

EMPRESAS

Demanda de 200 millones de euros

APPLE Y GOOGLE Las compañías afrontan dos demandas en Portugal por valor de 198 millones por un presunto abuso de mercado. Las acciones legales están impulsadas por cuatro despachos de abogados entre los que se encuentra la firma española Eskariam.

Las ganancias bajan un 40%

GENERAL MOTORS El fabricante automovilístico estadounidense ganó 1.690 millones de dólares en el segundo trimestre, un 40% menos, por las pérdidas en China y los problemas en la cadena de suministro. Los ingresos crecieron un 5%, hasta 35.760 millones de dólares.

Las pérdidas netas bajan un 77%

GENERAL ELECTRIC El grupo estadounidense, que se va a escindir en tres empresas (aviación, salud y energía) dijo que los problemas de suministro retrasarán sus objetivos de *cash flow*. GE ha reducido las pérdidas de 1.040 a 244 millones de dólares entre abril y junio.

Se fusiona con OneWeb y crea un gigante mundial del negocio de satélites

EUTELSAT El operador francés de satélites se ha fusionado con la británica OneWeb, a la que valora en 3.400 millones de dólares, para crear un gigante mundial en conexión a Internet de alta capacidad desde el espacio y competir con SpaceX, de Elon Musk, y el proyecto de Jeff Bezos, fundador de Amazon. Eutelsat, que ha suspendido el dividendo dos años tras el acuerdo, tiene una flota de 36 satélites geoestacionarios (GEO) y OneWeb alcanzará los 648 satélites de baja altura (LEO) a finales de año. Francia, Reino Unido y la India Bharti Global serán los principales accionistas del nuevo grupo.

Gana 3,6 millones, un 1,4% más

REIG JOFRE La farmacéutica catalana ganó 3,6 millones de euros en el primer semestre de 2022, un 1,4% más que en el mismo período del año anterior, y alcanzó los 132 millones de ingresos, lo que supone un crecimiento del 14% y un récord de ventas.

Alphabet reduce un 11% su beneficio hasta 32.400 millones de dólares

Expansión. Madrid

El gigante de Internet Alphabet, matriz de Google, anunció ayer unas ganancias netas de 32.438 millones de dólares (32.064 millones de euros) entre enero y junio, lo que representa una caída de beneficios del 11% con respecto al mismo período del ejercicio anterior.

La empresa del buscador online más usado del mundo facturó durante los primeros seis meses del año 137.696 millones, en su inmensa mayoría provenientes de la publicidad, un 17,5% por encima de los 117.194 millones ingresados en el primer semestre de 2021.

Que las ganancias hayan disminuido pese a la subida de ingresos se explica por el aumento de los costes operativos (un 20% superiores a los del mismo período del ejercicio pasado), así como por la ausencia de unos 7.000 millones en ingresos extraordinarios que tuvo en 2021.

Por su parte, los inversores se embolsaron durante los pasados seis meses 2,46 dólares



Sundar Pichai, CEO de Alphabet.

La matriz de Google reduce beneficio pese a aumentar sus ingresos un 17,5% en el semestre

por título, frente a los 2,72 de hace un año.

La firma con sede en Mountain View (California, EE.UU.) aumentó la facturación en todos sus segmentos

de negocio, aunque el crecimiento de la publicidad en la plataforma de vídeos online YouTube, de su propiedad, fue menor de lo esperado.

Si hace un año ingresaba por YouTube 7.002 millones de dólares al trimestre, ahora esta cifra es de 7.340 millones. La mayor fuente de ingresos es la venta de espacios publicitarios en sus distintas plataformas en línea, que supone más del 80% del total.

Microsoft gana 72.738 millones de dólares en 2022, un 19% más

RESULTADOS/ La compañía de software aumentó sus ingresos un 18% hasta los 198.270 millones de dólares.

Esperanza Balaguer. Nueva York El gigante estadounidense de software Microsoft anunció ayer unos beneficios netos de 72.738 millones de dólares (71.880 millones de euros) en su ejercicio de 2022, que acabó en junio, lo que supone un 19% más que en el año anterior.

