

# PRUEBA DE PERIODO 1- EMPRENDIMIENTO

## GRADO NOVENO

1 Cuando se elabora un proyecto de vida emprendedor hay que tener en cuenta:

- a. Las metas personales sin atender al contexto social y cultural.
- b. Las metas personales teniendo en cuenta el lucro que se obtendrá.
- c. Las metas personales orientadas al logro de los objetivos para transformar el entorno.
- d. Las metas personales evitando situaciones retadoras del entorno.

2 Conocer y entender las dimensiones de la personalidad es fundamental para el proyecto de vida. La razón de esta afirmación es que:

- a. Una persona debe conocerse a sí misma para poder plantear un proyecto de vida emprendedor.
- b. Es importante conocerse a sí mismo para evitar que otras personas interfieran en el proyecto de vida emprendedor.
- c. El ser humano es un individuo biológico, ético y social cuyo proyecto de vida emprendedor debe estar definido en el contexto en el que vive.
- d. Todas las anteriores, porque cada enunciado se relaciona con un aspecto de la personalidad.

3 Todo ser humano en diferentes momentos de su vida realiza planes o proyectos para su futuro, convirtiéndose en su proyecto de vida. Esto le permite mirar el mundo de una forma diferente de acuerdo a las posibilidades que le brinda su medio social y personal.

El proyecto de vida es importante porque:

- a. Permite desarrollar la autonomía, la autorrealización y la autorregulación.
- b. Impide que otras personas puedan favorecer algunos aspectos de la propia personalidad.
- c. Orienta las acciones personales hacia el logro de objetivos evitando interacciones innecesarias con el contexto social de la persona.
- d. Delimita un plan de acción conducente a obtener lucro económico fundamentalmente.

4 La dimensión emocional permite a la persona:

- a. Generar las relaciones interpersonales e identificar los lazos que le permiten relacionarse en un contexto determinado.
- b. Tener una experiencia interior más profunda, permitiendo dar sentido y propósito a las acciones y a la existencia.
- c. Entender el desarrollo de la personalidad remitiéndose a la comprensión del mundo que le rodea y a la vez, actuar y transformar la realidad.
- d. Expresar conocimientos e ideas, acontecimientos y fenómenos de la realidad en la que vive cada persona.

5 La dimensión mental (cognitiva) se refiere a:

- a. Saber reconocer los errores que se tienen pero sin hacerse daño.
- b. Conocerse a sí mismo emocional, espiritual y físicamente además de saber las habilidades, necesidades y sentimientos propios.
- c. Tratar de explicar cómo se conoce y el uso de los procesos mentales en los diferentes momentos de la vida en infinidad de contextos.
- d. Desarrollar habilidades de expresarse fácilmente con los demás, mantener una buena relación con otras personas y expresar lo que se siente, se piensa y se quiere.

6 **Analiza detenidamente el siguiente texto y responde las preguntas 6 a 10**

Hoy todos sabemos lo prácticos que resultan los Post-it. Pero en un principio el uso de esos pequeños cuadrados de papel de colores llamativos y con una banda adhesiva no resultó tan obvio para todo el mundo. De hecho, este invento se convirtió en realidad gracias a la constancia y tesón de Art Fry, uno de los más de ochenta mil empleados de la multinacional 3M, quien tuvo que ser ingenioso para luchar contra las opiniones de algunos jefes que llegaron a considerar la idea como poco útil, demasiado arriesgada y con pocas probabilidades de éxito.

Y es que el nacimiento de los Post-it requirió no solo encontrar primero su uso más adecuado, sino también conseguir convencer a la dirección de la multinacional de que el producto tendría compradores. De hecho, Fry, miembro de uno de los muchos equipos de investigación de la empresa, no fue ni siquiera el descubridor del adhesivo utilizado en los Post-it. Otro compañero fue el que dio con un pegamento lo suficientemente fuerte como para adherirse a las superficies pero que luego podía despegarse con facilidad.

El descubrimiento había sido descartado por la empresa al no saber muy bien qué utilidad darle. Sin embargo, Art Fry se acordó de esta idea al comprobar frustrado la frecuencia con la que se le caían al suelo los diferentes puntos de lectura que utilizaba en sus libros. Fry trabajó empleando ese pegamento en pequeños trozos de papel, investigando la cantidad y el modo de aplicación más adecuado para el adhesivo. También esta idea fue descartada por el equipo directivo de 3M, al considerar que el producto no tendría demanda. Pero Fry no se rindió e ideó una estrategia para demostrar el valor de su descubrimiento: regaló bloques de Post-it a las secretarías del equipo directivo de la empresa, enseñándoles los usos que podían darles en las comunicaciones con sus jefes. Cuando su utilización se había convertido en habitual, Fry dejó de suministrarlos, haciendo que la propia demanda de las secretarías hiciera ver a sus jefes la conveniencia de comercializar los Post-it.

