

# EVALUACIÓN DIAGNÓSTICA

## 2º curso de ESO

CURSO 2024-2025

Nombre y apellidos: .....

Centro escolar: .....

Grupo / Aula: .....

Localidad: .....

Fecha: .....

## COMPETENCIA LINGÜÍSTICA EN

# C **CASTELLANO**

# Instrucciones

Vas a realizar una prueba que consta de dos partes:

## 1ª parte - Comprensión lectora

En esta parte vas a leer **tres textos**:

- *Las 5 redes sociales más utilizadas alrededor del mundo.*
- *Un secreto familiar.*
- *Todo lo que necesitas saber para visitar las cuevas de Sara.*

Deberás responder a preguntas sobre lo que has leído. Te encontrarás con **distintos tipos** de preguntas:

- Algunas tendrán cuatro posibles respuestas y, en ellas, tienes que elegir **la correcta y más exacta** rodeando la letra que se encuentre junto a ella. Por ejemplo:

<p><b>¿Cuántos habitantes tiene Pamplona?</b></p> <p>A. Tantos como Barcelona.</p> <p><b>B.</b> Unos 200 000.</p> <p>C. Un millón.</p> <p>D. Varios millones.</p>
---

Si decides cambiar la respuesta, tacha con una **X** tu primera elección y rodea la respuesta correcta:

<p><b>¿Cuántos habitantes tiene Pamplona?</b></p> <p>A. Tantos como Barcelona.</p> <p><b>B.</b> Unos 200 000.</p> <p>C. Un millón.</p> <p><del>A</del> Varios millones.</p>
---

- En otras preguntas tendrás que señalar verdadero (V) o falso (F), relacionar ideas o escribir la respuesta en el espacio señalado con puntos:

<p><b>¿Cuál es la capital de Navarra?.....</b></p>
--

## 2ª parte - Expresión escrita

En esta parte tendrás que escribir un texto que guardará relación con la última comprensión lectora de esta prueba. Debes seguir las instrucciones que se indican; léelas atentamente. Usar el espacio de borrador es obligatorio.



**Tienes 70 minutos para hacer esta prueba.**

# LAS 5 REDES SOCIALES MÁS UTILIZADAS

## ALREDEDOR DEL MUNDO

Las redes sociales han entrado en nuestro día a día de una forma impresionante. Las personas y las empresas necesitan de ellas para interactuar e incluso para incrementar sus ingresos. Por esa razón, es importante que sepas cuáles son las redes sociales más utilizadas del momento, porque te permitirá sacarles el máximo provecho.

Cada sitio tiene unas características específicas que se ajustan a cada persona y empresa. Así que es fundamental que identifiques cuál es la red que más le conviene a tu negocio según tu público objetivo.

### 1ª Facebook

No cabe duda de que la pionera sigue siendo la red social más utilizada. Facebook sigue siendo la más amigable a la hora de crear una nueva cuenta, además de que ofrece muchas opciones para que generes contenido.

Su principal característica es que te permite crear un perfil de empresa al igual que Instagram, -de la que también son propietarios-. Por lo tanto, tienes la posibilidad de darle una imagen y voz a tu marca a través de la creación de contenidos de valor.

Los números indican que es la red que más contraste tiene, puesto que lo usan tanto adultos mayores como jóvenes. En la actualidad, tiene más de 2.450 millones de usuarios activos; así que es una gran ventana para tu negocio.

### 2ª Youtube

Youtube es una plataforma que ha tenido un tremendo crecimiento en los últimos años. Ellos fueron de los primeros que explotaron la era del video, al tiempo que decidieron contribuir económicamente con los creadores de contenido.

En este instante es la segunda red que más crece en cantidad de usuarios, además de estar muy bien valorada en términos económicos. Los jóvenes son los que consumen más contenido, representando el 43% de los que siguen al menos a un *youtuber*.

Tiene 2.000 millones de usuarios y sigue creciendo cada día. Si tu marca está dirigida a jóvenes y tienes contenidos que mostrar, esta es la red ideal para ti. Aquí encontrarás desde marcas gastronómicas hasta seguros de vida, así que no hay límites para explotar esta red social.

### 3ª Instagram

Ahora es el turno de una de las más populares: Instagram. También está muy bien valorada en los jóvenes y tuvo un gran crecimiento en la última década, estando en el selecto grupo de las redes con 1.000 millones de usuarios.

