

# UNIDAD 2 - Ficha 7

## ¿Qué compramos?



## UNIDAD 2 - Ficha 8

### Argumentos

#### Argumentos

- 
1. **No sé, pero yo creo que** los precios de las tiendas pequeñas y mercados no pueden competir con las ofertas de los grandes supermercados, y eso me parece mal.
  2. **No sé, pero** el ritmo de vida de los usuarios influye: tienen menos tiempo y el horario de los supermercados es más amplio.
  3. Internet ha facilitado otro tipo de compra más cómoda y casi de igual calidad.
  4. Creo que las pequeñas tiendas ofrecen un servicio más personal y familiar, los comerciantes pueden recomendarte.
  5. Los dueños de las pequeñas tiendas compran también los productos: eligen los más frescos y los de mejor calidad.
  6. Los mercados son parte de la vida de los españoles: hacer la compra es encontrarse con vecinos, saludar al dependiente...

#### Contraargumentos

- a. Los tiempos cambian. Además, para eso tenemos a los amigos.
- b. **Sí, puede ser, pero** no todo el mundo sabe utilizar Internet, y hay pueblos donde no hay.
- c. **Sí, es verdad, pero** yo lo que quiero es comprar más barato.
- d. Las pequeñas tiendas cierran a las 20.00 ó 20.30, los supermercados a las 21.00, ¿hay mucha diferencia?
- e. No todos los consumidores tienen dinero para comprar productos de excelente calidad.
- f. No siempre, depende de la personalidad del dependiente. Hay algunos que lo que quieren únicamente es vender.

## UNIDAD 2 - Ficha 9

### Tiendas



1. Lee el siguiente texto relacionado con los establecimientos de la actividad 3.1.1. (tiendas de barrio, supermercados, hipermercados y tiendas de inmigrantes) y relaciona las palabras de la izquierda con su sinónimo.

1. desaparecer
2. establecimiento
3. próximo
4. consumidor
5. éxito

- a. cercano
- b. cliente
- c. tienda
- d. dejar de existir
- e. resultado bueno y positivo



En los últimos años han desaparecido en España casi 9000 tiendas de barrio. Si este ritmo continúa, dentro de veinte años no va a haber ninguna tienda pequeña, a excepción de las tiendas de los inmigrantes.

Por cada cinco establecimientos pequeños que cierran, se abre un supermercado. El éxito de los supermercados es que ofrecen precios muy baratos y una oferta variada y de calidad.

Los hipermercados tienen las mismas características que los supermercados, pero no están tan próximos al consumidor y pocos consumidores quieren coger el coche para ir a comprar.



2. Vuelve a leer el texto y elige, de cada grupo, la frase correcta.

**A**

1. Dentro de veinte años las tiendas de inmigrantes van a desaparecer.
2. En el futuro no va a haber tiendas de barrio.

**B**

1. Cada vez que cinco tiendas pequeñas cierran, se abre un supermercado.
2. Las tiendas pequeñas abren porque se cierra un supermercado.

**C**

1. Los hipermercados tienen menos clientes, porque están situados más lejos que los supermercados.
2. Los supermercados y los hipermercados tienen las mismas características, pero los supermercados están situados más cerca del consumidor.

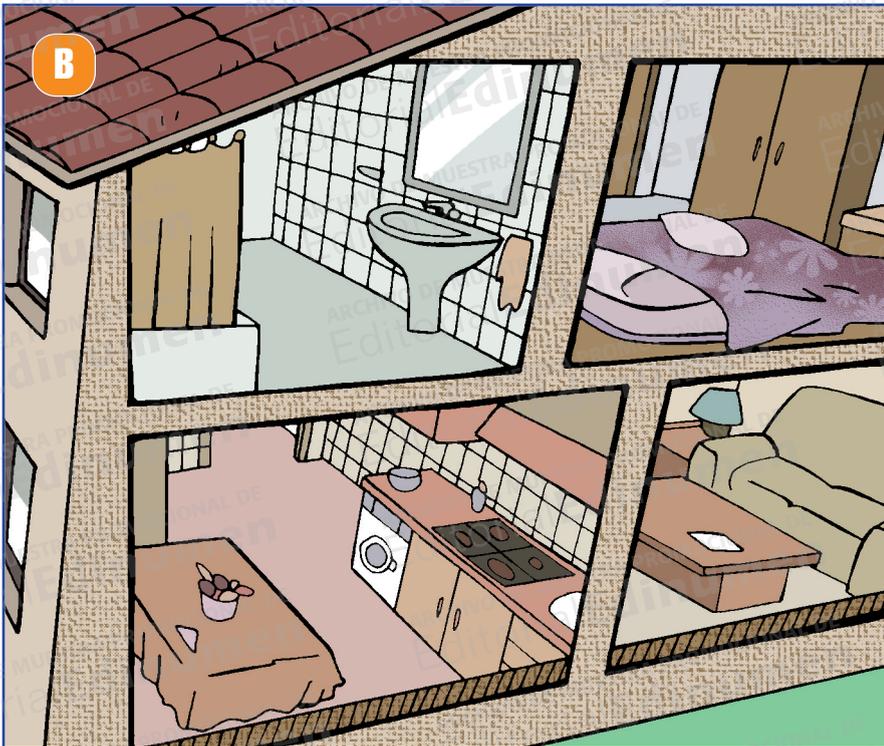
# UNIDAD 3 - Ficha 10

## Casas y familias



### Familia Gómez

1



### Familia Salcillo

2