El señor Art Fry puede considerarse:

- a. Un emprendedor porque adoptó una actitud innovadora dentro de su empresa.
- b. Un inter-emprendedor porque utilizó la idea de otro compañero para su beneficio.
- c. Un intra-emprendedor porque adoptó una actitud innovadora dentro de su empresa.
- d. Un emprendedor porque utilizó la idea de otro compañero para el beneficio de su empresa.

**Analiza detenidamente el siguiente texto y responde las preguntas 6 a 10**

Hoy todos sabemos lo prácticos que resultan los Post-it. Pero en un principio el uso de esos pequeños cuadrados de papel de colores llamativos y con una banda adhesiva no resultó tan obvio para todo el mundo. De hecho, este invento se convirtió en realidad gracias a la constancia y tesón de Art Fry, uno de los más de ochenta mil empleados de la multinacional 3M, quien tuvo que ser ingenioso para luchar contra las opiniones de algunos jefes que llegaron a considerar la idea como poco útil, demasiado arriesgada y con pocas probabilidades de éxito.

Y es que el nacimiento de los Post-it requirió no solo encontrar primero su uso más adecuado, sino también conseguir convencer a la dirección de la multinacional de que el producto tendría compradores. De hecho, Fry, miembro de uno de los muchos equipos de investigación de la empresa, no fue ni siquiera el descubridor del adhesivo utilizado en los Post-it. Otro compañero fue el que dio con un pegamento lo suficientemente fuerte como para adherirse a las superficies pero que luego podía despegarse con facilidad.

El descubrimiento había sido descartado por la empresa al no saber muy bien qué utilidad darle. Sin embargo, Art Fry se acordó de esta idea al comprobar frustrado la frecuencia con la que se le caían al suelo los diferentes puntos de lectura que utilizaba en sus libros. Fry trabajó empleando ese pegamento en pequeños trozos de papel, investigando la cantidad y el modo de aplicación más adecuado para el adhesivo. También esta idea fue descartada por el equipo directivo de 3M, al considerar que el producto no tendría demanda. Pero Fry no se rindió e ideó una estrategia para demostrar el valor de su descubrimiento: regaló bloques de Post-it a las secretarías del equipo directivo de la empresa, enseñándoles los usos que podían darles en las comunicaciones con sus jefes. Cuando su utilización se había convertido en habitual, Fry dejó de suministrarlos, haciendo que la propia demanda de las secretarías hiciera ver a sus jefes la conveniencia de comercializar los Post-it.

Para demostrar que el nuevo producto tendría éxito, el señor Art Fry:

- a. Experimentó con un nuevo pegamento que no tenía fuerte adherencia.
- b. Utilizó la idea del compañero que inventó el pegamento de baja calidad.
- c. Se las ingenió para que su diseño agradara a sus jefes.
- d. Creó la necesidad de utilizar el producto en su propia empresa.

**Analiza detenidamente el siguiente texto y responde las preguntas 6 a 10**

Hoy todos sabemos lo prácticos que resultan los Post-it. Pero en un principio el uso de esos pequeños cuadrados de papel de colores llamativos y con una banda adhesiva no resultó tan obvio para todo el mundo. De hecho, este invento se convirtió en realidad gracias a la constancia y tesón de Art Fry, uno de los más de ochenta mil empleados de la multinacional 3M, quien tuvo que ser ingenioso para luchar contra las opiniones de algunos jefes que llegaron a considerar la idea como poco útil, demasiado arriesgada y con pocas probabilidades de éxito.

Y es que el nacimiento de los Post-it requirió no solo encontrar primero su uso más adecuado, sino también conseguir convencer a la dirección de la multinacional de que el producto tendría compradores. De hecho, Fry, miembro de uno de los muchos equipos de investigación de la empresa, no fue ni siquiera el descubridor del adhesivo utilizado en los Post-it. Otro compañero fue el que dio con un pegamento lo suficientemente fuerte como para adherirse a las superficies pero que luego podía despegarse con facilidad.