A pesar de que al inicio comenzó solo con contenido fotográfico, en la actualidad ofrece perfiles de empresa, videos cortos, historias y mucho más. Por lo tanto, tú como marca puedes mantener informados a tus seguidores sobre lo que ofrece la empresa en el día a día.

Hay una estadística que demuestra el poder de esta plataforma. Resulta ser que hasta un 21,1% de los encuestados por Metricool han comprado a través de Instagram, lo que refleja el potencial que tiene para vender productos y servicios. (...)

#### **4ª TikTok**

Esta es la red social de moda, algo similar a lo que pasó con Snapchat a mediados de la década pasada. Su funcionamiento es muy sencillo, ya que te permite crear y compartir videos de muy corta duración. Al ser tan simple, cualquier persona puede hacerlo y no hay límites en los temas que pueden promocionarse.

A raíz de ello, las marcas han visto esta característica como una gran oportunidad de negocios. En consecuencia, aquí destacan *influencers* y marcas personales que en poco tiempo ayudan a sus seguidores a hacer algo en específico o dar un *tip* que les servirá para su día a día.

Puedes ir pensando cómo TikTok se ajusta a tu empresa, aunque debes tomar en cuenta que, de los 500 millones de usuarios, el 41% no pasa de 24 años. Aquí podrás brindar asesorías cortas sobre algún problema específico que preocupe a tu cliente objetivo.

#### **5ª LinkedIn**

LinkedIn por su parte no es una red tan popular, pero esto no significa que no sea útil. Se trata de una plataforma que busca conectar a profesionales con otros, así como empresas que busquen contratar a nuevos talentos. Está enfocada principalmente en trabajadores y emprendedores que busquen una nueva oportunidad laboral.

(...) ¿Cómo la puedes aprovechar a tu favor? Si eres una empresa, puedes utilizarla para dar novedades sobre las actividades de la compañía, además de buscar el candidato ideal para ese puesto que tanto necesitas.

### **¿Cómo elegir una red social para tu empresa?**

En la actualidad existen muchas redes sociales en las que hacen vida millones de personas que buscan distraerse y resolver sus problemas... ¿Ya sabes cómo podrías aprovechar esta tendencia para mejorar las ventas de tu empresa?

La realidad es que aquí no importa cuáles son las redes sociales más utilizadas, sino crear contenido en aquella que utilice nuestro cliente objetivo. Sigue estos pasos:

# ¿CÓMO ELEGIR UNA RED SOCIAL PARA TU EMPRESA?

Identifica a tu público objetivo

Evalúa las características de tu producto

Planifica tus contenidos



ThePower business school



<p><b>2.450M</b> DE USUARIOS ACTIVOS/MES</p>	<p><b>2.450M</b> DE USUARIOS ACTIVOS/MES</p>	<p><b>2.000M</b> DE USUARIOS ACTIVOS/MES</p>	<p><b>303M</b> DE USUARIOS ACTIVOS/MES</p>	<p><b>500M</b> DE USUARIOS ACTIVOS/MES</p>
<p><b>96%</b> ACCEDEN POR MOVIL</p>	<p><b>83%</b> CONFIRMAN QUE <b>DESCUBREN</b> <b>NUEVOS</b> PRODUCTOS Y SERVICIOS</p>	<p><b>79% DE LOS USUARIOS</b> DE INTERNET TIENEN CUENTA</p>	<p><b>CADA SESIÓN DURA DE MEDIA</b> <b>06:07</b> min seg</p>	<p><b>#1</b> <b>EN DESCARGAS</b> EN APP STORE</p>
<p><b>65% TIENEN</b> MENOS DE 34 AÑOS</p>	<p><b>71% TIENEN</b> MENOS DE 35 AÑOS</p>	<p><b>CADA DÍA</b> SE VEN 1.000M HORAS DE VIDEO</p>	<p><b>30 MILLONES</b> DE EMPRESAS REGISTRADAS</p>	<p><b>90% TIENEN</b> MENOS DE 34 AÑOS</p>
<p><b>UN USUARIO</b> PASA DE MEDIA <b>58:05</b> min seg <b>AL DÍA</b></p>	<p><b>MEJORES</b> DÍAS PARA PUBLICAR <b>LUNES</b> <b>MÁRTE</b> <b>MIÉRCOLES</b> <b>JUEVES</b> Y <b>VIERNES</b></p>	<p><b>70%</b> ACCEDEN POR MOVIL</p>	<p><b>52% DE LOS</b> <b>USUARIOS</b> CONFIRMAN QUE <b>ES EL CANAL</b> <b>QUE MÁS LES</b> <b>INFLUENCIA</b> EN SU PROCESO DE <b>BUSQUEDA</b></p>	<p><b>UN USUARIO</b> PASA DE MEDIA <b>58:05</b> min seg <b>AL DÍA</b></p>
<p><b>MEJORES</b> DÍAS PARA PUBLICAR <b>MÁRTE</b> <b>MIÉRCOLES</b> <b>JUEVES</b> Y <b>VIERNES</b></p>	<p><b>MEJORES</b> DÍAS PARA PUBLICAR <b>LUNES</b> <b>MÁRTE</b> <b>MIÉRCOLES</b> <b>JUEVES</b> Y <b>VIERNES</b></p>	<p><b>CADA MINUTO</b> <b>SE SUBEN</b> <b>500H DE VIDEO</b></p>	<p><b>MEJORES</b> DÍAS PARA PUBLICAR <b>MÁRTE</b> <b>MIÉRCOLES</b> <b>JUEVES</b></p>	<p><b>MEJOR</b> HORARIO PARA PUBLICAR ENTRE LAS <b>20:00 Y</b> <b>LAS 24:00</b></p>

