

# 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)

# CORRIGE

**Ces éléments de correction n'ont qu'une valeur indicative. Ils ne peuvent en aucun cas engager la responsabilité des autorités académiques, chaque jury est souverain.**

## I. COMPREHENSION

1. Jaume Moll no quiere tener un hotel más en Mallorca porque han dejado de ser rentables. En Mallorca hay demasiados hoteles ; por eso nunca están completos y los hoteleros tienen que bajar los precios para atraer a los clientes. Ya no ganan tanto dinero como antes porque hay demasiada oferta hotelera en la isla. Además la demanda ha bajado porque los turistas que siguen acudiendo a Mallorca tan numerosos como antes prefieren otra forma de alojamiento.
2. « Si aujourd'hui, on m'offre un hôtel je n'en veux pas, sauf si je peux le vendre », l'entrepreneur pionnier de l'hôtellerie Jaume Moll donne ainsi un diagnostic caricatural du présent incertain que vit l'industrie touristique à Majorque. Sur l'île qui fut le chef de file de l'aventure de l'industrie du loisir, on parle de supprimer des lits, de réduire l'offre pour garantir la qualité et les prix. Simón Pedro Barceló, vice-président du groupe Barceló, affirme : « Moi, j'applaudis quand les hôtels obsolètes changent d'usage et d'activité et se transforment en appartements. Je crois que c'est une excellente idée. »

## II. EXPRESSION PERSONNELLE

1. consecuencias económicas : fuente de ingresos importantes, enriquecimiento rápido  
consecuencias sociales : nacimiento de « nuevos ricos » de importancia internacional, creación de una clase media numerosa con alto nivel de renta  
consecuencias humanas : cambio en la composición de la población debido a la necesidad de mano de obra (un 30% de la población procede de Andalucía, Extremadura o Castilla)

2. *(On insistera sur une argumentation personnelle justifiée)*