El descubrimiento había sido descartado por la empresa al no saber muy bien qué utilidad darle. Sin embargo, Art Fry se acordó de esta idea al comprobar frustrado la frecuencia con la que se le caían al suelo los diferentes puntos de lectura que utilizaba en sus libros. Fry trabajó empleando ese pegamento en pequeños trozos de papel, investigando la cantidad y el modo de aplicación más adecuado para el adhesivo. También esta idea fue descartada por el equipo directivo de 3M, al considerar que el producto no tendría demanda. Pero Fry no se rindió e ideó una estrategia para demostrar el valor de su descubrimiento: regaló bloques de Post-it a las secretarías del equipo directivo de la empresa, enseñándoles los usos que podían darles en las comunicaciones con sus jefes. Cuando su utilización se había convertido en habitual, Fry dejó de suministrarlos, haciendo que la propia demanda de las secretarías hiciera ver a sus jefes la conveniencia de comercializar los Post-it.

El señor Art Fry puede considerarse emprendedor porque:

- a. Logró convencer a sus jefes de lo innovador de su producto.
- b. Logró convencer a las secretarías de utilizar el nuevo producto.
- c. Logró desarrollar un nuevo producto aún en contra de como las cosas se habían hecho.
- d. Logró desarrollar un nuevo producto a partir de la idea de otro compañero.

**Analiza detenidamente el siguiente texto y responde las preguntas 6 a 10**

Hoy todos sabemos lo prácticos que resultan los Post-it. Pero en un principio el uso de esos pequeños cuadrados de papel de colores llamativos y con una banda adhesiva no resultó tan obvio para todo el mundo. De hecho, este invento se convirtió en realidad gracias a la constancia y tesón de Art Fry, uno de los más de ochenta mil empleados de la multinacional 3M, quien tuvo que ser ingenioso para luchar contra las opiniones de algunos jefes que llegaron a considerar la idea como poco útil, demasiado arriesgada y con pocas probabilidades de éxito.

Y es que el nacimiento de los Post-it requirió no solo encontrar primero su uso más adecuado, sino también conseguir convencer a la dirección de la multinacional de que el producto tendría compradores. De hecho, Fry, miembro de uno de los muchos equipos de investigación de la empresa, no fue ni siquiera el descubridor del adhesivo utilizado en los Post-it. Otro compañero fue el que dio con un pegamento lo suficientemente fuerte como para adherirse a las superficies pero que luego podía despegarse con facilidad.

El descubrimiento había sido descartado por la empresa al no saber muy bien qué utilidad darle. Sin embargo, Art Fry se acordó de esta idea al comprobar frustrado la frecuencia con la que se le caían al suelo los diferentes puntos de lectura que utilizaba en sus libros. Fry trabajó empleando ese pegamento en pequeños trozos de papel, investigando la cantidad y el modo de aplicación más adecuado para el adhesivo. También esta idea fue descartada por el equipo directivo de 3M, al considerar que el producto no tendría demanda. Pero Fry no se rindió e ideó una estrategia para demostrar el valor de su descubrimiento: regaló bloques de Post-it a las secretarías del equipo directivo de la empresa, enseñándoles los usos que podían darles en las comunicaciones con sus jefes. Cuando su utilización se había convertido en habitual, Fry dejó de suministrarlos, haciendo que la propia demanda de las secretarías hiciera ver a sus jefes la conveniencia de comercializar los Post-it.

El producto diseñado por la empresa **3M** logró posicionarse en el mercado porque:

- a. En la empresa se realizó un exhaustivo análisis de mercado para el producto.
- b. En la empresa se generó una demanda interna para el producto.
- c. En la empresa le vieron viabilidad al nuevo producto.
- d. En la empresa no había una comunicación efectiva entre las secretarías y los jefes.

**Analiza detenidamente el siguiente texto y responde las preguntas 6 a 10**

Hoy todos sabemos lo prácticos que resultan los Post-it. Pero en un principio el uso de esos pequeños cuadrados de papel de colores llamativos y con una banda adhesiva no resultó tan obvio para todo el mundo. De hecho, este invento se convirtió en realidad gracias a la constancia y tesón de Art Fry, uno de los más de ochenta mil empleados de la multinacional 3M, quien tuvo que ser ingenioso para luchar contra las opiniones de algunos jefes que llegaron a considerar la idea como poco útil, demasiado arriesgada y con pocas probabilidades de éxito.

Y es que el nacimiento de los Post-it requirió no solo encontrar primero su uso más adecuado, sino también conseguir convencer a la dirección de la multinacional de que el producto tendría compradores. De hecho, Fry, miembro de uno de los muchos equipos de investigación de la empresa, no fue ni siquiera el descubridor del adhesivo utilizado en los Post-it. Otro compañero fue el que dio con un pegamento lo suficientemente fuerte como para adherirse a las superficies pero que luego podía despegarse con facilidad.

