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 MOS, veuillez visiter :
bts-mos.fr/annales-sujets-et-corriges

SESSION 2019

BREVET DE TECHNICIEN SUPERIEUR

ASSISTANT DE MANAGER

U21- EXPRESSION ET CULTURE EN LANGUES VIVANTES ÉTRANGÈRES

ESPAGNOL LVA

Durée : 2 heures
Coefficient : 1

L'utilisation du dictionnaire unilingue est autorisée.

L'usage de la calculatrice est interdit

Base Nationale des Sujets d'Examens de l'enseignement professionnel

Gik Live : los cinco veinteañeros que inventaron el vino azul de los « millennials »

Todo empezó casi como un juego, como una provocación y, por qué no reconocerlo, también por diversión. “Queríamos crear una revolución, algo que fuera diferente. Así que buscamos un sector que necesitara un soplo de aire fresco y nos pareció que el mundo del vino era perfecto: era un mercado muy clásico y envuelto en cierto aire de elitismo. Y decidimos crear allí un producto que nos gustase a nosotros, a una generación que no se había criado en la cultura del vino, sino en la de los refrescos y los combinados[1]. Así surge Gik Blue, el vino azul, que para nosotros no es un vino sino una revolución. Es una bebida alcohólica, 100% uva : 99% vino y 1% de mosto[2]”, explican desde el equipo de Gik Live.Y ese “nosotros” está integrado por Aritz López, Taig Mac Carthy, Imanol López, Íñigo Alday y Gorka Maiztegi, quienes también se hacen llamar “creadores en Gik Live”, una startup que nació hace cinco años cuando los integrantes de esta cuadrilla[3] tenían entre 22 y 28 años.

¿Y por qué azul? « Cuando empezamos no teníamos ni idea de este sector ni de casi ninguno y empezamos a leer libros sobre gestión, marketing, mercados. Así fue como llegó a nuestras manos el libro Blue ocean strategy, de W.Chan Kim y Renée Mauborgne, y el concepto de *océano azul frente a océano rojo*. En el rojo están los tiburones[4] voraces que se pelean por el mismo público. Mientras que en el *azul*, gracias a la innovación, puedes crear mercado y desarrollar tu propio segmento, y nos pareció auténtica poesía pasar del líquido rojo del vino al azul que proponíamos nosotros ».

El producto nació hace cinco años, pero salió al mercado hace dos y medio, a principios de 2015. « Está en el mercado gracias a un equipo de ingenieros químicos, fruto de la colaboración con la Universidad del País Vasco y con industrias agroalimentarias. Para conseguir el característico azul indigo[5] utilizamos dos pigmentos orgánicos: la antocianina (procedente de la piel de la uva tinta[6]) y la indigotina (procedente de una planta), que al combinar dan ese color ». El resultado, además del llamativo tono, es una bebida fácil de beber y adaptada a todo el mundo, « con un sabor muy propio, dulce, fresco y muy de verano », que ha tenido bastante buena aceptación: « el *feedback* está siendo muy positivo y nos anima a seguir con nuestra revolución ».

A la hora de fabricarlo trabajan con diferentes bodegas de distintas áreas geográficas: eso nos permite tener flexibilidad y abaratar costes de producción. Reconocen que una de las tareas más complejas fue establecer la franja de precio: « Era un producto especial, resultado de un proceso complejo, y por tanto no podía ser barato, pero tampoco queríamos que fuese prohibitivo. Así que se sitúa en la franja de 7-8 euros ». El antivino, como les gusta llamarlo, tiene una graduación de 11,5 grados.

La acogida ha sido mucho más espectacular de lo que ellos mismos esperaban. Empezó a escribirnos un montón de gente de otros países y el resultado es que ahora mismo estamos en Francia, Alemania, Reino Unido, Grecia, México, y así hasta 25 países, y a punto de entrar en Estados Unidos.

Bonne utilisation des sujets antérieurs de l'enseignement public

Empezaron como *e-commerce*, Gik Live asumiendo el coste de envío – « es un pequeño esfuerzo, pero se enmarca dentro de la filosofía de libertad absoluta que queremos que tenga nuestro cliente al adquirir el producto » – y hace año y medio dimos el paso al offline a través de El Corte Inglés, los *duty free* de los aeropuertos y otros distribuidores, hasta alcanzar los 300 puntos de venta. En total han vendido ya 230.000 botellas.

Hoy Gik Live lo constituyen 12 personas : « el objetivo es llevar la revolución lo más lejos que nos quiera llevar. Trabajamos por llevar Gik a lo más alto y sacar un producto de calidad. Estamos enamorados del producto tal y como es », aunque les salgan copias: « Desde el principio sabíamos que surgirían, pero no nos da ningún miedo no estar solos », concluyen.

Isabel García Méndez, *www.emprendedores.es*, 21 de marzo de 2018

[1] Los combinados = bebidas alcohólicas compuestas por otras varias

[2] El mosto : *le jus de raisin*

[3] Una cuadrilla = un grupo de personas

[4] Los tiburones : *les requins*

[5] Azul indigo = de color azul oscuro con tonalidades violetas

[6] La piel de la uva tinta : *la peau du raisin noir*

Base Nationale des Sujets d'Examens de l'enseignement professionnel

TRAVAIL À FAIRE PAR LE CANDIDAT

I - COMPREHENSION ECRITE (10 points)

Compte rendu en français

A partir du document proposé, vous présenterez l'entreprise Gik Live : sa création, son évolution et son produit phare. **(180 mots +/- 10%)**

II - EXPRESSION ECRITE (10 points)

Courrier en langue espagnole

Vous êtes assistant(e) de manager dans l'entreprise ANM ARTIFACTS SOCIEDAD LIMITADA (Gik Live) qui se situe Calle María Díaz de Haro, 68, 48920 Portugalete, Tel 946 52 62 58, https://gik.live.es

Votre manager, Juan José Altarriba López, vous demande de rédiger une lettre circulaire destinée aux 300 points de vente de l'entreprise afin d'annoncer la commercialisation, à partir de début juillet 2019, de leur nouvelle création : un vin appelé « lágrimas de unicornio ».

Dans votre courrier :

- Vous présentez la marque en insistant sur son originalité.
- Vous annoncez la nouvelle création « Lágrimas de unicornio », un vin de couleur rose commercialisé à partir du 1er juillet 2019 qui s'inscrit parfaitement dans l'esprit de la marque.
- Vous annoncez la livraison prochaine de bouteilles de dégustation et vous les invitez à se connecter sur le site internet de Gik Live afin d'obtenir de plus amples informations sur le nouveau produit.
- Vous précisez que vous joignez un dépliant sur le produit
- Vous respectez les formules d'usage.

Base Nationale des Sujets d'Examens de l'enseignement professionnel

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.