

Google, Apple, Microsoft y Facebook, las empresas más valiosas

Cuatro titanes tecnológicos batallan por liderar Wall Street

- + La última startup que ha comprado Apple
- + Google bate previsiones al ganar un 15% más en 2015

MARIMAR JIMÉNEZ / CECILIA CASTELLÓ | MADRID | 03-02-2016 09:45



IMPRIMIR

Temas relacionados: [Wall Street](#) [Google](#) [Facebook](#) [Buscadores](#) [Alphabet](#) [Apple](#) [Redes sociales](#) [Bolsa](#) [Microsoft](#) [Internet](#) [Mercados financieros](#) [Empresas](#) [Economía](#)



Cotización de Alphabet, Twitter y Facebook (AP)

Google (Alphabet) es desde ayer la empresa más valiosa del mundo. Los títulos de la compañía cerraron a 765 dólares, alcanzando una capitalización de 532.576 millones de dólares. El gigante de internet logró arrebatarse el trono a **Apple**, que había disfrutado de ese reinado desde 2012, cuando relevó del puesto a la petrolera **ExxonMobil**. La proeza parecía improbable hace un año, cuando 300.000 millones de valor separaban a Google de Apple. Pero los resultados del último trimestre de Alphabet, la nueva marca que agrupa el negocio de Google, batieron las expectativas y el mercado le premió impulsando sus acciones ayer casi un 2%.

Alphabet elevó su facturación en ese periodo un 18%, hasta los 21.330 millones, y un 5,3% sus beneficios (4.923 millones). En el año, registró un beneficio de 15.826 millones, un 12% más, y elevó sus ingresos un 13% hasta 75.000 millones. Unas cifras incontestables que ya provocaron el martes una subida de sus acciones de más del 5% en el mercado fuera de hora, con el desenlace que Apple (que cae un 10% desde enero, por su dependencia del iPhone) temía: su acérrimo rival le adelantaba en una **pugna bursátil** que llevaban semanas librando.

Google no es la única que ha trepado posiciones en Wall Street. Facebook, tras demostrar que el 80% de sus ingresos provienen ya de la **publicidad móvil**, se ha situado como la cuarta mayor cotizada, tras Google, Apple y Microsoft. Resultado: hoy cuatro tecnológicas, ligadas a la **nueva economía**, lideran el S&P 500.

Lo más leído

Qué pasa con mi hipoteca si el euríbor llega a cotizar en negativo

Principales cambios fiscales para autónomos en 2016

Cataluña es la comunidad que más castiga en el IRPF a rentas bajas y medias

¿Qué cambiará cuando dejen de existir las tarjetas SIM en 2017?

El Ibex se deja un 2,9% en otra sesión condicionada por el desplome del crudo

Ver+

Destacamos



"Que te escupan en la cara, eso no lo olvidas nunca"



Bochoro en TVE por estas preguntas políticas de Mariló...



Lo que de verdad cobraron en una semana



La pregunta de Iñaki Gabilondo que sonroja a Felipe...

recomendado por



LOS ESPECIALISTAS

1 de 3

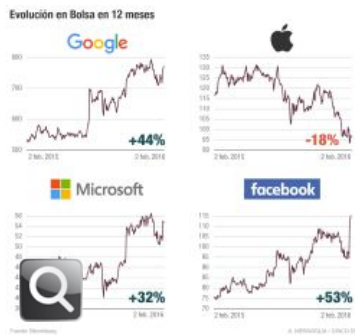
El Sanctasanctórum del CEO
GESTIONA PARA GANAR
Luis Soler

METAL PRECIOSO AMARILLO
UNA VISIÓN DESDE LOS MERCADOS
José Luis Martínez Campuzano

Puntos de entrada claros en bolsa española durante 2016
EL COLOR DE LOS MERCADOS
Renta 4

“Me parece un fenómeno completamente normal, pues la tecnología es la industria que más valor añade en este momento. Reinventa todo, la forma de comunicarnos, de relacionarnos con lo que nos rodea, de informarnos... así que es lógico que empresas que han creado los medios o plataformas que muchísimas personas usamos de forma habitual y cada vez para más cosas puedan ganar mucho dinero”, dice Enrique Dans, profesor del IE Business School.

Para el analista Jaime García Cantero, las cuatro son iconos del mundo que vivimos. “Auténticas señas de identidad”, remacha Dans, “y eso define un efecto llamada que hace que puedan atraer y retener talento” para expandir sus productos y servicios aún más. “Lo normal es que eso les permita ir conquistando nuevos terrenos que antes ocupaban empresas que no han sabido adaptarse a los cambios del entorno, en la medida en que la lógica y las leyes antimonopolio lo permitan”, apunta Dans, para quien el liderazgo bursátil no es tan relevante. “Sí los recursos necesarios para seguir innovando, incluyendo el deseo de hacerlo frente a la alternativa de consolidarse y estancarse”. En este contexto, ¿cuál son las fortalezas y debilidades de las cuatro para mantener su poder?



