VALORES GALLEGOS (%)

▼	ADOLFO DOMÍNGUEZ	7,000	-0,85
▼	ENCE	3,394	-0,59
▼	GRUPO SAN JOSÉ	7,8200	-3,22
▼	INDITEX	26,380	-2,44
▲	PESCANOVA	0,513	12,75
▼	PHARMAMAR	1,538	-2,78

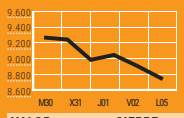
DIVISAS (€)

DÓLAR EEUU	1,12055
LIBRA ESTERLINA	0,922416
FRANCO SUIZO	1,09054
YEN JAPONÉS	118,890
BOLÍVAR VENEZOLANO	11,1923
PESO ARGENTINO	50,9956
REAL BRASILEÑO	4,43036

IBEX 35

La Bolsa española perdió ayer un 1,35% y se situó por debajo de los 8.800 puntos perjudicada por la caída de los mercados internacionales por la guerra comercial que mantienen Estados Unidos y China, cuya moneda se depreció en esta sesión. Así, con la rentabilidad de la deuda española a largo plazo en el 0,24%, el Ibex cayó 120,4 puntos, hasta 8.777,2, cota desconocida desde el pasado 7 de enero.

LA SEMANA



ÍNDICES BURSÁTILES

IBEX 35	DAX 30	FTSE 100	EURO STOXX
8.777,2	11.658,51	7.221,82	3.310,93
-120,40	-213,93	-185,24	-65,19
-1,35%	-1,80%	-2,50%	-1,93%

VALOR	CIERRE	DIF.	MÁX.	MÍN.	VOLUMEN	EFECTIVO
ACCIONA	91,6500	-2,71	93,8500	90,5500	135.799	12.452,26
ACERINOX	7,3800	1,29	7,4120	7,1440	915.346	6.685,57
ACS	34,7000	-2,88	35,2000	34,2100	1.005.614	34.608,35
AENA	161,0500	-2,36	164,0000	160,9500	165.645	26.774,24
AMADEUS	68,7400	-1,72	69,2000	67,7600	1.107.331	76.035,25
ARCELORMIT.	12,7800	-4,31	12,9640	12,6000	952.984	12.166,77
BA.SABADELL	0,7808	1,19	0,7904	0,7600	33.212.996	25.939,74
BA.SANTANDER	3,6975	-1,53	3,7530	3,6760	47.804.250	177.165,43
BANKIA	1,7365	0,52	1,7585	1,7040	5.627.675	9.771,29
BANKINTER	5,8480	0,86	5,9280	5,7420	1.605.025	9.388,74
BBVA	4,4600	-1,37	4,5020	4,4350	20.462.325	91.267,56
CAIXABANK	2,2310	0,50	2,2490	2,2000	12.162.805	27.076,12
CELLNEX	34,0200	-0,35	34,4900	33,7200	633.054	21.559,46
CIE AUTOMOT.	21,0800	-1,95	21,3200	20,7600	252.508	5.336,57
ENAGAS	19,8350	-0,63	20,3200	19,7450	1.319.596	26.399,76
ENCE	3,3940	-0,59	3,4100	3,2920	2.484.783	8.343,59
ENDESA	22,7000	0,00	23,0900	22,5900	934.247	21.269,36
FERROVIAL	23,7500	-0,84	23,8400	23,5900	1.673.202	39.708,83

VALOR	CIERRE	DIF.	MÁX.	MÍN.	VOLUMEN	EFECTIVO
GRIFOLS CL.A	28,2200	-2,42	28,6000	28,0500	794.494	22.451,15
IAG	4,8390	-0,80	4,9500	4,7850	2.229.946	10.864,64
IBERDROLA	8,6420	-0,21	8,7400	8,6280	12.656.333	109.699,48
INDITEX	26,3800	-2,44	26,7800	26,1600	2.952.413	77.954,77
INDRA A	7,6150	-1,81	7,6650	7,4800	570.177	4.320,96
INM.COLONIAL	10,2000	-1,07	10,3100	10,1100	704.934	7.191,00
MAPFRE	2,4350	-0,41	2,4520	2,4080	4.796.343	11.670,55
MASMOVIL	19,7200	-2,86	20,1500	19,4200	257.361	5.074,19
MEDIASET	5,1960	-1,81	5,3140	5,1960	1.128.012	5.921,05
MELIA HOTELS	7,3800	-1,47	7,4300	7,3100	784.305	5.784,75
MERLIN	11,8400	-2,87	12,1400	11,7000	1.065.933	12.657,48
NATURGY	23,3400	0,09	23,3800	22,9600	827.357	19.273,43
R.E.C.	17,5750	-0,40	17,7300	17,4850	1.413.844	24.875,27
REPSOL	13,5800	-1,70	13,7400	13,5050	5.569.305	76.749,10
SIEMENS GAME.	12,1350	-3,69	12,6200	11,9500	2.951.428	35.909,70
TELEFÓNICA	6,6550	-1,77	6,8040	6,6400	16.454.398	110.522,85
VISCOFAN	45,2600	-2,12	46,0400	45,0600	80.813	3.669,37