El descubrimiento había sido descartado por la empresa al no saber muy bien qué utilidad darle. Sin embargo, Art Fry se acordó de esta idea al comprobar frustrado la frecuencia con la que se le caían al suelo los diferentes puntos de lectura que utilizaba en sus libros. Fry trabajó empleando ese pegamento en pequeños trozos de papel, investigando la cantidad y el modo de aplicación más adecuado para el adhesivo. También esta idea fue descartada por el equipo directivo de 3M, al considerar que el producto no tendría demanda. Pero Fry no se rindió e ideó una estrategia para demostrar el valor de su descubrimiento: regaló bloques de Post-it a las secretarías del equipo directivo de la empresa, enseñándoles los usos que podían darles en las comunicaciones con sus jefes. Cuando su utilización se había convertido en habitual, Fry dejó de suministrarlos, haciendo que la propia demanda de las secretarías hiciera ver a sus jefes la conveniencia de comercializar los Post-it.

Del texto se concluye que:

- a. Para ser emprendedor no es necesario tener empresa propia para innovar y desarrollar nuevas ideas.
- b. Para ser emprendedor es necesario trabajar en una empresa famosa para innovar y desarrollar nuevas ideas.
- c. Para ser emprendedor es necesario contar con buenos compañeros para innovar y desarrollar nuevas ideas.
- d. Para ser emprendedor no es necesario trabajar en una multinacional para innovar y desarrollar nuevas ideas.

### PLATILLOS EN EL ESPACIO

Tere Timbalitos era una niña alegre y artista con un gran sueño: llegar a tocar la batería en un grupo musical. Pero para conseguirlo había un gran obstáculo: Tere tenía que practicar mucho para hacerlo bien, pero justo al lado de su casa vivían un montón de ancianitos, muchos de ellos enfermos, en una residencia; y sabía que el ruido de tambores, bombos y platillos podía molestarles muchísimo. Tere era una niña muy buena y respetuosa, y buscaba constantemente la forma de practicar sin molestar a los demás. Así, había intentado tocar en sitios tan raros como un sótano enterrado, una cocina, un desván, o incluso una ducha, pero no había forma, siempre había alguien que se sentía verdaderamente molesto; así que, decidida a ensayar mucho, Tere pasaba la mayor parte del tiempo tocando sobr/e libr/os y cajas, y buscando nuevos sitios donde practicar.

Un día, mientras veía un documental de ciencias en la televisión, escuchó que en el espacio, como no había aire, el ruido no se podía transmitir, y decidió convertirse en una especie de astronauta musical. Con la ayuda de muchos libr/os, mucho tiempo, y mucho trabajo, se construyó una burbuja espacial: era una gran esfera de cristal, en la que una máquina sacaba el aire para hacer el vacío, y en la que sólo estaban su batería y una silla. Tere se vestía con un traje de astronauta que se había fabr/icado, se metía en la burbuja, pulsaba el de la máquina para sacar el aire, y... ise ponía a tocar la batería como una loca!

En muy poco tiempo, Tere Timbalitos, "*la astronauta musical*", se hizo muy famosa. Acudía tanta gente a verla tocar en su burbuja espacial, que tuvo que poner unos pequeños altavoces para que pudieran escucharla, y poco después trasladó su burbuja y comenzó a dar conciertos. Llegó a ser tanta su fama, que desde el gobierno le propusieron formar parte de un viaje único al espacio, y así se convirtió de veras en la auténtica astronauta musical, superando de largo aquel sueño inicial de tocar en un grupo.

Y cuando años después le preguntaban cómo había conseguido todo aquello, se quedaba un rato pensando y decía:

-Si no me hubieran importado tanto aquellos ancianitos, si no hubiera seguido buscando una solución, nada de esto habr/ía ocurrido.

Algunos rasgos del liderazgo de Tere Timbalitos pueden ser:

- a. Capacidad de dominio, autoritarismo, dedicación.
- b. Flexibilidad, pericia, motivación.
- c. Dinamismo, dominio de conocimientos, facilidad para dar órdenes.
- d. Imposición, autonomía, status.

