

SESSION 2014

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.

Cambiar la corbata por el delantal¹

Nada más entrar en el restaurante que McDonald's tiene junto a la madrileña Puerta del Sol saltaba a la vista que algo fuera de lo habitual ocurría ese día. Tras el mostrador², más personal de lo normal. Todos los trabajadores mantenían una amplia sonrisa, pero mezclada al tiempo con cierto nerviosismo. La señal definitiva de que no era un día cualquiera estaba situada en una de las cajas: Patricia Abril, presidenta de McDonald's España, era quien tomaba el enésimo pedido³ de la mañana a uno de los turistas. En la cocina o escoba en mano, directivos de recursos humanos y ejecutivos de finanzas. Durante una jornada todos cambiaron los despachos por el restaurante. ¿Estrategia o *marketing*?

La inmersión de ejecutivos a pie de calle no es invento exclusivo de McDonald's. Otras corporaciones como Ikea, Inditex o Starbucks realizan iniciativas similares todos los años. ¿Influyen de verdad estas prácticas en el estilo de mando⁴ o son sólo estrategias para lavar la imagen y la conciencia? “Es una idea que comenzó a practicarse en los años noventa. Todo depende de cómo se aplique”, dice Tomás Rubió, director del máster en dirección de recursos humanos de la UPF-Barcelona School of Management. Un día entre la plantilla puede ayudar a motivar a los trabajadores, a aumentar el grado de compromiso e incluso a reforzar el liderazgo de los jefes. Pero sólo si se hace bien. “Este tipo de prácticas tiene sentido si se enmarca en políticas de recursos humanos más amplias. Vender una imagen sin mensaje detrás y al margen de otras estrategias, políticas de formación o de retribución no tiene ningún sentido”, valora Rubió.

La noticia de que Marta Ortega se convertiría temporalmente en dependienta⁵ en tiendas de Inditex causó gran agitación en 2007. La hija de Amancio Ortega - el fundador del imperio - comenzaba su camino hacia la cúpula de la compañía como buena parte de los que integran la empresa de Zara: doblando camisas y vendiendo pantalones. La compañía suele apostar por la promoción interna, y si los directivos no vienen de *la casa*, deben trabajar unos días en las tiendas, para que entiendan el espíritu Inditex.

En Ikea no les parece suficiente que sus directivos pasen por la tienda sólo al inicio de su carrera y luego se trasladen a los despachos. Por eso esta compañía de muebles les obliga a todos, sea cual sea su puesto, a que se enfunden el chaleco⁶ de vendedor al menos cinco días al año. La idea de Ikea, es que nunca se pierda el contacto con los clientes.

“Peter Druker, el gran genio del *management*, con relación a los trabajadores decía que la buena comunicación y las buenas relaciones interpersonales son un imperativo para el rendimiento de todo negocio”, recuerda Tomás Rubió. “Pero para que el líder pueda enviar un mensaje eficaz tiene que tener argumentos sólidos, valores y ser empático. El líder carismático no se puede confundir con el líder manipulador”, advierte.

www.elpais.com, Cristina Delgado, 20 de agosto de 2013.

¹ *le tablier*

² *le comptoir*

³ *la énième commande*

⁴ *la façon de diriger*

⁵ *vendeuse*

⁶ *à enfiler la veste*

TRAVAIL À FAIRE PAR LE CANDIDAT

I. COMPRÉHENSION

(10 points)

Après avoir lu attentivement ce texte, vous en ferez un compte rendu **en français** en faisant apparaître les idées essentielles.

(165 mots, + ou – 10%)

II. EXPRESSION EN LANGUE ÉTRANGÈRE

(10 points)

Répondre **en espagnol** à la question suivante (250 mots, + ou – 10%) :

“Por eso esta compañía de muebles [Ikea] les obliga a todos [sus directivos], sea cual sea su puesto, a que se enfunden el chaleco de vendedor al menos cinco días al año.” (líneas 30-32)

Comente usted la estrategia adoptada por Ikea. A su parecer, ¿qué repercusiones a nivel humano y económico puede tener?

¿Le gustaría a usted trabajar para una empresa que opte por este tipo de prácticas?

Argumente y justifique sus respuestas.