

**BTS COMMERCE INTERNATIONAL  
À RÉFÉRENTIEL COMMUN EUROPÉEN**

**LANGUES VIVANTES ETRANGERES**

**PORTUGAIS**

**SESSION 2014**

**Durée : 3 h - Coefficient : 2**

**Dictionnaire unilingue autorisé**

**Tout autre matériel est interdit**

**LANGUE A**

**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.**

# TRAVAIL À FAIRE PAR LE CANDIDAT

## I. COMPRÉHENSION

(20 POINTS)

Faites le compte rendu du texte **en français** (entre 180 et 200 mots).

Rendre compte du texte avec concision, clarté et cohérence en restituant les étapes, les idées et les points de vue invoqués.

## II. EXPRESSION ÉCRITE

(20 POINTS)

Rédigez **en portugais** un texte argumentatif sur le sujet proposé (de 230 à 300 mots).

Levando em conta o desenvolvimento económico do país, o mercado dinâmico, inovador e em plena expansão, o acesso a um nível de vida mais elevado da população, o melhoramento das infraestruturas, que oportunidades oferece o mercado brasileiro para a exportação de produtos franceses ?

## III. LETTRE COMMERCIALE

(20 POINTS)

A partir des éléments indiqués ci-dessous, vous rédigerez une lettre commerciale **en portugais**.

Afin de préserver l'anonymat de votre copie vous signerez du nom de Ema ou Carlos Pessoa e Silva.

Vous travaillez comme responsable import-export dans une société française (Viviane Luthe, Parc d'activités de Belle Aire, 17440 AYTRÉ) dont le réseau de franchise de magasins dédié à l'art de la cuisine et au goût est très important et propose régulièrement de nouveaux produits :

Votre entreprise souhaite en savoir davantage à propos de ces verres en acrylique, leurs dimensions, leurs couleurs, leur poids, les possibilités de les personnaliser. Vous voulez des informations sur le matériau de fabrication afin de vous assurer qu'il est conforme aux normes européennes. Pour cela vous vous adressez à Monsieur Rodrigo de Sousa, responsable marketing de l'entreprise Neoplástico (Rua Pedro Álvares Cabral, n° 403, 66000-000 Belém, Brasil).

Vous envisagez d'en demander des exemplaires avant de passer des commandes en quantité.

Vous demanderez également des précisions sur les conditions d'emballage et de transport (air ou mer...), les délais de livraison, les assurances souscrites, enfin sur toutes les formalités nécessaires à l'importation de produits de cette nature.

Vous terminerez votre lettre par une formule de courtoisie.

## **Copos de acrílico colorido ganham destaque como opção a descartáveis<sup>1</sup>**

Os copos de acrílico ganharam destaque no mercado de utilidades domésticas e já são bastante procurados para substituir os descartáveis. Em São Paulo, uma pequena empresa fabrica copos de acrílico transparente e colorido em diversos modelos: tipo americano, tulipa, para refrigerante e uísque. Alguns ainda recebem estampas com desenhos.

O empresário Jeferson Rosa de Avelar entrou no mercado há 3 anos. Na época, investiu R\$ 80 mil na compra de máquinas e matéria-prima.

“Cresceu a renda dos consumidores e cresceu também a exigência por produtos mais qualificados, mais refinados. Por isso nós decidimos trabalhar com acrílico, que é um produto fino e que deixa todo mundo satisfeito ao utilizar”, afirma o empresário.

A fábrica produz, em média, 600 mil itens por mês. O carro-chefe<sup>2</sup> são os copos. Só deles são 400 mil unidades. “É um produto dez vezes mais resistente que o vidro. Até em algum dos casos, ele chega a ser 50 vezes mais resistente, em relação a quedas, por isso ele se torna um produto barato”, diz.

Para evitar o desperdício na linha de produção, Jeferson optou por reaproveitar as peças descartadas por algum defeito. Um copo, por exemplo, que trincou durante o processo de fabricação, não vai mais para o lixo. Ele volta para as máquinas, o material é triturado e transformado em um novo produto.

Os copos em acrílico são vendidos para casas noturnas, buffets, lojas de utilidades domésticas e restaurantes. O faturamento da empresa é de R\$ 350 mil por mês.

“Nós temos clientes espalhados de Norte a Sul, de Leste a Oeste. Fornecemos do Amazonas ao Nordeste, do Nordeste ao Rio Grande do Sul. Hoje nós temos cerca de 1,8 mil clientes espalhados pelo território nacional”, explica.

Aldair José da Silva é dono de um restaurante na zona leste de São Paulo. Ele é cliente do empresário. Os copos de vidro deram lugar aos de acrílico. Uma forma de economizar e tornar o serviço mais rápido e prático. “Além de se fazer uma economia de 30% a 20%, ele tem uma facilidade para o garçom. (...) O trabalho fica muito ágil e o garçom fica mais tranquilo para pegar na bandeja”, diz.

Os clientes aprovam os copos em acrílico e garantem que a bebida continua geladinha e saborosa. “Não altera em nada o sabor do suco, você não percebe a diferença, só na hora que você toca que realmente você vê que não é vidro, mas não tem alteração de sabor”, revela Cláudia Braidoti.

Uma loja de utilidades para o lar vende os copos fabricados pela empresa de Jeferson. Os produtos ficam expostos em uma bancada. Há copos de todos os tipos e cores. Tudo em acrílico. Os preços variam entre R\$ 0,99 e R\$ 3. A loja vende cerca de 4 mil copos por mês.

Segundo o instituto nacional para o desenvolvimento do acrílico, o mercado faturou, no ano passado, R\$ 10 milhões. O setor de utensílios domésticos é o que mais cresce.

**Pequenas Empresas & Grandes Negócios**  
*<http://g1.globo.com/> 21 de outubro de 2012*

---

<sup>1</sup> Descartável: *jetable*

<sup>2</sup> O carro-chefe: *le produit-phare*