**LEE CON ATENCIÓN EL SIGUIENTE TEXTO DEL AUTOR ESPAÑOL PEDRO PABLO SACRISTÁN Y RESUELVE LAS PREGUNTAS 11 A 15****PLATILLOS EN EL ESPACIO**

Tere Timbalitos era una niña alegre y artista con un gran sueño: llegar a tocar la batería en un grupo musical. Pero para conseguirlo había un gran obstáculo: Tere tenía que practicar mucho para hacerlo bien, pero justo al lado de su casa vivían un montón de ancianitos, muchos de ellos enfermos, en una residencia; y sabía que el ruido de tambores, bombos y platillos podía molestarles muchísimo. Tere era una niña muy buena y respetuosa, y buscaba constantemente la forma de practicar sin molestar a los demás. Así, había intentado tocar en sitios tan raros como un sótano enterrado, una cocina, un desván, o incluso una ducha, pero no había forma, siempre había alguien que se sentía verdaderamente molesto; así que, decidida a ensayar mucho, Tere pasaba la mayor parte del tiempo tocando sobr/e libr/os y cajas, y buscando nuevos sitios donde practicar.

Un día, mientras veía un documental de ciencias en la televisión, escuchó que en el espacio, como no había aire, el ruido no se podía transmitir, y decidió convertirse en una especie de astronauta musical. Con la ayuda de muchos libr/os, mucho tiempo, y mucho trabajo, se construyó una burbuja espacial: era una gran esfera de cristal, en la que una máquina sacaba el aire para hacer el vacío, y en la que sólo estaban su batería y una silla. Tere se vestía con un traje de astronauta que se había fabr/icado, se metía en la burbuja, pulsaba el de la máquina para sacar el aire, y... ise ponía a tocar la batería como una loca!

En muy poco tiempo, Tere Timbalitos, "*la astronauta musical*", se hizo muy famosa. Acudía tanta gente a verla tocar en su burbuja espacial, que tuvo que poner unos pequeños altavoces para que pudieran escucharla, y poco después trasladó su burbuja y comenzó a dar conciertos. Llegó a ser tanta su fama, que desde el gobierno le propusieron formar parte de un viaje único al espacio, y así se convirtió de veras en la auténtica astronauta musical, superando de largo aquel sueño inicial de tocar en un grupo.

Y cuando años después le preguntaban cómo había conseguido todo aquello, se quedaba un rato pensando y decía:

-Si no me hubieran importado tanto aquellos ancianitos, si no hubiera seguido buscando una solución, nada de esto habr/ía ocurrido.

De la lectura se puede concluir que Tere Timbalitos es una líder porque:

- a. Está capacitada para dirigir equipos de trabajo.
- b. Ayuda a que otros reconozcan sus capacidades.
- c. Demuestra poseer pericia y empatía.
- d. Le muestra a otros sus ineficiencias.

**LEE CON ATENCIÓN EL SIGUIENTE TEXTO DEL AUTOR ESPAÑOL PEDRO PABLO SACRISTÁN Y RESUELVE LAS PREGUNTAS 11 A 15****PLATILLOS EN EL ESPACIO**

Tere Timbalitos era una niña alegre y artista con un gran sueño: llegar a tocar la batería en un grupo musical. Pero para conseguirlo había un gran obstáculo: Tere tenía que practicar mucho para hacerlo bien, pero justo al lado de su casa vivían un montón de ancianitos, muchos de ellos enfermos, en una residencia; y sabía que el ruido de tambores, bombos y platillos podía molestarles muchísimo. Tere era una niña muy buena y respetuosa, y buscaba constantemente la forma de practicar sin molestar a los demás. Así, había intentado tocar en sitios tan raros como un sótano enterrado, una cocina, un desván, o incluso una ducha, pero no había forma, siempre había alguien que se sentía verdaderamente molesto; así que, decidida a ensayar mucho, Tere pasaba la mayor parte del tiempo tocando sobr/e libr/os y cajas, y buscando nuevos sitios donde practicar.

Un día, mientras veía un documental de ciencias en la televisión, escuchó que en el espacio, como no había aire, el ruido no se podía transmitir, y decidió convertirse en una especie de astronauta musical. Con la ayuda de muchos libr/os, mucho tiempo, y mucho trabajo, se construyó una burbuja espacial: era una gran esfera de cristal, en la que una máquina sacaba el aire para hacer el vacío, y en la que sólo estaban su batería y una silla. Tere se vestía con un traje de astronauta que se había fabr/icado, se metía en la burbuja, pulsaba el de la máquina para sacar el aire, y... ise ponía a tocar la batería como una loca!

En muy poco tiempo, Tere Timbalitos, "*la astronauta musical*", se hizo muy famosa. Acudía tanta gente a verla tocar en su burbuja espacial, que tuvo que poner unos pequeños altavoces para que pudieran escucharla, y poco después trasladó su burbuja y comenzó a dar conciertos. Llegó a ser tanta su fama, que desde el gobierno le propusieron formar parte de un viaje único al espacio, y así se convirtió de veras en la auténtica astronauta musical, superando de largo aquel sueño inicial de tocar en un grupo.

