

<p>BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR COMMERCE INTERNATIONAL</p>
------------------------------------------------------------------

LANGUE VIVANTE ÉTRANGÈRE NIVEAU B

Espagnol

SESSION 2023

—————  
Durée : 3 heures  
Coefficient : 1,5  
—————

L'usage d'un dictionnaire unilingue est autorisé.  
Tout autre matériel est interdit.

Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu'il est complet.  
Le sujet se compose de 4 pages, numérotées de 1/4 à 4/4.

BTS Commerce international		Session 2023
Langue vivante étrangère niveau B - Espagnol	Code : 23CILVEBESP	Page : 1/4

## Cocunat: marcar la diferencia desde el principio

- Cocunat nace en el año 2013 de la mano de Sara Werner y su socio, y ahora también marido, Ignasi Faus. La idea surge a raíz de una inquietud personal de Werner cuya madre padece<sup>1</sup> Sensibilidad Química Múltiple, una enfermedad que reacciona ante los agentes tóxicos con los que entramos en contacto. El conocimiento profundo adquirido en sus
- 5 averiguaciones sobre esta patología, lo quiso volcar<sup>2</sup> Sara Werner en el emprendimiento creando una marca de cosmética natural libre de tóxicos. Esto es, en esencia, Cocunat, una marca con la que logró facturar el año pasado 32 millones de euros -ocho veces más que el año anterior- y que está presente en todo el mundo.
- Ellos fueron los primeros en acuñar y patentar<sup>3</sup> el concepto del 'toxic free' en el mundo de la
- 10 cosmética.
- No fue hasta el año 2018 cuando Cocunat empieza a comercializar productos con su propia marca. Nacida en 2013, hasta ese momento la empresa ejerció como un *marketplace* distribuidor de terceras marcas seleccionadas por Sara Werner entre las más saludables del momento.
- 15 Vender cosmética por internet en aquellos años no era sencillo, dada la abundancia de productos falsificados, de reventa o de mala calidad. Ellos supieron sortear estas barreras<sup>4</sup> convenciendo a los proveedores, primero, y conquistando la confianza del consumidor, después.
- Una vez que se hicieron con un nombre y un conocimiento profundo del mercado, fue
- 20 cuando se aventuraron a crear y comercializar sus propios productos bajo la marca Cocunat, dejando atrás su papel de intermediarios pero manteniéndose en el entorno *online*.
- Ahora, Cocunat ha pasado de ser una empresa exclusivamente digital para adaptarse a la omnicanalidad<sup>5</sup> con la apertura de su primera tienda física al objeto de mejorar la experiencia de usuario. La tienda, de *Beauty Experience*, está ubicada en el número 89 de
- 25 la rambla de Catalunya, cuenta con una superficie de 170 metros cuadrados.
- Actualmente, la plantilla de Cocunat la integran alrededor de 70 personas, incluyendo al personal de almacén. Aunque hablamos ya de una magnitud<sup>6</sup> considerable, hay que señalar que, para ser una empresa que factura más de 32 millones de euros al año, el ratio de personal está muy por debajo de la media de otras compañías similares.
- 30 Esta eficiencia de los recursos es posible gracias a la optimización y automatización de los procesos, una parte de la que se responsabiliza más Ignasi Faus, experto en innovación y tecnología con muchos años de experiencia.
- Cocunat dispone de un potente departamento de Investigación y Desarrollo al que destina cada año más del 10% de la facturación.
- 35 La lucha de la marca nunca ha sido la guerra de precios. Ellos han preferido librar la de la calidad haciendo uso de la innovación como arma principal. Entre sus méritos está, también, haber sabido conectar con las generaciones más jóvenes en un momento en el que están en auge valores como el de la sostenibilidad, el bienestar animal y la honestidad de las marcas.
- 40 Cocunat no solo aplica esta filosofía a sus productos, sino que la traslada también a su cultura de empresa declarándose saludables, veganos, ecológicos y feministas, dado que el 99% de los puestos directivos los ocupan mujeres.

45 La marca Cocunat está ya presente en prácticamente todo el mundo. En otra entrevista realizada por Emprendedores, Sara Werner afirmaba a finales de 2020 que el 60% de las ventas se reparten entre el mercado español y el estadounidense. Le siguen, por orden de importancia, Francia, Reino Unido, Italia y Alemania. En el cómputo general España y Estados Unidos copan<sup>7</sup> un 35% y un 32% de su facturación, respectivamente.

50 No obstante, en sus planes más inmediatos está acelerar la expansión internacional con previsiones, para el último trimestre de 2022, de abrir un establecimiento físico en Nueva York y abordar el mercado chino.

*Emprendedores, "Casos de éxito", 12/02/2022*

<sup>1</sup> padecer = sufrir

<sup>2</sup> volcarse = comprometerse

<sup>3</sup> acuñar y patentar: *créer et breveter*

<sup>4</sup> *surmonter les difficultés*

<sup>5</sup> la omnicanalidad: la utilización de todos los canales

<sup>6</sup> la magnitud = la importancia

<sup>7</sup> copar: *rafler*

## SUJET

### I. COMPRÉHENSION DE L'ÉCRIT (20 points)

Après avoir lu attentivement ce texte, vous en ferez un compte rendu en français (entre 180 et 220 mots), en faisant apparaître les idées essentielles.

### II. EXPRESSION ÉCRITE (20 points)

Vous répondrez en espagnol à la question suivante (entre 240 et 300 mots).

Explique en qué medida Cocunat es una empresa responsable e innovadora.

### III. INTERACTION ÉCRITE (20 points)

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 responsable des ventes de la chaîne Parfumerie Druni, Marie De Lagrange (marie.delagrange@druni.es), qui souhaite élargir sa gamme de produits Cocunat, contacte Sara Werner (sara.werner@cocunat.es), directrice des ventes de l'entreprise barcelonaise de cosmétiques Cocunat natural & Toxic free.

- Elle rappelle la relation de confiance qui les unit en tant que premier collaborateur étranger depuis 2019.
- Elle indique que sa parfumerie s'apprête à ouvrir un deuxième magasin à Lille et qu'elle a le plaisir de l'inviter à l'inauguration qui aura lieu le 25 juin prochain.
- Elle l'informe de sa volonté d'élargir sa gamme de produits avec la marque capillaire Curl et la marque corporelle Hello Body, produits de Cocunat.
- Elle indique qu'elle souhaite bénéficier d'une exclusivité sur le territoire français sur ces nouveautés, et ce, sur les trois prochains mois.
- Elle souhaite un délai de livraison court, sachant que l'inauguration du magasin aura lieu dans seulement deux semaines.
- Elle joint deux invitations et un coupon-réponse à transmettre par retour de mail.