Ce document a été mis en ligne par l'organisme FormaV®.

Toute reproduction, représentation ou diffusion, même partielle, sans autorisation préalable, est strictement interdite.

Pour consulter tous nos sujets d'annales et corrigés du BTS MN, veuillez visiter :
btsmn.fr/annales-sujets-et-corriges

BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR TERTIAIRES

E2 - LANGUE VIVANTE ÉTRANGÈRE ÉCRITE

E21 - LANGUE VIVANTE ÉTRANGÈRE ÉCRITE - NIVEAU A

ESPAGNOL

SESSION 2025

_____

Durée : 2 heures

_____

Spécialités	Dictionnaire		Coeff.
	Bilingue	Unilingue	
Assurance	X		1
Banque, conseiller de clientèle	X		1
Communication		X	1
Conseil et commercialisation de solutions techniques		X	1,5
Gestion de la PME		X	1
Gestion des transports et logistique associée		X	1,5
Management commercial opérationnel		X	1,5
Management en hôtellerie restauration (toutes options)		X	1
Management opérationnel de la sécurité		X	2
Professions immobilières	X		2
Support à l'action managériale		X	1

Tout autre document ou 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.

La Martinuca revoluciona la tortilla española

La Martinuca, la marca de tortillas españolas con el mayor crecimiento a nivel nacional, cierra el año 2023 con un hito[1] "histórico" al registrar una facturación superior a los 2,5 millones de euros, triplicando así sus ventas respecto al año anterior. Este récord se atribuye al aumento de la demanda en modalidad de entrega a domicilio, la inauguración de su primer café-bar en la calle Barquillo (Madrid) y el rotundo éxito del lanzamiento del bocadillo[2] de tortilla en pan de mollete redondo[3]. La introducción de este nuevo formato ha sido aclamada por los clientes de La Martinuca. Como resultado de estas iniciativas, La Martinuca logró vender más de 130.000 tortillas en el transcurso del año 2023.

Víctor Naranjo, cofundador y CEO de La Martinuca, ha mostrado su satisfacción con el crecimiento de la compañía […]. La compañía ha anunciado que en 2024 prevé llevar a cabo un ambicioso plan de expansión territorial que llevará a las tortillas de moda a diferentes puntos de España. Tal y como ha afirmado su CEO, "nuestra comunidad es muy generosa y desde muchos sitios de España nos están pidiendo que abramos un local en su ciudad. Llevamos tiempo estudiando diferentes ciudades y opciones y aunque todavía no puedo desvelar nuestros planes, sí que puedo decir que este año habrá novedades en este sentido. Llegar a nuevas ciudades es un sueño que por fin podremos cumplir" […].

Para dar respuesta a este notable crecimiento, La Martinuca está llevando a cabo una inversión para atraer y retener talento. El trabajo arduo y la dedicación del equipo de la compañía han sido fundamentales para impulsar el desarrollo de la marca. En este sentido, la empresa está enfocada en reclutar perfiles especializados en operaciones, marketing, creatividad y ventas. Además, la compañía ha iniciado un programa de formación interna para promover una mejora continua en los procesos tanto de cocina como de atención al cliente. Como parte de sus planes, tienen previsto incorporar a 50 profesionales en 2024, lo que representaría un incremento del 100% en comparación con el año anterior.

La marca ha dado inicio al año con un impactante lanzamiento, presentando una campaña publicitaria de gran importancia para dar a conocer su renovada oferta gastronómica, así como una nueva imagen y un packaging más atractivo, minimalista y aspiracional. La campaña tenía como objetivo acercar una receta tradicional a las nuevas generaciones […].

Además, coincidiendo con el Día Mundial de la Tortilla, el día de La Martinuca, la empresa reveló su nueva identidad de marca y la actualización de su oferta gastronómica. En este sentido, la compañía agregó[4] cinco nuevos sabores a su carta: cebolla confitada, sobrasada, pimiento verde, paisana y butifarra de Perol. Las tortillas que rinden homenaje a la receta de la abuela Martina se distinguen por su elaboración fina, su textura melosa, su perfecto cuajado y su preparación con ingredientes de primera calidad.