Y cuando años después le preguntaban cómo había conseguido todo aquello, se quedaba un rato pensando y decía:

-Si no me hubieran importado tanto aquellos ancianitos, si no hubiera seguido buscando una solución, nada de esto habr/ía ocurrido.

Algunos elementos de un plan de acción que Tere Timbalitos tuvo en cuenta para construir su burbuja espacial pueden ser:

- a. Alcance del proyecto, secuencia de actividades y lo que quería lograr.
- b. El objetivo, identificación de actividades, la gestión de los recursos.
- c. Las actividades, el cronograma, el seguimiento.
- d. El objetivo, la calidad y el lugar.

**LEE CON ATENCIÓN EL SIGUIENTE TEXTO DEL AUTOR ESPAÑOL PEDRO PABLO SACRISTÁN Y RESUELVE LAS PREGUNTAS 11 A 15****PLATILLOS EN EL ESPACIO**

Tere Timbalitos era una niña alegre y artista con un gran sueño: llegar a tocar la batería en un grupo musical. Pero para conseguirlo había un gran obstáculo: Tere tenía que practicar mucho para hacerlo bien, pero justo al lado de su casa vivían un montón de ancianitos, muchos de ellos enfermos, en una residencia; y sabía que el ruido de tambores, bombos y platillos podía molestarles muchísimo. Tere era una niña muy buena y respetuosa, y buscaba constantemente la forma de practicar sin molestar a los demás. Así, había intentado tocar en sitios tan raros como un sótano enterrado, una cocina, un desván, o incluso una ducha, pero no había forma, siempre había alguien que se sentía verdaderamente molesto; así que, decidida a ensayar mucho, Tere pasaba la mayor parte del tiempo tocando sobr/e libr/os y cajas, y buscando nuevos sitios donde practicar.

Un día, mientras veía un documental de ciencias en la televisión, escuchó que en el espacio, como no había aire, el ruido no se podía transmitir, y decidió convertirse en una especie de astronauta musical. Con la ayuda de muchos libr/os, mucho tiempo, y mucho trabajo, se construyó una burbuja espacial: era una gran esfera de cristal, en la que una máquina sacaba el aire para hacer el vacío, y en la que sólo estaban su batería y una silla. Tere se vestía con un traje de astronauta que se había fabr/icado, se metía en la burbuja, pulsaba el de la máquina para sacar el aire, y... ise ponía a tocar la batería como una loca!

En muy poco tiempo, Tere Timbalitos, "*la astronauta musical*", se hizo muy famosa. Acudía tanta gente a verla tocar en su burbuja espacial, que tuvo que poner unos pequeños altavoces para que pudieran escucharla, y poco después trasladó su burbuja y comenzó a dar conciertos. Llegó a ser tanta su fama, que desde el gobierno le propusieron formar parte de un viaje único al espacio, y así se convirtió de veras en la auténtica astronauta musical, superando de largo aquel sueño inicial de tocar en un grupo.

Y cuando años después le preguntaban cómo había conseguido todo aquello, se quedaba un rato pensando y decía:

-Si no me hubieran importado tanto aquellos ancianitos, si no hubiera seguido buscando una solución, nada de esto habr/ía ocurrido.

Los planes de acción sólo se concretan cuando se formulan los objetivos y se ha seleccionado la estrategia a seguir. En el caso de Tere Timbalitos, su plan de acción tuvo éxito porque:

- a. Pudo combinar su proyecto de vida con las necesidades de otras personas.
- b. Se convirtió en una artista famosa, como se propuso.
- c. Alcanzó metas inesperadas como viajar al espacio.
- d. Se enfocó en la construcción de su perfil como líder.

**LEE CON ATENCIÓN EL SIGUIENTE TEXTO DEL AUTOR ESPAÑOL PEDRO PABLO SACRISTÁN Y RESUELVE LAS PREGUNTAS 11 A 15****PLATILLOS EN EL ESPACIO**

Tere Timbalitos era una niña alegre y artista con un gran sueño: llegar a tocar la batería en un grupo musical. Pero para conseguirlo había un gran obstáculo: Tere tenía que practicar mucho para hacerlo bien, pero justo al lado de su casa vivían un montón de ancianitos, muchos de ellos enfermos, en una residencia; y sabía que el ruido de tambores, bombos y platillos podía molestarles muchísimo. Tere era una niña muy buena y respetuosa, y buscaba constantemente la forma de practicar sin molestar a los demás. Así, había intentado tocar en sitios tan raros como un sótano enterrado, una cocina, un desván, o incluso una ducha, pero no había forma, siempre había alguien que se sentía verdaderamente molesto; así que, decidida a ensayar mucho, Tere pasaba la mayor parte del tiempo tocando sobr/e libr/os y cajas, y buscando nuevos sitios donde practicar.

