

SUPERVISOR'S USE ONLY

S

93007



Draw a cross through the box (X) if you have NOT written in this booklet

☐

+



Mana Tohu Mātauranga o Aotearoa
New Zealand Qualifications Authority

Scholarship 2024 Spanish

Time allowed: Three hours
Total score: 24

Check that the National Student Number (NSN) on your admission slip is the same as the number at the top of this page.

There are two sections in this examination:

- Writing – Questions One and Two
- Speaking – Question Three

The writing section takes place during the first two hours of the examination. Answer Questions One and Two in this booklet.

The speaking section takes place in the third hour of the examination. The supervisor will let you know when you are to go to the recording room, where you will receive Question Three.

If you need more room for your answer to Question One or Question Two, use the extra space provided at the back of this booklet.

Check that this booklet has pages 2–12 in the correct order and that none of these pages is blank.

Do not write in the margins (XXXX). This area will be cut off when the booklet is marked.

YOU MUST HAND THIS BOOKLET TO THE SUPERVISOR AT THE END OF THE EXAMINATION.

Question	Score
ONE	
TWO	
THREE	
TOTAL	

ASSESSOR'S USE ONLY

LISTENING PASSAGE: *El poder del optimismo: Mirando el lado positivo de la vida*
(The power of optimism: Looking at the positive side of life)

Listen to a podcast about the power of optimism.

Refer to the podcast in your answer to Question One on page 3.

You will hear the passage three times:

- The first time, you will hear it as a whole.
- The second and third times, you will hear it in sections, with a pause after each.
- As you listen, you may make notes in the space provided.

LISTENING NOTES

Respond in Spanish, and refer to the podcast to support and justify your arguments.

Lined writing area with horizontal lines.

READING TEXT: *El mundo de la belleza – un mundo cambiante*
(The world of beauty – a changing world)

Read the following article and refer to it in your answer to Question Two on page 7.


El mundo de la belleza – un mundo cambiante

Allí se quedaron los días en los que uno de los atributos más importantes de la mujer, aún la madre, era la belleza, y el del hombre, la masculinidad o la fuerza o la inteligencia. En el siglo XXI muchas cosas están cambiando, y entre ellas están los conceptos de qué es importante en las personas y qué define a los géneros.

Una de las cosas que han cambiado mucho durante los últimos 10 o 15 años es el maquillaje y los productos de belleza en general. No solamente es diferente la cantidad de maquillaje a la que se puede acceder hoy en día, sino dicho mercado en sí. Hace unos 20 o 30 años eran prácticamente sólo las chicas y las mujeres las que llevaban maquillaje diariamente, pero esto ha cambiado drásticamente en la última década. Ahora es mucho más común ver a cualquier persona, sea del género que sea, llevando maquillaje. De hecho, según la página web Explodingtopics.com, la industria de la belleza genera más de cien mil millones de dólares de beneficios al año en el mundo y el mercado de cuidado personal masculino tiene una proyección de llegar a los 276.900 millones para el 2030. En el 2021 el norte de Asia representó un 35% del mercado global, Norteamérica un 26% y Europa un 22%. Según esta misma página web, la mujer media gasta 3.756 dólares al año en productos de belleza, como cortes de pelo, maquillaje y productos para la piel, mientras que los hombres gastan una media de 2.928 dólares al año.

Muchos pueden decir que la razón por la que este cambio está sucediendo es porque las grandes empresas se están gastando cantidades increíbles en publicidad para convencer a los hombres de que necesitan estas cosas. Se cree que, en el 2022, dichas empresas invirtieron 7.700 millones de dólares en publicidad. Hay que notar que 4 de cada 5 personas que usan productos de belleza usa también Instagram diariamente y dos de cada tres personas dice que se guían por los influencers para descubrir nuevos productos de belleza. Está claro que los jóvenes son el objetivo de las grandes empresas. Hay definitivamente una conexión fuerte entre los datos.

Aunque el mundo está cambiando, parece ser que solo las generaciones Y, Z y alfa son las que se han apuntado a este cambio. En realidad, todo se reduce a lo que cada uno de nosotros piensa que es importante. Porque cuando una persona dice “no me maquillo para nadie, me maquillo para mí, para sentirme bien”, al fin y al cabo, lo que está diciendo, es que, para sentirse bien, hay que lucir bien.



“Manscaped” la marca de productos de belleza para hombre
ha aumentado un 506% en los últimos 5 años.

Respond in English or te reo Māori, and refer to the article to support and justify your arguments.

Lined writing area with horizontal lines.

Extra space if required.
Write the question number(s) if applicable.

[illegible]

Extra space if required.
Write the question number(s) if applicable.

[illegible]

Acknowledgements

Material from the following source has been adapted for use in this assessment:

Page 6

<https://explodingtopics.com/blog/beauty-industry-stats>