

SESSION 2003

BTS TERTIAIRES – GROUPE 1

ÉPREUVE ÉCRITE DE LANGUE VIVANTE

PORTUGAIS

Durée : 2 heures

Action commerciale		coefficient 1,5
Assurance		coefficient 1
Banque		coefficient 1
Communication des entreprises		coefficient 1
Professions immobilières		coefficient 1

Dictionnaire bilingue autorisé

Calculatrice interdite

TRAVAIL À FAIRE PAR LE CANDIDAT

I - COMPRÉHENSION

(10 points)

Traduire, en français, de «A poucas semanas...» (ligne 1) jusqu'à «...abriram ao público na data prevista.» (ligne 12).

II - EXPRESSION

(10 points)

Répondre en portugais aux questions suivantes :

- 1/ A SONAE é uma empresa portuguesa ou brasileira? Justifique a sua resposta apoiando-se no texto. (2 pts)
- 2/ Quando e onde foi inaugurado o primeiro centro comercial construído pela SONAE no Brasil? (2 pts)
Como se chama este centro? Porque é que não tem o nome previsto inicialmente?
- 3/ Procure no texto os elementos decorativos que contribuem para dar a ideia dum «parque natural». (2 pts)
- 4/ Quantas visitas se esperam por ano? De onde virão essencialmente os clientes? (2 pts)
- 5/ Certas lojas europeias não quiseram implantar-se no parque D. Pedro Shopping. Porquê? Justifique a sua resposta com elementos do texto. (2 pts)

Sonae 'exporta' Colombo

1 A poucas semanas da inauguração, no passado dia 19, o primeiro centro comercial construído pela Sonae no Brasil estava para se chamar Parque das Andorinhas. Como o nome se encontrava registado, acabou por não ser utilizado. Mas os elementos decorativos, esses, já não houve possibilidade de remover. O empreendimento¹ manteve-se fiel ao tema «parque natural», embora rebaptizado D. Pedro. A própria população de Campinas, cidade do Estado de S. Paulo escolhida pela Sonae para implantar o seu primeiro projecto em terras de Vera Cruz, deu o mote² a partir do qual se procederia à concepção do *shopping*.

5 Quando a comitiva de jornalistas, entre brasileiros, portugueses, espanhóis, gregos e franceses chegou ao local para uma visita guiada das instalações, seguida de conferência de imprensa, muitos lojistas ocupavam-se ainda dos últimos preparativos. Aliás, das 360 lojas e serviços disponíveis no Parque D. Pedro Shopping (o nome que acabou por ficar), 300 estão já comercializadas e apenas 230 abriram ao público na data prevista. [...]

Fazendo jus³ ao tema, o interior do *shopping* de Campinas, de um piso apenas, está repleto de árvores verdadeiras, pedras, trepadeiras, fontes e espelhos de água. A sonorização de algumas zonas, onde é possível ouvir o som de cascatas, do vento e do canto das andorinhas, e a abundância de luz natural, para a qual contribuem as 61 clarabóias⁴, ajudam a recriar o ambiente de um parque.

15 O centro comercial tem cinco entradas a que foram dados os nomes de Flores, Águas, Colinas, Pedras e Árvores, cada uma das quais abre para um sector específico do *shopping* que está segmentado em alas: pronto-a-vestir, alta moda, desporto, casa e decoração, variedades e lazer e 20 serviços.

Com 108 metros quadrados de área bruta locável (ABL) – destinada a arrendamento pelos comerciantes –, o D. Pedro é grande, mas não tão grande como o Colombo, em Lisboa, que tem 120 mil metros quadrados de ABL e 427 lojas. O *shopping* brasileiro está, porém, preparado para se expandir até aos 132 mil metros quadrados e 500 estabelecimentos.

25 O número médio de visitantes esperado por ano ronda os 30 milhões, sensivelmente o mesmo valor registado pelo Centro Colombo. A empresa conta não só com os habitantes da cidade de Campinas (um milhão de pessoas) mas também com os 2,2 milhões de residentes nas cidades vizinhas.[...]

O país não assusta, aparentemente, os turistas portugueses, que procuram cada vez mais as suas 30 belas praias, mas o mesmo não poderá dizer-se das empresas. Prova disso foi a dificuldade que a Sonae teve em convencer algumas lojas a instalarem-se no Parque D. Pedro.

A cadeia francesa Sephora e a portuguesa de cosmética, Perfumes & Companhia, desistiram no último momento. A Fnac e a Zara avançaram, mas estas cadeias já estavam presentes no Brasil. «Pensávamos que íamos ter mais lojistas europeus, no Parque D. Pedro. Para a Europa, o Brasil 35 ainda é um risco», afirma Álvaro Portela.

O risco cambial e os direitos aduaneiros são obstáculos que dificultam as decisões de investimento em terras de Vera Cruz. Apesar de tudo, o D. Pedro conta com algumas cadeias nacionais, nomeadamente de restauração, como a Loja das Sopas e o Frango da Guia.

Mas independentemente dos riscos, a Sonae continuará a investir em terras brasileiras.

Carla Alves Ribeiro,
in *Visão*, 27 de Março de 2002 (adaptação).

¹ o empreendimento = *l'exécution d'un projet*.

² dar o mote = *lancer le thème*.

³ fazer jus = *justifier*.

⁴ a clarabóia = *la verrière*.