Un día, mientras veía un documental de ciencias en la televisión, escuchó que en el espacio, como no había aire, el ruido no se podía transmitir, y decidió convertirse en una especie de astronauta musical. Con la ayuda de muchos libr/os, mucho tiempo, y mucho trabajo, se construyó una burbuja espacial: era una gran esfera de cristal, en la que una máquina sacaba el aire para hacer el vacío, y en la que sólo estaban su batería y una silla. Tere se vestía con un traje de astronauta que se había fabr/icado, se metía en la burbuja, pulsaba el de la máquina para sacar el aire, y... ise ponía a tocar la batería como una loca!

En muy poco tiempo, Tere Timbalitos, "*la astronauta musical*", se hizo muy famosa. Acudía tanta gente a verla tocar en su burbuja espacial, que tuvo que poner unos pequeños altavoces para que pudieran escucharla, y poco después trasladó su burbuja y comenzó a dar conciertos. Llegó a ser tanta su fama, que desde el gobierno le propusieron formar parte de un viaje único al espacio, y así se convirtió de veras en la auténtica astronauta musical, superando de largo aquel sueño inicial de tocar en un grupo.

Y cuando años después le preguntaban cómo había conseguido todo aquello, se quedaba un rato pensando y decía:

-Si no me hubieran importado tanto aquellos ancianitos, si no hubiera seguido buscando una solución, nada de esto habr/ía ocurrido.

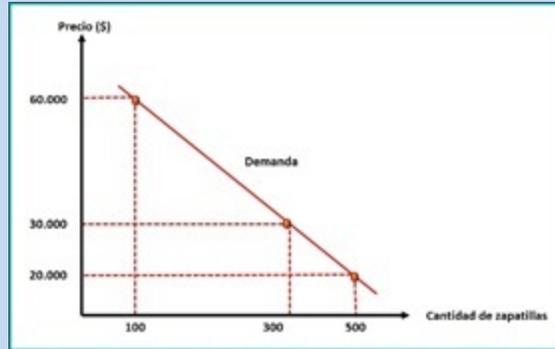
Las fortalezas son las capacidades especiales con que cuenta la persona, el equipo o la empresa, y que le permite tener una posición privilegiada frente a la competencia. Recursos que se controlan, capacidades y habilidades que se poseen, actividades que se desarrollan positivamente, etc. En el caso de Tere Timbalitos, se evidencian sus fortalezas cuando:

- a. Demostró su capacidad de asumir riesgos.
- b. Demostró sus conocimientos científicos cuando construyó su burbuja espacial.
- c. Tuvo en cuenta las características del contexto para llevar a cabo su proyecto.
- d. Logró cumplir su meta de tocar sus platillos sin molestar a los demás.

16

Con el siguiente caso, responde las preguntas 16 y 17.

Si en el mercado se venden unas zapatillas a \$30.000 es probable que los consumidores las adquieran pues es un precio cómodo. Sin embargo, si las zapatillas suben de precio a \$ 60.000 la demanda por las mismas disminuirá. Al representar esta situación se obtiene la siguiente gráfica:



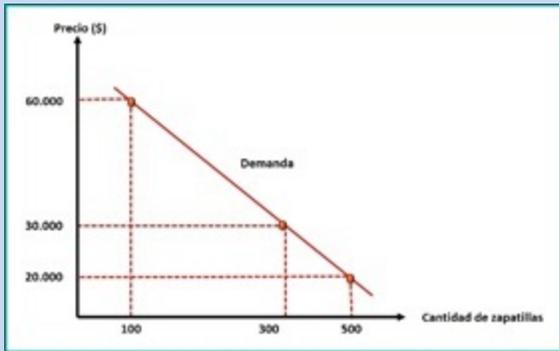
De acuerdo con la gráfica se puede afirmar que:

- a. La demanda está en función de la oferta.
- b. La demanda está en función de la cantidad del producto.
- c. La demanda está en función del mercado.
- d. La demanda está en función del precio.