ThePower MBA

Infografía: <https://images.app.goo.gl/NVJn78b1jQ9UdwRMA>. (Adaptado)

Texto: adaptación de <https://www.thepowermba.com/es/blog/las-5-redes-sociales-mas-utilizadas-alrededor-del-mundo>

**1. Facebook fue la primera red social en estar disponible, ¿qué palabra del texto nos lo indica?**

.....

**2. Según el texto, ¿qué red social es ideal para mostrar contenido dirigido a jóvenes?**

- A. Facebook.
- B. Tiktok.
- C. Instagram.
- D. Youtube.

**3. ¿Cuál es la característica principal de TikTok?**

- A. Tiene un fácil manejo.
- B. Permite crear perfiles de empresa.
- C. Ofrece videos sobre oportunidades de negocios.
- D. Permite destacar a los *influencers*.

**4. ¿A quién está dirigido este texto?**

.....

**5. Según el texto, ¿qué aspecto debe prevalecer a la hora de elegir una red social para un negocio?**

- A. Que sea la que tenga más usuarios activos.
- B. Que permita crear contenido para todos los públicos.
- C. Que sea la más utilizada por el cliente objetivo del negocio.
- D. Que sea la que más se ajusta al tipo de producto.

**6. ¿Cuál es la intención del emisor al escribir este texto?**

- A. Convencer al lector de que use las Redes Sociales.
- B. Aconsejar sobre los distintos usos empresariales de las Redes Sociales.
- C. Informar sobre los distintos usos de las Redes Sociales.
- D. Describir los hábitos que comparten los usuarios de Redes Sociales.

7. En el texto se utiliza la segunda persona del singular porque...

- A. ... es un texto un tanto coloquial.
- B. ... es el lenguaje apropiado para llegar mejor al lector.
- C. ... es el lenguaje típico de las redes sociales.
- D. ... es un texto dirigido a una persona en concreto.

8. Indica si son verdaderas o falsas las siguientes afirmaciones según el texto:

	V	F
A. Todas las redes sociales son igual de útiles para cualquier negocio.		
B. Instagram y Facebook pertenecen a la misma empresa.		
C. Todas las Redes Sociales del texto sirven para promocionar un producto.		
D. Lo más importante a la hora de elegir red social es el número de usuarios.		

9. La tabla del final nos da diferente información sobre alguna o sobre las cinco redes sociales; indica con una X sobre qué Red Social obtenemos cada información gracias a la tabla, tal y como ves en el ejemplo que está hecho:

Información sobre....	F 	I 	Y 	L 	T 
<b>Ejemplo.</b> Tiempo de media que se pasa en la red social.	X				X
A. Soporte por el que se accede a la aplicación.					
B. Los mejores días para publicar contenido.					
C. Millones de usuarios al mes.					
D. Edad media de los usuarios.					