La empresa con sede en Redmond (Washington) aumentó sus ingresos un 18% más interanual, al llegar hasta los 198.270 millones de dólares, según informó en un comunicado.

Los resultados correspondientes al cuarto trimestre, de abril a junio, se mantuvieron en la senda del crecimiento, al ganar 16.740 millones, un 2% más, con una facturación de 51.865 millones, un 12% más, en ambos casos respecto al mismo tramo del ejercicio 2021.

Por este motivo y debido a la consolidación del trabajo remoto, el presidente y direc-



Satya Nadella, consejero delegado de Microsoft.

tor ejecutivo de Microsoft, Satya Nadella, explicó que la compañía considera que existe “una oportunidad real de ayudar a todos los clientes de todas las industrias a usar la tecnología digital para superar los desafíos actuales y salir fortalecidos”.

Por su parte, la vicepresidenta ejecutiva y directora financiera del gigante tecnológico, Amy Hood, explicó que de cara al nuevo año fiscal

continúan “comprometidos en equilibrar la disciplina operativa con inversiones continuas en áreas estratégicas clave para impulsar el crecimiento futuro”.

La compañía devolvió 12.400 millones de dólares a los accionistas en forma de recompra de acciones y dividendos en el cuarto trimestre, un aumento del 19% en comparación con el mismo período de 2021.

Unilever sube precios un 11% y mejora la previsión anual

A.Fernández. Madrid

Unilever, gigante europeo de productos de gran consumo, ha mejorado su previsión anual de crecimiento tras señalar que aumentó un 11,2% el precio medio de sus productos entre abril y junio para compensar un alza de los costes “sin precedentes”.

Aunque el alza de los precios redujo sus ventas un 2,1% en volumen, Unilever creció un 8,8% a nivel orgá-

nico –excluye el cambio de divisa y la compraventa de activos–, hasta 15.810 millones de euros. Pese a que el dueño de Mimosín, Dove, Hellmann's o Frigo observa una ralentización económica y no descarta una recesión, dijo que la fortaleza de sus marcas, el mayor gasto en marketing y la subida de precios le permitirán cerrar 2022 con un crecimiento orgánico superior al 6,5% de su banda alta estimada.

El margen operativo subyacente del año será del 16%, dentro del rango previsto.

En el primer semestre, Unilever ganó 2.905 millones de euros, un 6,9% menos, con unos ingresos de 29.623 millones, lo que supone un crecimiento orgánico del 8,1%. El grupo subió los precios un 9,8% entre enero y junio.

La Llave / Página 2

Coca-Cola crece un 16% en el trimestre hasta los 11.000 millones

A.F.Madrid

El grupo estadounidense de refrescos Coca-Cola ha batió las previsiones del segundo trimestre y ha mejorado su pronóstico anual porque, pese a la subida de precios, la demanda se mantiene fuerte por el mayor consumo en hostelería, el turismo y los eventos deportivos tras el frenazo que supuso el Covid.

La compañía facturó 11.330 millones de dólares (11.090 millones de euros) entre abril

y junio, lo que supone un incremento del 16% a nivel orgánico, que excluye el cambio de divisa y la compraventa de activos. El incremento, el doble del previsto por los analistas, se debió al aumento de precios y a un crecimiento de los volúmenes del 8%.

Coca-Cola prevé crecer a nivel orgánico entre el 12% y el 13% en todo el año 2022, frente a la horquilla anterior de entre el 7% y el 8%.

La compañía obtuvo un be-

neficio neto de 1.900 millones de dólares (1.860 millones de euros) en el segundo trimestre, un 28% menos.

En el primer semestre del año, Coca-Cola ganó 4.693 millones, un 4% menos, con ventas de 21.816 millones.

“Nuestros resultados reflejan la agilidad de nuestro negocio, la solidez de nuestra cartera y las acciones que hemos tomado para ejecutar el crecimiento”, apuntó el presidente y CEO, James Quincey.