

## Comprensión lectora: Lee el texto y coloca en su lugar los fragmentos extraídos.

### Comercio electrónico en España.

Añora (Córdoba, 1563 habitantes) fue el pueblo que proporcionalmente más compró a través de [Amazon](#) en España en 2014: un 80% de los habitantes realizó algún pedido durante ese año. Aunque Amazon ha hecho un análisis exhaustivo de sus datos, después de hablar con algunos vecinos y de acompañar a la empleada de Correos en su reparto diario, 1 \_\_\_\_\_ . ¿A qué se debe la atracción de Añora por el comercio electrónico?

Según Eulalio Fernández, de la Universidad de Córdoba, hay tres posibles causas: el alto número de titulados superiores de entre 35 y 50, que viven y trabajan en la zona, o que van en vacaciones; el peso del sector ganadero 2 \_\_\_\_\_ y su entorno rural, que obliga a desplazarse o a comprar *online*. Además, el pueblo está bien comunicado y tiene una cobertura de Internet razonablemente buena.

Uno de los mantras más repetidos durante los primeros años del desarrollo de Internet, a finales de los noventa, era que la geografía había muerto. Quince años después, el contexto físico sigue importando, pero al mismo tiempo las nuevas tecnologías, y el comercio electrónico se han convertido en una ayuda esencial.

De todas formas, las transacciones electrónicas sobre el total de ventas al por menor representan todavía una parte muy pequeña en España (alrededor del 3% frente al 10% de Reino Unido y el 8% en Alemania), pero la tendencia es prometedora, con ritmos de crecimiento anual del 25% en el mercado español. Muchas empresas de este negocio están convencidas de que la entrada de clientes de entornos rurales va a ser el detonante de una verdadera eclosión del comercio electrónico. El año pasado, las ventas de Amazon.es a clientes residentes en pueblos de menos de 100 habitantes crecieron un 4.300%; entre 100 y 1.000, un 495%, y entre 1.000 y 10.000, un 363%.

Lo importante es acercar el producto al cliente, hasta en drones, si fuese necesario. Correos ha comenzado a realizar pruebas de reparto a través de vehículos aéreos no tripulados para garantizar envíos a zonas de difícil acceso (como pueblos que quedan incomunicados en invierno) o en emergencias. Otros operadores postales públicos como La Poste y Swiss Post, y empresas privadas como Amazon y DHL, también están probando la viabilidad de estos aparatos en el servicio de reparto de paquetería. Cualquier cosa puede venderse en los pueblos. Un ejemplo claro es Estados Unidos, 3 \_\_\_\_\_ gracias a una cultura arraigada de venta por catálogo.

Para entusiastas como Rafael Gil resulta fácil defender las virtudes de la tecnología. Como empleado del Centro Andaluz de Desarrollo Empresarial en Añora, que se dedica a asesorar a futuros emprendedores y apoyar a los negocios ya existentes, opina que el sector agroalimentario de la zona tiene “un potencial enorme” para el comercio electrónico.

Acaba de hablar con unas empresarias de la zona “que elaboran un queso de oveja excelente” y están explorando la posibilidad de venderlo en la Red. El comercio electrónico genera además suspicacias entre algunos pequeños negocios que ven cómo los gigantes online acceden a su clientela (algo de ese recelo se aprecia en Añora y la

comarca). Su mejor plan de contraataque es

4 \_\_\_\_\_, el digital, cada vez más poderoso.

Un ejemplo es el de la familia Serra. Desde Corbera, una localidad agrícola de 3.233 habitantes de Valencia, su empresa vende naranjas por toda Europa a través de LaMejorNaranja.com. “Cuando empezamos hace 14 años se reían de nosotros”, recuerda su hijo Luis, que propuso a su padre la idea de “hacer algo” en la Red tras estudiar dos años en Estados Unidos. Sin embargo, fue el padre quien, 5 \_\_\_\_\_, apostó por la idea de cultivar y vender naranjas al cliente final, sin pasar por intermediarios.

La venta directa a través de la Red permite a los agricultores tener un mayor control sobre sus cuentas. Este ha sido el caso del negocio de los Serra: da para mantener a toda la familia y emplear a 30 personas. “Lo difícil en Internet es conseguir que la gente dé contigo”, explica Luis hijo. El boca a boca funciona, pero también estrategias de marketing como regalar bolsitas de mandarinas y repartirlas ellos mismos, como hicieron en Madrid en sus inicios. Sus mercados: España, Francia, Bélgica, Reino Unido, entre otros. En total, unas 30.000 familias han hecho un pedido. Cada día salen del campo entre 150 y 200 cajas (todas de madera) de naranjas.

Los enormes avances en los sistemas de logística y la reducción extraordinaria de los costes en los envíos en 24 horas 6 \_\_\_\_\_. “Los gastos llegaban a los 30 euros hace unos 15 años; ahora rondan los siete u ocho euros”, recuerda Pilar Sánchez, esposa de Luis hijo.

[http://elpais.com/elpais/2016/03/10/eps/1457628545\\_166133.html](http://elpais.com/elpais/2016/03/10/eps/1457628545_166133.html)

**Fragmentos:**

- a) han sido dos de los grandes determinantes del ascenso del comercio electrónico
- b) aceptar los cambios y hacer el máximo esfuerzo para tener presencia en el otro mundo
- c) está claro que a esta localidad llegan productos de muchas más firmas *online*
- d) sin tener conocimientos de Internet
- e) comprar en Internet ya no es algo propio de jóvenes que residen en las ciudades
- f) donde el comercio electrónico ha despegado con fuerza en las poblaciones alejadas de las ciudades
- g) (garantiza poder adquisitivo y empleo y ha frenado la despoblación),
- h) los mayores plazos de entrega (suelen tardar varias semanas) le desaniman

\*\* Hay dos fragmentos que no tienes que colocar.