

PROJETO DE RECUPERAÇÃO PARALELA

2º Trimestre - 2018

Disciplina: ESPANHOL

Ano: 9º do E. Fundamental II

Professor(a): JOSÉ ANTÔNIO BARTHOLOMEU

Objetivo: Leer y comprender textos originales en español; hablar sobre el tema propuesto en la unidad usando el vocabulario correcto; usar los artículos; diferenciar los verbos ser y estar; hablar de compras; hablar sobre el valor de algunas conjunciones.

1. CONTEÚDOS

VOCABULARIO DE COMPRAS; VOCABULARIO RELACIONDO A LOS NEGOCIOS; VERBOS SER Y ESTAR; TIPOS DE COMPRADORES Y CONJUNCIONES.

2. ROTEIRO DE ESTUDO

IMPRIMIR O PROJETO DE REC;

COMPARECER A AULA PARA AGENDADA PARA ALUNOS EM RECUPERAÇÃO;

REALIZAR EXERCÍCIOS;

TIRAR AS DÚVIDAS.

3. FORMA DE AVALIAÇÃO

- Durante o período de recuperação o aluno realizará uma lista com exercícios de revisão que terá o valor máximo de 2,0. A lista deverá ser realizada e entregue no dia da prova de REC para o aplicador

- Os alunos participarão de plantões de dúvidas agendados pela coordenação, se necessário.

- Realização de Prova escrita com o valor de 8,0 agendada pela coordenação.

4. Lista de exercícios:

Nome: _____ N° _____ Data: | _____ |

El éxito de las empresas "low cost"

Ser diferentes. Ese es el objetivo de muchas empresas que pretenden hacerse un hueco en el mercado laboral. Actualmente, el modelo de negocio denominado "low cost" (bajo coste) está logrando esa diferenciación. De ahí su éxito innegable y su consolidación en numerosos sectores empresariales. Una tendencia marcada por los bajos precios de los productos comercializados. Aerolíneas, supermercados, compañías de móviles o peluquerías son varios de los negocios que han apostado por renovar el concepto empresarial. El objetivo: mantener y aumentar su clientela.

Si miramos hacia atrás, hay que destacar principalmente el sector de las compañías aéreas por ser el pionero en sumergirse en este fenómeno empresarial. A partir de éste, su extensión fue a nivel mundial. Sobre todo, en Europa. Precisamente, por ello, el "low cost" ha sido adoptado por sectores muy dispares. Easycar o Goldcar (empresas de alquiler de coches); Vueling, Ryanair o Easyjet (compañías aéreas); Sidorme, Ibis Budget (hoteles); Primark o H&M (establecimientos de moda); Conforama o IKEA (tiendas de decoración); Booking, Rumbo o Trivago (agencias de viajes). Estos son algunos de los ejemplos de empresas "low cost" que podemos encontrar actualmente.

Grosso modo, se definen como un modelo de negocio sencillo y que opera bajo las siguientes directrices: mantener el coste del producto a niveles bajos, en la medida de lo posible, ofrecer unos precios bajos y, a la vez, altamente competitivos y suprimir cualquier servicio irrelevante. Sin embargo, el auge de este tipo de empresas no debe únicamente estar constituido bajo dichos pilares, ya que, además, hay que valorar una serie de factores que son claves para ello.

Primero, resulta esencial conocer a las mil maravillas el entorno empresarial para saber actual en él. En este sentido, estar al tanto de cómo es el negocio, los puntos fuertes del mismo y cuál es su competencia es vital para poder realizar una inversión en aquellas cosas que se antojen más necesarias sin malgastar recursos. Al mismo tiempo, hay que tener claro el nicho de mercado en el que nos hemos insertado. Es decir, conocer bien a nuestros clientes y sus necesidades. El propósito no es otro que tratar de garantizar o cumplir con lo exigido o demandado.

Por otro lado, no hay que olvidar considerar uno de los preceptos primordiales: aquellos servicios que sean irrelevantes, también denominados "no frills". Siguiendo esta pauta, las empresas "low cost" tendrá que conocer qué es para el cliente un servicio relevante o irrelevante (se potenciarán los primeros) y trabajar desde ese punto para alcanzar el éxito.

