



## PORTUGUÉS

### OPCIÓN A

#### Gelados que tratam o rei de Espanha por tu

"Juanito". Era desta forma que Attilio Santini tratava o actual Rei de Espanha, cliente habitual da casa de gelados do Tamariz enquanto esteve "exilado" no Estoril. Durante anos, não raras vezes o italiano Santini sentou-se à conversa com os amigos Margarida (infanta) e Juan Carlos, grandes apreciadores do que muitos consideram "o melhor gelado do mundo". Hoje, é Eduardo Santini - neto do fundador da marca - quem assume a responsabilidade de manter a qualidade do produto. "Sou eu que faço os gelados todos os dias e o segredo é precisamente fazer tudo de forma tradicional. Tudo como o meu avô me ensinou", explica o também administrador dos gelados Santini. Durante os últimos sessenta anos, tem-se tornado um hábito para quem mora em Lisboa e arredores ir comprar gelados Santini à loja de Cascais. A esta junta-se ainda a do Tamariz e, mais recentemente, a do Chiado. No Verão, todas têm filas intermináveis.

Curioso é que embora tenha aberto uma loja na Baixa de Lisboa - que já é a que tem mais vendas anualmente - há lisboetas que continuam a manter o ritual de ir a Cascais buscar os gelados em bolsas térmicas, respeitando um ritual domingueiro. "Temos noção de que não somos uma marca tão forte como os pastéis de Belém, mas aparecemos em alguns guias e somos conhecidos além-fronteiras", explica Martim Botton, outro dos administradores da marca. O negócio dos gelados Santini tem crescido, mas os seus responsáveis não querem dar "um passo maior do que a perna". Martim Botton explica que não pretende "massificar a marca", embora admita "abrir, no futuro, lojas noutros pontos do País".

Quanto à actual conjuntura, Eduardo Santini comenta: "Felizmente, temos passado ao lado da crise, porque as pessoas abdicam de almoçar e jantar fora, mas não deixam de vir comer o seu gelado e beber o seu cafezinho." Os administradores dos gelados Santini - que falaram com o jornalista um dia antes da aprovação do aumento do IVA para 23% na restauração - alertavam para o efeito negativo deste aumento. "Não pedimos ajuda, apenas que não nos desajudem", dizem em unísono Martim Botton e Eduardo Santini.

#### Questiones:

1. Traduzca el texto (hasta un máximo de 6 puntos).
2. Responda a las siguientes preguntas (hasta un máximo de 4 puntos, 2 puntos por pregunta):
  - a. Segundo o texto, qual a ligação dos gelados Santini com a Casa Real espanhola?
  - b. Qual a explicação fornecida no texto entorno ao sucesso dos gelados Santini no contexto da actual crise financeira?



## OPCIÓN B

### "Regina" ou "Jubileu", todos no império dos chocolates

As máquinas estão paradas porque é dia de testar um novo produto, mas o cheiro a chocolate é intenso. A temperatura acompanha as fases de produção: de um lado quente, do outro frio. Os computadores estão ligados à mais alta tecnologia, adquirida recentemente pela empresa. Basta seleccionar a receita pretendida e o processo avança. Esta é a casa onde nasceram as famosas Bom-Bokas, já fora do mercado, e muitos outros chocolates cheios de cor. Quem não se lembra das "fantasias" ou das "pintarolas", quem nunca provou "Jubileu" ou cozinhou com "Pantagruel"?

A história da Imperial começa em 1932, em Vila do Conde, e muda-se para muito perto, em Azurara, em 1968. Era apenas uma empresa regional quando, cinco anos mais tarde, foi descoberta pelo grupo RAR. "O dono do grupo RAR, João Macedo Silva, tinha uma grande visão empresarial e estava numa fase de diversificação de negócios. Considerou que a Imperial tinha um grande potencial", conta a mulher que dá a cara pela empresa, Manuela Tavares de Sousa.

Na sala de reuniões onde os produtos da Imperial estão expostos, lado a lado, sobre um aparador, Manuela conta como, numa década, a Imperial ficou a ser conhecida em todo o País. "A empresa fez um investimento ao nível de equipamentos de produção, decidiu uma estratégia de marketing e começou a lançar marcas emblemáticas, como as Bom-Bokas, as Fantasias de Natal, Pintarolas, Pantagruel e Allegro". Quem não se lembra dos anúncios das Bom-Bokas e das Fantasias de Natal? Para comemorar os 50 anos da Imperial, em 1982, a empresa lançou a marca Jubileu, que rapidamente passou a líder do mercado. "Em 1984, uma em cada duas tabletes de chocolate vendidas eram Jubileu. Tínhamos 50% da quota do mercado". Enquanto a Imperial crescia, em Lisboa os chocolates Regina atingiam o seu apogeu para acabarem por recuar nas vendas com a entrada de Portugal na então Comunidade Económica Europeia. A presença de multinacionais no País e a concorrência cada vez mais feroz derrubaram os chocolates Regina. "Em 2000, a Imperial adquiriu a Regina e fez um estudo de mercado. Concluiu que a marca tinha uma notoriedade superior a 90%".

### Cuestiones:

1. Traduzca el texto (hasta un máximo de 6 puntos).
2. Responda a las siguientes preguntas (hasta un máximo de 4 puntos, 2 puntos por pregunta):
  - a. Segundo o texto, quais são as razões do sucesso da fábrica de chocolates Imperial?
  - b. E quais as do insucesso de uma das suas mais conhecidas marcas?