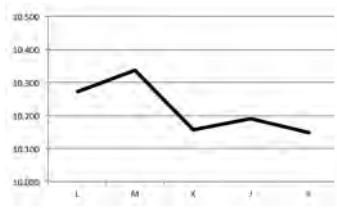


# GUÍA PARA SU DINERO

## IBEX-35



10.148,00  
21,70  
Ptos.



MERCADOS	Ptos.
MADRID	4,35
BARCELONA	-0,09
BILBAO	1,91
VALENCIA	2,78
NUEVA YORK	85,68
LONDRES	78,70

DESTACADOS	€
C.A.F.	8,95
VIDRALA	0,85
R.E.C.	0,49
EADS	0,28
TELEFONICA	0,28
EBRO FOODS	0,28

DIVISAS	€
Dólar	1,24
Dólar canadiense	1,41
Libra	0,79
Franco suizo	1,20
Corona sueca	9,24
Yen	144,94

MATERIAS PRIMAS*	
Petróleo Brent	79,12
Gas natural	3,94
Oro	1.154,0
Plata	15,35
Platino	1.193,00
Trigo	564,25

14-11-14  
\*En el mercado de materias primas

Alibaba, el gigante del comercio electrónico de China, muestra todo su poderío al mundo. En un sólo día, el denominado Single's Day, o Día del Soltero, ha sido capaz de alcanzar unas ventas superiores a los 9.000 millones de dólares. Una cifra que refleja el poder de compra de los consumidores chinos y la importancia del evento,

que comenzó como una fiesta de estudiantes, en el calendario del sector minorista. Ahora le toca el turno al Black Friday estadounidense. Los inversores consideran que Walmart, el gigante minorista norteamericano, no logrará recuperar la hegemonía consumista. Pero apuestan por el valor, en máximos históricos.

**La compañía logra destronar con el Día del Soltero al todopoderoso Black Friday estadounidense y se alía con Apple**

## Alibaba despierta el consumismo chino

### ■ M. Tortajada

El **Single's Day**, **Día del Soltero** de China, comenzó como una broma entre estudiantes de la Universidad de **Nanjing** en la época de los 90 y ha terminado convirtiéndose en un día clave para espolear la fiebre consumista entre la mayoría de los ciudadanos chinos.

Alibaba oficializó el Día del Soltero en 2009 y desde entonces la estrategia comercial de la empresa de **Jack Ma** se ha consolidado como el mayor día de frenesí consumista del mundo. Cada edición rompe los récords de la anterior: en 2013 el volumen de transacciones superó los 5.700 millones de dólares, prácticamente el doble de la recaudación registrada en las dos jornadas homólogas en Estados Unidos, el **Cyber Monday** y el **Black Friday**, sumadas.

Este año, las ventas del gigante *on line* superaron el pasado martes la marca de los 9.000 millones de dólares, una cifra que refleja el poder de compra de los consumidores chinos y la importancia del evento en el calendario del sector minorista.

Las cinco marcas más vendidas durante la jornada fueron **Xiaomi** (teléfonos móviles), **Haier** (electrodomésticos), **Uniqlo** (ropa y complementos), **Huawei** (telecomunicaciones) y **Linshimuye** (muebles), todas chinas excepto Uniqlo, de capital japonés.

En China, el comercio electrónico creció un 71% entre 2009 y 2012 frente al 13% de Estados Unidos. Alibaba dispone de 231 millones de usuarios activos al año, gestiona 11.300 millones de operaciones y emplea 21.000 personas. Su comisión por ventas es del 3%.

En la batalla por no perder la posición de primacía en el nuevo orden mundial, Estados Unidos lucha con China en cualquier escenario. Lo hemos visto también esta pasada semana en la APEC, donde el presidente chino, Xi Jinping, ha logrado mayor notoriedad que el propio **Barak Obama** al ganar mayor espacio comercial en Asia-Pacífico, escenario donde ambas potencias pretenden implantar su hegemonía.