Para finalizar, la innovación y la comunicación saltan a la palestra. Ambas son también factores fundamentales. La primera implica una mayor eficiencia en lo equivalente a la fabricación y elaboración de productos, y, como consecuencia, una reducción de los costes. La segunda se centra en explicar al cliente la finalidad de nuestro producto dentro un amplio mercado.

En resumen, podría afirmarse el crecimiento constante de este sector principalmente por una sencilla razón: su distinción empresarial. Ésta se aprecia fácilmente a la hora de ofrecer más prestaciones que las empresas tradicionales. Un claro ejemplo es la compañía de móvil Lowi, que permite acumular megas para el próximo mes.

Extraído de: https://www.elconfidencialdigital.com/la_buena_vida/negocio/exito-empresas-low-cost_0_2868313142.html

Podemos considerar como empresa de bajo coste

- a) La que sabe actuar en el mercado con precios y servicios bajos.
- b) La que logra ofrecer buenos servicios a precios accesibles a un número mayor de clientes.
- c) La que, además de ofrecer buenos servicios, cobra un valor de mercado justo al igual que otras marcas.

Según el texto, el sector empresarial que primero apostó en este tipo de negocios es

- a) El sector de alimentos.
- b) el sector de hoteles.
- c) el sector aéreo.

Marca na la alternativa falsa.

Según el texto, el éxito de una empresa de bajo coste está basado en

- a) el conocimiento de mercado que tiene la empresa y la relevancia del servicio ofrecido.
- b) seguir algunos pilares de actuación en el entorno empresarial, aparte de la relevancia del servicio para el consumidor.
- c) No basta apenas seguir los pilares de actuación y conocer el entorno al que el negocio está sumergido, es necesario sobretodo cumplir lo exigido.

En el segundo párrafo del reportaje, la expresión “sin embargo” aplica al período una idea de

- a) Continuación
- b) Consecuencia
- c) Oposición

Así ha transformado la crisis la forma en la que compras

La última encuesta de MyWord muestra un consumidor «ahogado», obsesionado con el ahorro y preocupado por la responsabilidad social de las grandes marcas

Tras un lustro de recesión, España comenzó a ver final del túnel en 2014, año en el que creció un 1,4%. En 2015 se amplió la tendencia y el PIB aumentó un 3,2%. **El empleo crece, la**

demanda interna mejora e incluso el déficit comercial se reduce. La crisis parece superada. Su paso, sin embargo, será difícil de olvidar para los españoles.

La sociedad confía en la [recuperación](#), pero mantiene la cautela. Más aún después de un mes de enero plagado de incertidumbre política y desplomes bursátiles. La confianza del consumidor retrocedió 8,3 puntos el mes pasado, después de enlazar dos meses de crecimiento. Aún con todo, **la demanda interna ha mantenido su tendencia al alza en los últimos meses** y es uno de los pilares del crecimiento económico.

Esta semana se han dado a conocer los resultados de Mikroskopia 2016, elaborada por el centro de investigación de mercado MyWord a través de 8.500 entrevistas sobre hábitos de vida y [consumo](#). Los resultados no solo muestran que un 34% de la población compra ahora marcas **más baratas**, sino que además los españoles han modificado completamente su percepción de los distribuidores.

Belén Barreiro, fundadora de MyWord y exdirectora del CIS, asegura que tras la crisis se ha creado un «'consumidor ahogado', más preocupado por el ahorro pero también más empático y que da mucha más importancia a aspectos sociales». Según la encuesta de MyWord, el 90% de **los consumidores exigen a las grandes empresas que detallen sus productos** y la forma en que han sido fabricados. «Existe un nuevo tipo de consumidor, con un perfil fundamentalmente joven, que está más preocupado por la responsabilidad social de las empresas», afirma Barreiro.

Austeridad y tecnología

De igual forma, un 64% admite haberse vuelto más austero. Tanto en sus compras como en el [equipamiento](#) del hogar. Incluso el 35% de los encuestados admite que apenas pone la calefacción para conseguir un mayor ahorro. Según Barreiro, la crisis ha dividido a los consumidores en dos. «**Uno ha salido bien parado y otro que tiene la percepción de haberse empobrecido**», asegura. La investigación muestra que un 52% de los encuestados creen que han perdido clase social.

En este contexto, determinados productos salen beneficiados. La tecnología es ejemplo de ello para MyWord. «Es un sector al auge para muchos consumidores, dados los **cambios** en las formas de ocio».