**10. ¿Tiene interés la tabla del final con respecto al texto?**

- A. No, porque la tabla simplemente destaca lo más importante del texto.
- B. Sí, porque hablan sobre el mismo tema, las redes sociales.
- C. No, porque el texto explica y la tabla solo da datos numéricos.
- D. Sí, porque la tabla complementa la información que da el texto.

**Fin de las preguntas del texto 1**

## UN SECRETO FAMILIAR

Era hija de un confitero famoso en todo el país, y estaba acostumbrada a toda clase de exquisiteces, pero nunca había olido, y no digamos probado, un aroma así de perturbador.

Como hipnotizada, recitó los ingredientes uno tras otro, repitió con devoción la cantidad de cada uno, sintiendo que la boca se le hacía agua. Luego, su padre le pidió que anotara con toda exactitud todo cuanto había oído, los ingredientes, el tiempo de preparación y —muy importante— la dosificación exacta. Le puso encima de la mesa un papel y un lápiz y ella anotó en limpio, con su mejor caligrafía, el secreto de su padre; tuvo que concentrarse mucho, a causa del aroma embriagador que llenaba la estancia.

Luego su padre le dio una fina tacita, ligera como una pluma, que contenía un líquido negro y espeso que ella empezó a degustar con una cucharilla de plata. Su paladar despertó a increíbles alegrías, su mente se entusiasmó con el sabor, su lengua quedó aturdida. Probó, cucharada a cucharada, y durante unos minutos olvidó el mundo a su alrededor.

- ¿Qué era eso, por el amor de Dios? —preguntó, después de lamer la taza como un gato hambriento y dejarla con todo cuidado—. ¿Y por qué no nos lo has enseñado nunca?
- Porque es una receta secreta. Mezclo una pequeña dosis de mi secreto en todos nuestros productos, pero en su origen la receta se creó para este chocolate caliente que acabas de tomar. Sin embargo... —se detuvo y miró fijamente a su hija—. Es peligrosa —se detuvo otra vez, buscando las palabras adecuadas para describir algo que no podía describirse con palabras.
- ¿Qué quieres decir con peligrosa? —preguntó Stasia, todavía con el enigmático sentimiento que el sabor del chocolate la había dejado prendido en el pecho.
- Tienes que creer lo que te diga, Stasia, hija mía, aunque pueda parecerte extraño que te lo diga ahora, tienes que confiar en mi palabra, ¡prométemelo!
- Pero, padre...
- ¡Prométemelo!
- Está bien, te lo prometo. Naturalmente que te lo prometo.
- Mucho bien puede provocar mucho mal. Y he visto a una persona que probó este chocolate y luego quiso más y más. Pero la codicia combinada con el placer puede ser fatal. ¡No olvides esto!
- ¡Por supuesto que se quiere más, es pecaminosamente exquisito!
- No, no lo comprendes. Este chocolate solo puede consumirse en pequeñas dosis, una cantidad muy pequeña de los ingredientes puede hacer de cualquier producto con chocolate un auténtico placer, pero su forma pura, en esta forma, Stasia, puede causar una desgracia.

Stasia, que no acostumbraba a oír hablar así a su padre, a la solemnidad con la que dijo aquellas palabras, estaba asombrada, pero trató de que no se le notara, y adoptó una expresión lo más seria posible.

- Tienes que prometerme, por lo que te resulte más sagrado, que guardarás este valioso secreto como la niña de tus ojos. Esta receta nunca debe salir de la familia. Nunca debe ser utilizada por un extraño. Nunca debes emplearla de manera frívola, ni prepararla para

ninguna ocasión festiva. Debe ser siempre algo especial, singular. A lo largo de todos estos años, habría podido ganar mucho dinero si hubiera vendido este chocolate, pero he decidido no hacerlo.

- Pero, ¿por qué yo? ¿Por qué me das la receta a mí?
- Porque cuando naciste, en memoria de tu madre, juré que un día heredarías el secreto, y...
- ¿Y?
- Porque sobreviviste a la desgracia y, me parece... —no terminó la frase. Stasia no acababa de entenderlo, pero no se atrevía a preguntar. Su cabeza estaba ocupada en otras cosas y no en la desgracia que su padre imaginaba y que se suponía que ese celestial chocolate podía causar.
- Pero hay veces...
- Sí, hay veces. Pero ten cuidado de que esas veces sean pocas y sus motivos especiales.