Este año, La Martinuca ha experimentado una demanda creciente, alcanzando un récord de ventas el pasado 9 de marzo, Día de la Tortilla, al vender más de 1.000 tortillas en un solo día. En tan solo dos años, han logrado posicionarse como la principal empresa de tortilla española, con una gran notoriedad e influencia en las redes sociales, elaborando hasta 2.500 unidades semanales con un cuidado meticuloso y una preparación al momento de ser solicitadas[5].

eleconomista.es, 27/03/2024

[1] un hito = un momento importante
[2] un bocadillo: *un sandwich*
[3] pan de mollete redondo: *petit pain rond*
[4] agregó: *a ajouté*
[5] al momento de ser solicitadas: *au moment de la commande*

SUJET

I. COMPRÉHENSION DE L'ÉCRIT (10 points)

Après avoir lu attentivement ce texte, vous en ferez un compte rendu **en français** en faisant apparaître les idées essentielles. (Entre 155 et 185 mots)

II. EXPRESSION ÉCRITE (10 points)

Vous traiterez un des deux sujets au choix. Vous répondrez **en espagnol** à l'ensemble des consignes s'y référant. (Entre 160 et 200 mots)

Sujet 1 :

Explique en qué medida las redes sociales pueden ser esenciales para el desarrollo y el éxito de una empresa artesanal e indique sus límites.

Sujet 2 :

À partir des éléments indiqués ci-dessous, vous rédigerez un courriel **en espagnol**, en respectant les normes de présentation et les formules de politesse.

La Martinuca vient d'annoncer sur sa page Instagram l'ouverture d'un nouveau local situé à Valence. Le gérant de l'entreprise Naturalsa (francisco.garcia@naturalsa.es), ferme valencienne traditionnelle, durable et écologique, spécialisée dans la production et la distribution d'œufs, adresse un courriel à Victor Naranjo afin de lui proposer une collaboration (victor.naranjo@lamartinuca.es).

Aide lexicale : una granja : *une ferme* - un huevo : *un œuf* - una gallina : *une poule*

Dans ce courriel :

- Il souligne son intérêt pour La Martinuca et explique le motif de son courriel.
- Il indique que Naturalsa est présente dans le secteur depuis de nombreuses années. Elle veille au respect de l'environnement et au bien-être animal (poules élevées en plein air, alimentation 100% écologique et certifiée).
- Il met en avant sa volonté de produire des œufs de qualité et d'apporter des solutions professionnelles adaptées aux besoins de La Martinuca.
- Il invite son interlocuteur à consulter son site internet (www.granjanaturalsa.com) afin de découvrir les installations de Naturalsa ainsi que la diversité des produits proposés.
- Il joint les tarifs et les conditions de livraison.

Copyright © 2026 FormaV. Tous droits réservés.

Ce document a été élaboré par FormaV© avec le plus grand soin afin d'accompagner chaque apprenant vers la réussite de ses examens. Son contenu (textes, graphiques, méthodologies, tableaux, exercices, concepts, mises en forme) constitue une œuvre protégée par le droit d'auteur.

Toute copie, partage, reproduction, diffusion ou mise à disposition, même partielle, gratuite ou payante, est strictement interdite sans accord préalable et écrit de FormaV©, conformément aux articles L.111-1 et suivants du Code de la propriété intellectuelle. Dans une logique anti-plagiat, FormaV© se réserve le droit de vérifier toute utilisation illicite, y compris sur les plateformes en ligne ou sites tiers.

En utilisant ce document, vous vous engagez à respecter ces règles et à préserver l'intégrité du travail fourni. La consultation de ce document est strictement personnelle.

Merci de respecter le travail accompli afin de permettre la création continue de ressources pédagogiques fiables et accessibles.