## MODA Y CALZADO DE ALICANTE VENDEN MÁS ‘ONLINE’

## EN UN DÍA QUE EN 7 DE REBAJAS

## Las facturaciones online han crecido más del 50% anual en detrimento de las tiendas



*Almacén de Amazon en San Fernando de Henares (Madrid)/ GORKA LEARCEGI*

Un balance1 efectuado por la consultora de comercio electrónico [*3dids.com*](http://3dids.com/), basado en los datos de once grandes tiendas *online* de marcas de moda y calzado, señala que durante la jornada del llamado *Black Friday* (“viernes negro” en español), el pasado 27 de noviembre, en el sector textil se triplicaron las cantidades vendidas respecto al pasado año, y en el calzado el número de transacciones se multiplicó por seis.

Se vendió en un solo día más que en una semana de rebajas de enero, que era el periodo de mayores ventas tradicionalmente en España. Firmas de calzado que venden una media de 30 pares2 diarios, superaron los 600 pares en la jornada del [Black Friday](http://elpais.com/elpais/2015/11/27/album/1448613968_899414.html#1448613968_899414_1448614112).

Los descuentos ofrecidos por las tiendas virtuales oscilaron entre el 20% y el 40% del precio habitual en los productos de nueva colección y llegaron hasta el 70% en artículos de colecciones anteriores.

La consultora señala que unas 50 empresas del sector de las más de 270 que hay en la provincia de Alicante cuentan con una web corporativas con plena accesibilidad desde cualquier tipo de dispositivo (PC, Tablet, Smartphone…) y una tienda *online* competitiva.

Las ventas *online* han supuesto4 para el conjunto de ellas una fórmula adecuada para capear4 los peores momentos de la crisis, pues en casi todas las empresas han llegado a facturar más del 10% del total de sus ventas por esta vía, frente al 2% de la media del sector en España, incluyendo a los grandes gigantes de la moda.

www. El País.com

**Vocabulario:**

* 1. Balance : bilan
* 2. Pares : une paire
* 3. Han supuesto: ont représenté
* 4. Capear: surmonter

**Orientaciones para el comentario**:

1. Presentar e identificar el documento.
2. ¿Qué es la venta “on line”?
3. ¿Qué ventajas tiene la venta “on line” con respecto a las rebajas tradicionales”?
4. Y tú, ¿cómo comprarías?