Aquella noche Stasia juró aprenderse la receta de memoria y destruir la nota. Y cuando volvió a estar en su cama y evocó el sabor con todos los sentidos, tuvo la certeza de que con ese secreto se podían curar heridas, evitar catástrofes y deparar la felicidad.

Pero en eso se iba a equivocar.

Extraído de *La octava vida*, de Nino Haratischwili.

**11. ¿Cómo se sintió Stasia al probar el chocolate caliente por primera vez?**

- A. Extrañada.
- B. Asustada.
- C. Maravillada.
- D. Indiferente.

**12. En el tercer párrafo encontramos las siguientes expresiones: “su paladar despertó”, “su mente se entusiasmó” y “su lengua quedó aturdida”.**

**Se trata de expresiones que...**

- A. ... describen la realidad de forma literal.
- B. ... buscan deformar la realidad.
- C. ... tratan diferentes partes del cuerpo como personas.
- D. ... podemos considerar metáforas.

**13. ¿Qué expresión del texto define que algo, de tan bueno, es malo?**

- A. “Aroma así de perturbador”.
- B. “Codicia combinada con placer”.
- C. “La boca se le hacía agua”.
- D. “Pecaminosamente exquisito”.

**14. ¿Qué se deduce del texto sobre la madre de Stasia?**

.....

**15. ¿Qué lección importante crees que Stasia aprendió al escuchar las advertencias de su padre sobre el chocolate?**

- A. La importancia de disfrutar de los pequeños placeres de la vida.
- B. La necesidad de valorar la moderación y el equilibrio.
- C. La necesidad de mantener las promesas en la vida.
- D. La importancia de seguir las tradiciones familiares.

**16. ¿Por qué Stasia jura destruir el papel en el que había anotado la receta?**

- A. Porque comprendió la importancia de que nadie más tuviera la receta secreta.
- B. Porque siempre hacía lo que su padre le pedía.
- C. Porque quería olvidarse de la receta para evitar la desgracia.
- D. Porque pensó que nunca llegaría el momento especial de hacer esa receta.

**17. ¿Cómo parece que afectará el conocimiento de la receta del chocolate a Stasia en el futuro?**

- A. Le permitirá conocer el auténtico placer.
- B. Le permitirá evitar catástrofes y conocer la felicidad.
- C. Le traerá complicaciones y responsabilidades adicionales.
- D. Le garantizará un futuro exitoso en la industria alimentaria.

**18. ¿Qué mensaje crees que la autora del texto intenta transmitir a través de la historia de Stasia y el chocolate?**

- A. Que es importante perseguir la felicidad, aunque arriesgues.
- B. Que la codicia es peligrosa.
- C. Que los secretos familiares deben pervivir.
- D. Que los secretos pueden causar la desgracia.

**Fin de las preguntas del texto 2**



## TODO LO QUE NECESITA SABER PARA VISITAR LAS CUEVAS DE SARA

UNA VISITA ATEMPORAL, EN UN ENTORNO NATURAL PRESERVADO

Al pie de la Rhune y a 15 km de San Juan de Luz.

A través de una visita guiada de 45 minutos a las profundidades de la tierra, descubra esta curiosidad geológica esculpida por el agua y sienta el vínculo que ha unido al hombre y la naturaleza durante miles de años.

### ACCESO A LAS CUEVAS

**En coche:** desde la autopista A63, coger la salida SAN JUAN DE LUZ Norte, BIARRITZ o BAYONNE y seguir dirección SARE y GROTTES DE SARE - SARA KO LEZEAK.

**En autobús:** línea San Juan de Luz - Cuevas de Sara con Txik Txak.

### INFORMACIÓN ÚTIL:

- El número de plazas por visita es limitado. Por ello, **es necesaria la reserva previa de las entradas** (ver el procedimiento al final de la página).
- 3 aparcamientos gratuitos acogen vehículos y caravanas.
- Dentro de la cueva, no aceptamos animales, cochecitos, ni la toma de fotos o vídeos. No se permiten mascotas en el bar.
- Tiene a su disposición un bar (abierto todo el año), un restaurante (julio/agosto), un área de picnic y una tienda de recuerdos.
- Para aquellos que no pueden reservar una visita en su propio idioma, puede descargarse gratuitamente en el teléfono una audio guía de traducción.
- La visita se realiza a cubierto y a 14°.