Pese a todo, la mejora de España empieza a trasladarse a los hogares: los consumidores son conscientes de que la situación económica ha cambiado. La encuesta muestra un crecimiento de la confianza en el país **respecto al año pasado, en el que la muestra de MyWord reflejaba un consumidor «rebelado»** contras las grandes marcas. «El contexto de crecimiento se refleja en los consumidores, simplemente la crisis ha transformado la sociedad», concluye Barreiro.

Vocabulario: plagado: castigado

Desplomes bursátiles: quedas da bolsa

Austeridad: desilusão frente ao desaparecimentos dos sentimentos e das paixões

El texto apunta la palabra “ahorro” en el subtítulo y en el último párrafo. Explica esta palabra y su significado.

¿Por qué los españoles han cambiado sus hábitos de consumo?

¿Cuál es, según el texto, el nuevo perfil del consumidor español?

Observa estas frases del texto:

“La crisis parece superada. Su paso, sin embargo, será difícil de olvidar para los españoles.”

“Los resultados no solo muestran que un 34% de la población compra ahora marcas **más baratas**, sino que además los españoles han modificado completamente su percepción de los distribuidores.”

Explica el uso y el significado de las conjunciones destacadas y apunta qué palabras o expresiones pueden sustituirlas en portugués.

¿Qué explica la depresión que siente actualmente una parte de los encuestados ante la crisis y el proceso de recuperación de la economía española?

¿Cuáles son los dos tipos de compras que estudiamos? Apunta dos ventajas y dos desventajas para cada uno de ellos.

Explica el uso o el significado de las palabras a seguir.

Puente

Facturar el equipaje

Anular un billete

Contratar viajes organizados

Hacer un viaje por negocios

Completa las frases con las palabras del recuadro. Puede que alguna se repita más de una vez.

vuelo escalas aerolíneas directo bajo coste puente
crucero callejero

- a) No me gustan las _____ tradicionales, prefiero las de _____.
- b) Siempre tomo un _____ con _____, es más barato que ir directo.
- c) Yo prefiero el vuelo _____, es más rápido.
- d) Esta semana hay un _____, voy a tomar un vuelo de _____ e ir a pasar un par de días en Paris.
- e) Mi hermano va a salir hoy en un _____. No me gusta la idea de estar siete días en el mar.
- f) Necesito mirar un _____, estoy perdido en el centro de esta ciudad.

Responde a las preguntas a seguir.

- a) Cuando viajas, ¿dónde prefieres alojarte?

- b) ¿Prefieres cuidar de tus propios viajes o vas a una agencia de viajes? ¿Por qué?

c) ¿Prefieres los hoteles o los hostales? ¿Por qué?

d) Para ti, cuando estás buscando un hospedaje, ¿es importante el confort o el precio? Justifica.

Conjuga los verbos SER y ESTAR para completar las frases.

- a) Couchsurfing _____ una comunidad internacional de viajeros que se alojan gratuitamente en la casa de los comunitarios.
- b) En Brasil los vuelos _____ muy caros, aquí no hay empresas de bajo coste.
- c) Los hostales _____ siempre muy bien localizados.
- d) Los cruceros _____ viajes largos en barcos por varios lugares.
- e) Muchas veces, los aeropuertos que ofrecen el servicio a las empresas de bajo coste _____ muy distantes de los centros de las ciudades.
- f) Para mí, una gran ventaja _____ que las empresas de bajo coste _____ más fiables, si uno pierde el equipaje, luego la puede recibir en el aeropuerto de destino.
- g) Prefiero las aerolíneas tradicionales porque _____ más seguro, incluso _____ más seguro reservar un billete.
- h) Nosotros _____ muy confortables en este hostel.

Completa con el artículo donde sea necesario y deja en blanco donde no se debe usarlo.

- a) Normalmente no como _____ fruta después de cenar porque _____ fruta me sienta muy mal por la noche.
- b) _____ Tesoro del Carambolo se expone en _____ Museo de Arqueología de Sevilla.
- c) _____ Zara es _____ empresa española de ropa más conocida.

- d) _____ España está formada por _____ diecisiete comunidades autónomas y dos ciudades autónomas, Ceuta y Melilla, que están en _____ norte de África.
- e) _____ señora García ha llegado hace unos minutos y está esperando _____ señor González.