Zara es la marca de moda con la que más se relacionan los consumidores

Destacan que Inditex consigue dar valor a través de la personalización, poniendo en el centro al cliente

EP MADRID

Zara es la marca que más ha interactuado con los consumidores, llegando a un 21,8% de los encuestados | EFE

Zara, el buque insignia de la multinacional coruñesa Inditex, es la marca de moda con la que más se relacionan los consumidores españoles, según se desprende del informe "Digitalización y Experiencia de Cliente", realizado por la asociación para el Desarrollo de la Experiencia de Cliente (DEC) y la consultora Minsait.

En concreto, la firma del grupo Inditex es la que más ha interactuado con los consumidores, llegando a un 21,8 por ciento de los encuestados, seguida muy por detrás de El Corte Inglés, con un 8%; y Primark, con un 5,4%.

El informe también señala que la moda en general tiene un alto nivel de recomendación y satisfacción, hecho que se produce normalmente más en los productos de consumo y menos en los de servicio.

Además, se trata de un sector que ha sabido "muy bien" ofrecer una experiencia homogénea tantos en medios online como físicos, manteniendo una coherencia omnicanal.

Otro de los atributos digitales que el consumidor percibe como más desarrollado y con mayor impacto en la marca es la personalización.

l estudio destaca que Inditex apuesta por el big data y consigue dar valor a través de la personalización, poniendo en el centro al cliente, ofreciéndole, en este caso, mayores o menores tallas, según el perfil de sus consumidores.

Valor

Zara se sitúa en el top 3 del ranking de marcas de moda más valiosas del mundo, que lidera la firma deportiva Nike, según los datos del ranking BrandZ, realizado por la consultora Kantar y WPP.

La multinacional estadounidense se mantiene un año más como la marca más valiosa del top 10 de moda con 42.580,23 millones de euros, impulsada por la tendencia creciente en el sector por el athleisure, el apostar por ropa deportiva para el día a día y que también han adoptado la grandes marcas de lujo, así como por la concienciación de las marcas por el medio ambiente y la sostenibilidad.

Zara se sitúa en el segundo puesto de esta clasificación, con un valor de marca de 20.297 millones de euros.

La multinacional textil coruñesa también ha apostado por incluir el athleisure en sus colecciones, mientras que camina firme en su decidida apuesta por la sostenibilidad.

El presidente de Inditex, Pablo Isla, avanzó en la pasada junta de accionistas que eliminará por completo el uso de bolsas de plástico en 2020, algo que ya ocurre en Zara, y suprimirá completamente en 2023 los plásticos de un solo uso que llegan al cliente y no habrá ningún residuo desechado desde ninguna de las sedes, centros logísticos o tiendas del grupo, ya que estará destinado a su reciclaje o reutilización total.

Completa el podio la firma alemana Adidas, que ha superado un valor de marca de 11.955,52 millones de euros, después de crecer un 7 por ciento respecto al año pasado. ●

CaixaBank triplica los pagos móviles en junio, con 6,3 millones de operaciones

EFE BARCELONA

CaixaBank registró durante el mes de junio 6,3 millones de operaciones de pago móvil, lo que supone casi el triple de pagos que en el mismo mes del año anterior.

Durante el último año, la entidad ha aumentado un 95% el número de tarjetas "enroladas" a teléfonos móviles hasta superar los 1,4 millones y ha registrado un total de 49,2 millones de pagos móviles.

Las compras realizadas por móvil durante el mes de junio representan el 5,1% del total de operaciones con tarjeta realizadas en compras presenciales, 2,9 puntos más respecto a lo que representaron en el mismo mes del año anterior.

Usuarios

Asimismo, el número de usuarios que utilizan el móvil para pagar en los negocios ha crecido un 87%, hasta el millón de personas, y ya representan el 10,8% del total de clientes de tarjetas del banco.

Con un parque de 17,24 millones de tarjetas y una cuota por facturación del 23,7% en compras y del 28% a través de los TPV en los comercios, CaixaBank ha consolidado su liderazgo en el mercado del pago móvil en España, donde su cuota se eleva al 33,8%.

Además de "CaixaBank Pay", la entidad ha lanzado otro servicio de pago para relojes inteligentes de las firmas Garmin y Fitbit, que ya utilizan más de 100.000 clientes. ●