El mercado sigue viendo en el gigante chino del comercio electrónico un auténtico filón. De hecho, **HSBC** mantiene la cobertura de la compañía al precio más alto de



Los gigantes del comercio chino, Alibaba, y en Estados Unidos, Walmart, desafían el consumismo en el mundo.

todos los del consenso del mercado. Nada menos que 148 dólares de precio objetivo, con recomendación de sobreponderar, lo que supone darle un potencial alcista del 28%.

Ahora, tras el hito logrado por Alibaba en China, todo el mundo está pendiente del evento de compras más conocido del mundo hasta la irrupción del Single's Day y Alibaba, el Cyber Monday y Black Monday en Estados Unidos.

El país se prepara para el tradicional pistoletazo de salida a las compras navideñas el día posterior al jueves de Acción de Gracias, conocido como Viernes Negro (Black Friday), los I están reinventando el

**El año pasado Walmart atendió a 22 millones de clientes el Día de Acción de Gracias. Con las ofertas de Black Friday de este año la compañía pronostica otro máximo histórico**

evento, ampliando las ofertas tanto en número de productos, como en el porcentaje de rebaja y tiempo de duración.

El objetivo es sacar "cuentas alegres" de lo que en el país se conoce como "la guerra de Acción de

Gracias" y sumar ventas antes de la apuesta final en Navidad.

Para tratar de superar a Alibaba, Walmart extenderá el Black Friday desde la medianoche de Acción de Gracias (noche de miércoles a jueves) hasta el lunes siguiente, día en que las tiendas *on line* celebran su jornada de descuentos, el Cyber Monday. El año pasado Walmart atendió a 22 millones de clientes el Día de Acción de Gracias. Con las ofertas de Black Friday de este año la compañía está pronosticando que más familias -adultos y niños- visitarán sus pasillos digitales y físicos para aprovechar de los precios bajos del minorista en electrónicos, juguetes, electrodomés-

## Los españoles se apuntan al... Buen Fin

■ En España "serán las Navidades con más compras online de la historia", aseguran en Amazon. La compañía de comercio electrónico va a contratar a 280 personas en su centro logístico de San Fernando de Henares (Madrid) para atender el pico de demanda esperado. Amazon espera que el próximo 16 de diciembre (Buen Fin, el equivalente hispano al Black Friday) marque otro récord de pedidos. En 2013, ese día fue el de mayor actividad de la web española, con un total de 130.000 pedidos en 24 horas, una cifra que ya han superado este año.

La compañía dará el pistoletazo de salida a la campaña con el Black Friday (el 28 de noviembre), un reclamo que cada vez adoptan más tiendas online para incentivar las compras navideñas. En Amazon también se apuntan este año al Cyber Monday (el 1 de diciembre). La compañía trabaja en una campaña de rebajas en 600 productos (frente a 100 del año pasado) que estará vigente durante una semana.

Diversas encuestas sobre intención de compra confirman el incremento del número de usuarios que compra *on line* en sus regalos navideños en busca de mejores precios y ahorro de tiempo. Según datos de Vente-Privée, compañía que espera incrementar sus ventas esta campaña de Navidad, el 52% de los españoles comprará los regalos tanto en Internet como en tiendas físicas, mientras que el 32% sólo adquirirá en el canal offline y un 17% lo hará exclusivamente en cibertiendas.

Su competidor Showroomprive asegura que el porcentaje de consumidores españoles que harán este año todas las compras navideñas en el canal online es del 16%, cuatro puntos mpás que hace un año.

ticos, ropa de cama y miles de otros artículos populares.

El gigante minorista Walmart ganó 11.397 millones de dólares en los nueve primeros meses de su ejercicio fiscal 2015, el 1,7% menos interanual, pero sus ingresos subieron un 2,2%, por encima de lo que esperaban los expertos. En cuanto a los resultados de su tercer trimestre, a los que más atención prestaban hoy los expertos, Walmart ganó 3.711 millones de dólares (1,15 dólares por acción), un 0,7% menos que los 3.738 millones (1,14 dólares por título) de las mismas fechas de 2013.

Sus acciones, en máximos históricos en el mercado de Nueva York.