17

**Con el siguiente caso, responde las preguntas 16 y 17.**

Si en el mercado se venden unas zapatillas a \$30.000 es probable que los consumidores las adquieran pues es un precio cómodo. Sin embargo, si las zapatillas suben de precio a \$ 60.000 la demanda por las mismas disminuirá. Al representar esta situación se obtiene la siguiente gráfica:

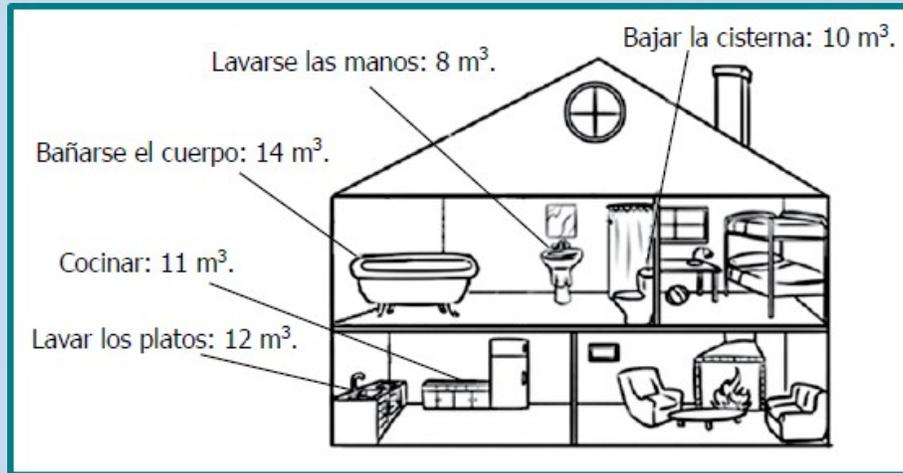


La situación anterior puede generalizarse con la siguiente expresión:

- a. A menor precio, mayor demanda.
- b. A menor precio, mayor oferta.
- c. A mayor oferta, mayor demanda.
- d. A mayor demanda, menor oferta.

18

Recientemente, Ana escuchó una campaña publicitaria sobr/e la importancia de ahorrar agua, por lo que decidió convencer a su familia de hacerlo en casa. Para esto, Ana revisó la cuenta de los servicios y se enteró que en su casa consumen  $55 \text{ m}^3$  de agua al año y que ese consumo anual se divide en las actividades que se muestran en la figura:



Si Ana quiere disminuir el consumo de agua al año, ¿cuál de las siguientes medidas es más efectiva?

- a. Reducir en la mitad el consumo de agua por bajar la cisterna.
- b. Reducir en la mitad el consumo de agua por bañarse el cuerpo.
- c. Reducir en la mitad el consumo de agua por lavar los platos.
- d. Reducir en la mitad el consumo de agua por lavarse las manos.

19 La empresa Las Flores de Mérida quiere comprar una máquina nueva para cortar las flores. Para esto, analiza su presupuesto mensual, el cual se muestra en la tabla.

### Presupuesto de Las Flores de Mérida

<b>Ingresos (\$)</b>	
Venta de rosas	100.000
Venta de tulipanes	250.000
<b>Total</b>	<b>350.000</b>

<b>Gastos (\$)</b>	
Abono	60.000
Tierra y semillas	100.000
Salarios	30.000
Semillas	100.000
Servicios	50.000
<b>Total</b>	<b>340.000</b>

Según el presupuesto, la empresa Las Flores de Mérida:

- a. Debe pedir un préstamo para comprar la máquina, porque gasta más de lo que gana.
- b. Debe pedir un préstamo para comprar la máquina, porque gasta exactamente lo que gana.
- c. Gana más de lo que gasta, por lo que puede ahorrar el excedente para la compra de la máquina.
- d. Gasta más de lo que gana, por lo que puede ahorrar el excedente para la compra de la máquina.

20 Los padres de Teresa cuentan con un presupuesto de \$500.000 para celebr/ar su cumpleaños; le preguntaron que le gustaría y respondió que una fiesta sencilla y que ofrezca comida variada a los invitados. Para la realización del evento hay dos opciones:

Opciones	Alquiler del salón de eventos	Comida y pasabocas	Grupo musical/cantante
1	\$150.000	\$120.000	\$300.000
2	\$200.000	\$80.000	\$220.000

¿Cuál es la mejor forma de usar el dinero para que Teresa disfrute de su fiesta como siempre ha soñado, con el dinero que cuentan sus padres?

- a. Que la fiesta se realice en el lugar 1, con la comida 1 y los músicos 1.
- b. Que la fiesta se realice en el lugar 1, con la comida 1 y los músicos 2.
- c. Que la fiesta se realice en el lugar 2, con la comida 1 y los músicos 2.
- d. Que la fiesta se realice en el lugar 2, con la comida 2 y los músicos 2.