LAS CUEVAS DE SARA TAMBIÉN SON:



Un paraje natural protegido y organizado, con un parque megalítico, un área de picnic y un café/bar.



Una visita guiada con sonido y luces acompañada por uno de nuestros apasionados guías.



Una gruta preservada: los animales y la toma de fotos no están permitidos en la cueva para minimizar las perturbaciones en la fauna y la flora del sitio.

### HORARIOS DE VISITA 2023:

- **Del 6 de febrero al 31 de marzo:**  
De lunes a viernes de 14:00 a 17:00.  
Sábados y domingos de 13:00 a 17:00.
- **Del 1 de abril al 30 de septiembre:**  
Todos los días de 10:00 a 18:00.
- **Del 1 de octubre al 5 de noviembre:**  
Todos los días de 10:00 a 17:00.
- **Del 6 de noviembre al 30 de diciembre:**  
De lunes a viernes de 14:00 a 17:00.  
Sábados y domingos de 13:00 a 17:00.

Cerrado el 24 y 25 de diciembre

### PRECIOS 2023:

- **Adulto: 10€**
- **Niño (5-13 años incluido): 6€**
- **Adolescente (14-17 años incluido) y estudiante: 8,5€**
- **Discapacitado: 6,5€** (contáctenos con anticipación)
- **Familia (2 adultos y 3 niños): 32€**

Tarifas reducidas y jornadas temáticas para grupos (a partir de 15 personas). Consultar nuestro sitio web.



### COMPRE SUS ENTRADAS CON ANTICIPACIÓN

La reserva previa es **obligatoria** y puede hacerse hasta la víspera de su visita



EN LÍNEA, desde el sitio web de las cuevas de Sara: <https://reservation.grottesdesare.fr> o DESDE LAS OFICINAS de turismo\* del País Vasco.

#### ¿CÓMO SE HACE ESO?

1. Reserve en línea y elija su día y hora de visita.
2. Vaya a las cuevas 30 minutos antes de su hora de visita y presente su confirmación en la taquilla.
3. A cambio recibirá un billete «Cuevas de Sara» que le permitirá acceder a su visita guiada. ¡Eso es todo!



\* Oficinas de turismo de: Saint-Jean-de-Luz, Urrugne, Ciboure, Guethary, Arcangues, Espelette, Sare, Ascain, Saint-Pée-sur-Nivelle, Ainhoa, Hasparren, Bidache, La Bastide Clairence, Urt, Saint Etienne de Baigorry, Saint Jean Pied de Port, Saint Palais, Tardets-Sorholus, Mauléon-Licharre

**19. ¿Por qué dice el texto que se trata de una visita atemporal?**

- A. Porque se puede visitar en cualquier momento del año.
- B. Porque se trata de un entorno que apenas ha sufrido transformaciones.
- C. Porque las cuevas se han visitado desde que se tiene constancia.
- D. Porque la temperatura es constante, 14 grados.

**20. Según el texto, ¿qué elemento de la naturaleza ha conformado la formación geológica de las cuevas de Sara?**

.....

**21. ¿Para qué es necesario acudir a la taquilla antes de la visita?**

- A. Para elegir día y hora de la visita.
- B. Para realizar la reserva.
- C. Para comprar la entrada.
- D. Para confirmar la reserva.

**22. ¿Por qué se afirma en el texto que se trata de un entorno preservado?**

- A. Porque está muy bien organizado y cuenta con zona de picnic, entre otros servicios.
- B. Porque al estar en las profundidades de la tierra se ha mantenido completamente intacto durante miles de años.
- C. Porque se intenta proteger de agentes externos que puedan impactar negativamente en el entorno.
- D. Porque ha favorecido el vínculo entre el hombre y la naturaleza.

**23. Indica si son verdaderas o falsas las siguientes afirmaciones según el texto:**

	V	F
A. Hay posibilidad de reservar todas las plazas que se quiera.		
B. En el interior de la cueva no se pueden realizar fotos ni vídeos.		
C. Se puede realizar una reserva el mismo día de la visita.		
D. El acceso a las cuevas está adaptado a personas con movilidad reducida.		