Google



En el caso de Google, su punto fuerte, coinciden Dans y García Cantero, es tener un liderazgo que de verdad valora la innovación y la sitúa como prioridad absoluta. “La compañía se adentra en proyectos que otras empresas considerarían propios de lunáticos, que tras ser aterrizados, son susceptibles de aportar un enorme valor en todos los sentidos”, dice Dans. “También es excelente su posición en dos de las grandes tendencias del momento: movilidad (con Android) y cloud”, añade el analista, que resalta que Google “es el paradigma de la *cultura beta*: lanza muchas cosas, unas le salen bien y otras no, pero tiene un ritmo de innovación difícilmente superable y parece estar en todos los frentes [**coche conectado, internet de las cosas, robótica, realidad virtual...**]”. Lo preocupante, remarcan, sigue siendo su dependencia de un modelo, la publicidad, repleto de interrogantes, que muchos usuarios, según

apunta Dans, desprecian o consideran un engorro del que hay que librarse como sea. “Mientras la publicidad no eche sistemáticamente fuera a los que abusan de ella, seguirá teniendo un problema de sostenibilidad”, dice el profesor del IE Business School.

Apple



Apple, defiende este experto, es una compañía “interesantísima”, con un modelo de negocio que consiste en dar a sus fieles cada vez más motivos para acercarse a una de sus tiendas y adquirir sus productos. “El usuario de un ordenador de Apple busca motivos y justificaciones para adquirir sus *smartphones* o sus *smartwatches*, y las buscará para comprar cualquier otro producto o servicio que ponga en el mercado, convirtiéndola en una auténtica maestra de la cuota de cliente”. Como punto fuerte, García Cantero destaca su experiencia de usuario “difícilmente imitable” y el hecho de ser la marca más aspiracional “con enormes posibilidades aún en mercados asiáticos y emergentes donde casi es percibida más como una marca de moda/lujo que de tecnología”. Para Dans, la dependencia del iPhone (que muchos critican) no es especialmente preocupante, pues asegura que cualquier empresa capaz de mantener una posición de liderazgo

tecnológico en la plataforma del momento, está en una buena situación, y el iPhone, subraya, sigue entregando a sus usuarios una experiencia más consistente que sus competidores. “Pero la compañía sí tiene una fuerte dependencia de su *pipeline* de productos, y de la obtención de categorías nuevas que reinventar”, destaca.

Microsoft

Es la más clásica, pero la única que puede presumir de llevar tres décadas en posiciones de liderazgo. Para García Cantero, los puntos fuertes de Microsoft son su poderosísimo ecosistema de *partners* y su posición cada vez más potente en el *cloud*. Y su debilidad “los vicios heredados del pasado que la hacen menos rápida y flexible



Ibex 35: expectativas para 2016
INVERTIR CON ÉXITO
AFI



Hacia los Ecosistemas de Innovación
INNOVACIÓN ABIERTA
Carlos Marquerie

1 de 3

Ver+

Última hora en Cinco Días

Humm llega como alternativa gratis, y legal, a Spotify y Apple Music

Se filtra la ficha técnica del Alcatel OneTouch Idol 4 y el 4S

El Supremo 'culpa' al folleto de Bankia de inexactitudes

General Motors multiplica por 3,4 su beneficio en 2015

Bruselas permite a los coches contaminar el doble en la calle

Ver+



Capitalización	419.193
Ingresos	86.833
Beneficio	22.074
Dividendo	85.709



Fuente: Bloomberg

que las otras tres compañías". Para Dans, Microsoft "ha vuelto de entre los muertos, no porque la compañía estuviese muerta económicamente, si no porque durante mucho tiempo parecía una empresa abocada a una preocupante tendencia a la irrelevancia". ¿El culpable?, dice, el anterior consejero delegado, Steve Ballmer, que le hizo perder todas las revoluciones importantes. "Perdió capacidad para atraer y retener talento y perdió muchísimo valor". Por contra, el profesor de IE Business School alaba al nuevo CEO, Satya Nadella, "brillante" y capaz de entender que lo único que podía hacer Microsoft era abrirse en todos los sentidos, "aplicar su potencia de innovación y de llegada al mercado para enfrentarse a tendencias como el open-source, las comunidades de desarrollo, la realidad virtual o la nube. Microsoft está de nuevo en ascenso, y eso es bueno para todos".

Facebook



Capitalización	326.212
Ingresos	17.928
Beneficio	3.669
Dividendo	18.430



A. MERAVIGLIA / CINCO DÍAS

Para Dans, Facebook es una compañía que se sabe en un negocio tremendamente inestable, "y por ello trata de estudiar cuidadosamente el ecosistema y adquirir cualquier cosa que le planteé disrupción". A su favor, dice, el estar sentada sobre una red en la que 1.600 millones de usuarios se dedican a desarrollar tendencias que puede estudiar, y la capacidad de adquirir empresas e integrarlas "fantásticamente bien en una cultura muy abierta, en la que no suelen perder talento y en la que las compañías operan con notable libertad e independencia". Mark Zuckerberg sin duda se ha convertido en un gran estratega y ha adquirido WhatsApp e Instagram, dos de las aplicaciones de mayor uso del mundo. En su contra, la dificultad para hacer entender a muchos usuarios su modelo de negocio y su relación con una privacidad que muchos defienden como valor fundamental.

TE RECOMENDAMOS



La dueña de 100 Montaditos vuelve a los beneficios



Wanda encarga a las grandes consultoras la venta del...



Mango refuerza su apuesta por la 'mujer real'



Iberdrola adjudica a Gamesa y Areva un pedido de 700...



Las multas fueron un sueño hecho realidad para los bancos...



Boeing está construyendo el cohete más potente del mundo



Carmena: "Seguimos negociando con Wanda"



Los multimillonarios pierden miles de millones