de la empresa, se conocieron en el trabajo y se casaron. Y esa fue la chispa² de todo. “Cuando miraba cosas para la boda, me di cuenta de que todo lo que había en el mercado era muy clásico”, afirma Angi.

10 Lanzó una web donde se ofrecían invitaciones personalizadas. A la par, creó una página en Facebook y un perfil en Twitter. “Fue todo muy rápido. En tres meses decidí dejar mi trabajo y dedicarme completamente a Mr. Wonderful. Y tres meses después, Javi se vino conmigo”, explica.

15 Además de las invitaciones de boda personalizadas, empezaron a recibir encargos³ de imagen corporativa. También comenzaron a diseñar todo tipo de productos con la imagen creada para la boda, como chapas, cartelería, bolsas de tela, etc. Además, comenzaron a postear sus diseños en Facebook. “Eran viñetas virales, con diferentes personajes y frases positivas, que más tarde se convertiría en el sello de identidad⁴ de la marca y de nuestros productos”, relata Javi.

20 Cierta día, decidieron estampar⁵ una taza con una de esas viñetas y subir la imagen a Facebook, para un concurso en el que regalaban la taza. La excelente acogida de la idea les llevó a elaborar sus propios productos con los diseños que iban colgando en Facebook. Ésta fue la semilla de la tienda virtual, que arrancó un año después.

25 Marca, diversificación y exportación son los tres pilares sobre los que se asienta el desarrollo de Mr. Wonderful. En vez de crear un producto y generar una marca en torno a él, como suele ser habitual, primero se inventó el ‘universo Mr. Wonderful’ y luego se lanzaron los productos. La comunidad de seguidores que ya tenía se convirtió así en un interesantísimo caladero⁶ de potenciales clientes. Mucho más: eran fans. No en vano, tiene 1,6 millones de seguidores en Instagram, 1,1 millones de fans en Facebook y 210.000 *followers* en Twitter. Conscientes de que había que explotar al máximo el filón, trataron de trasladar el éxito de sus tazas -que suponen el 30% de su facturación- a otros productos: agendas, libretas, clasificadores, mochilas, velas, bolsos, paraguas... Así ampliaban el *target* y las opciones de venta, pues podían colocar sus productos en comercios de diferente

30
35 índole, desde tiendas de regalo hasta papelerías.

El siguiente paso fue lanzarse a conquistar el mundo. Sus productos se venden en más de 20 países, especialmente en Francia, Italia y Portugal.

wordpress.com, David Ramos, 18 de febrero de 2018

¹ *Les droits*

² *étincelle*

³ *commandes*

⁴ *marque de fabrique*

⁵ *imprimer*

⁶ *vivier*

TRAVAIL A FAIRE PAR LE CANDIDAT

I. COMPREHENSION DE L'ECRIT

(10 points)

Après avoir lu attentivement ce texte, vous en ferez un compte-rendu **en français** en faisant apparaître les idées essentielles. (150 mots, +/- 10%)

II. EXPRESSION ECRITE

(10 points)

Répondre **en espagnol** (250 mots, +/- 10%) à l'ensemble des consignes suivantes :

“La comunidad de seguidores que ella tenía se convirtió así en un interesantísimo caladero de potenciales clientes.” Explique esta frase de David Ramos.

¿Por qué es tan importante para las empresas hoy en día tener presencia en las redes sociales? Evoque las ventajas, pero también los límites de este canal de difusión.

Argumente y justifique sus respuestas.