**Fin de las preguntas del texto 3**

# 2ª parte - Expresión escrita

- 24.** Imagina que a final de curso quieres visitar las cuevas de Sara con tus compañeros y compañeras de clase, pero la página web no funciona correctamente y solo encuentras un mail de contacto. Escribe un correo electrónico de unas 150 palabras (15 líneas aproximadamente) para pedir información y poder organizar vuestra visita.

Pautas obligatorias:

- Escribe el **asunto** del correo.
- Comienza con un **saludo** y **preséntate a ti mismo y a tu grupo**.
- Explica el **motivo** de tu correo.
- **Pide información** sobre horarios, precio de la entrada y servicios complementarios que se ajusten a vuestra visita.
- **Pregunta por las condiciones de accesibilidad de la visita** para un compañero que va en silla de ruedas.
- **Despídete** de manera formal.
- Utiliza un lenguaje formal.

Recuerda seguir el correcto proceso para la elaboración de un texto:

1. Planteamiento inicial: elección y organización de las ideas (obligatorio).
2. Redacción de un borrador (obligatorio), para así poder releerlo y corregirlo en el texto definitivo.
3. Elaboración del texto definitivo en las líneas de puntos (obligatorio).

1. **Espacio para anotar ideas iniciales:**

**2. Espacio para el borrador:**

A large, empty rectangular box with a thin blue border, occupying most of the page. It is intended for a draft or sketch.

- No olvides:**
- Los márgenes y la letra.
  - La ortografía.
  - Los signos de puntuación.
  - Dividirlo en párrafos.

**3. Texto definitivo:**

Mensaje nuevo



[info@cuevasdesara.com](mailto:info@cuevasdesara.com)

Asunto

Area de redacción con líneas horizontales para escribir el contenido del correo.



**Tabla de puntuaciones a completar  
por el profesorado corrector**

Parte	Criterio	0	0,5	1
PLAN	1. Empleo eficaz del espacio para ideas y borrador.			
	2. <b>Presentación.</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Letra clara, sin torcerse, impresión general de limpieza, respeto de márgenes y espacio entre párrafos.</li> <li>▪ Extensión mínima de 12 líneas o 120 palabras.</li> </ul>			
CORRECCIÓN	3. <b>Ortografía (máximo, 1 punto; mínimo, 0 puntos).</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ -0,2 por fallos ortográficos;</li> <li>▪ -0,1 por fallos de tildes.</li> </ul>			
	4. <b>Corrección gramatical.</b>			
ADECUACIÓN Y COHERENCIA	5. <b>Coherencia:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Progresión temática, información relevante.</li> <li>▪ Estructura externa propia de un correo electrónico.</li> </ul> <p>*Si el texto no llega a las 15 líneas o 150 palabras no se valorará este apartado.</p>			
	6. <b>Adecuación:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Utiliza un registro formal, el asunto es sintético y apropiado al propósito del texto.</li> <li>▪ Riqueza léxica.</li> </ul> <p>*Si el texto no llega a las 15 líneas o 150 palabras no se valorará este apartado.</p>			
	7. <b>Consignas establecidas I.</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Se presenta e identifica correctamente a él/ella mismo/a y a su grupo. <b>0,5 puntos.</b></li> <li>▪ Explica con claridad y precisión el motivo de su correo. <b>0,5 puntos.</b></li> </ul>			
	8. <b>Consignas establecidas II.</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Solicita correctamente la información que necesita acorde a las características y fecha de su visita. <b>0,5 puntos.</b></li> <li>▪ Pregunta de manera clara y eficaz por las condiciones de la visita para un compañero en silla de ruedas. <b>0,5 puntos.</b></li> </ul>			
COHESIÓN	9. <b>Conexión y mecanismos de cohesión que mantengan la unidad del texto.</b> <p>*Si el texto no llega a las 15 líneas o 150 palabras no se valorará este apartado.</p>			
	10. <b>Puntuación (máximo, 1 punto; mínimo, 0 puntos).</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ -0,2 por errores en puntos.</li> <li>▪ -0,1 por errores en comas, puntos y comas o dos puntos.</li> </ul>			
<b>Ítem 24-Total:</b>			<b>/10</b>	

❖ Es recomendable consultar el cuadernillo de corrección.