

### Nueva compañía aérea en Malta

**RYANAIR** El grupo aéreo irlandés lanzará una compañía con sede en Malta para crecer en el norte de África. Para ello, comprará la *start up* Malta Air y le transferirá los seis aviones que tiene en el país. El grupo aglutina a Buzz (Polonia), Laudamotion (Austria) y a Ryanair.

### Contrato de dos corredores ferroviarios en Colombia por 26 millones de euros

**ROVER** El grupo español, en alianza con firmas locales, ha ganado el contrato de mantenimiento, conservación, administración, vigilancia, señalización, control de tráfico y operación de los corredores ferroviarios de Bogotá-Belencito y La Dorada-Chiriguaná. El valor del trabajo asciende a 29,3 millones de dólares (unos 26 millones de euros), con una duración de 12 meses. Ambos corredores de mercancías suman 876 kilómetros, lo que convierte a Rover en el mayor operador sectorial del país. Las mercancías más transportadas son acero, madera y productos químicos.

### Cierre de contratos por 10,5 millones

**AIRIFICIAL** El grupo de robótica, ingeniería y componentes para automoción ha firmado tres contratos por 10,5 millones de euros con fabricantes de China, México y Polonia para el desarrollo de lineales industriales inteligentes. Tras el anuncio, subió un 3,5% en Bolsa.

### Bancos para la OPV en Hong Kong

**ALIBABA** El gigante chino de comercio online ha contratado a los bancos China International Capital y Credit Suisse para diseñar su OPV en Hong Kong, según *Bloomberg*. Alibaba, que ya cotiza en EEUU, podría ingresar hasta 20.000 millones de dólares con la OPV.

### Cierre de Amazon Restaurants en EEUU

**AMAZON** El grupo de comercio electrónico va a cerrar su servicio de reparto para restaurantes en EEUU (Amazon Restaurants) después de cuatro años en los que no ha conseguido buenos resultados frente a Grubhub o Uber Eats, informa *The Wall Street Journal*.

## Natra confía en su plan estratégico al margen de la opa

**Expansión.** Valencia  
El fabricante de chocolate Natra, sobre el que Investindustrial ha lanzado una oferta pública de adquisición (opa), reconoce que su plan estratégico anunciado puede verse afectado a la baja por algunas de las amenazas macroeconómicas actuales, como la guerra comercial entre Estados Unidos y China o el escenario final del Brexit.

Natra considera que ese plan previsto de 2019 a 2023 sigue vigente "en un escenario intermedio que se inscribiría entre el caso base y el caso pesimista del plan", dentro de los tres casos que planteaba en función de la posible evolución. Ese escenario apunta a un ebitda ajustado de 50 millones de euros y a unas ventas brutas de 476 millones en cuatro años.

El grupo advierte de que las incertidumbres externas pueden afectar a su marcha, especialmente por la sensibilidad de su negocio al alza de precios en las materias primas, sobre todo el cacao y el azúcar. Además, Natra explica a requerimiento de la CNMV que el plan se elaboró antes de conocer la opa de Investindustrial, pero que se comunicó al hacerse ésta pública porque su contenido se había compartido con los acreedores y el posible comprador.

# Amazon, la marca más valiosa tras superar a Apple y Google

**SUBE UN 52% DESDE 2018/** El gigante del comercio electrónico ha roto con el liderazgo que sus rivales tecnológicos han mantenido durante 12 años consecutivos.

**C. Ruiz de Gauna.** Nueva York  
El vertiginoso crecimiento de Amazon en capitalización en Bolsa, volumen de negocio, base de clientes y presencia internacional se ha trasladado también a su valor de marca.

El gigante estadounidense del comercio electrónico se ha convertido en el dueño de la marca más valiosa del mundo, que el ranking BrandZTM elaborado por las firmas WPP y Kantar valora en 315.505 millones de dólares (278.938 millones de euros). El sello Amazon es un 52% más valioso que hace un año, lo que le sitúa por delante de Apple y Google por primera vez en más de una década.

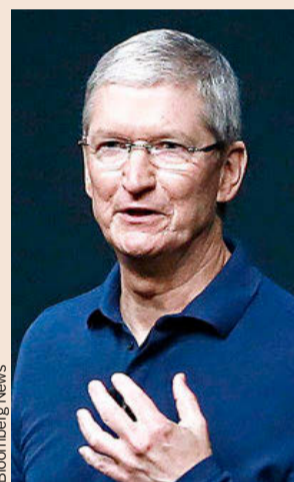
### Cambios en el 'top 10'

El valor del fabricante del iPhone y del buscador de Internet permanece prácticamente estancado en los 309.000 millones de dólares. Microsoft, la empresa más valiosa del mundo por valor en Bolsa, ocupa en cambio la cuarta posición por impacto de marca. El valor de su enseña refleja un crecimiento del 25%.

A la empresa de software, le siguen Visa, Facebook, Alibaba, Tencent, McDonald's y AT&T para completar el



Jeff Bezos, fundador y consejero delegado de Amazon.



Tim Cook, consejero delegado de Apple.



Larry Page, cofundador de Google.

top10. Alibaba supera este año a Tencent, convirtiéndose en la enseña china más valiosa.

El sector tecnológico es el dominante de un ranking cuyas 100 primeras firmas se valoran en 4,7 billones de dólares, un 7% más que en 2018 y casi el doble que hace una década. Instagram, en manos de Facebook, es la marca que más ha crecido, por encima de los 28.000 millones de dólares, tras duplicar su valor en un año.

También destacan los incrementos de Netflix (que crece un 65%), Salesforce

(+58%), Adobe (+57%), Shiseido (+56%), Uber (+51%), LinkedIn (+46%), Chipotle (+40%) y la cadena de ropa deportiva Lululemon, que es un 77% más valiosa que hace un año.

En total, las tecnológicas aportan un valor de 1,6 billones de dólares, un 4% más que en 2018. Por sectores, la industria del lujo es la que

**Zara y Movistar son las únicas enseñas españolas del ranking, pero pierden posiciones**

más progresa, tras impulsarse un 29% gracias a la creciente demanda procedente del mercado chino.

La clasificación incorpora este año nueve nuevas firmas: Xiaomi, Haier, Meituan, Didi Chuxing, Chanel, LIC, Dell Technologies, Xbox y TCS. Con los nuevos entrantes, de los que cinco son chinos, ya hay 15 enseñas del gigante asiático entre las 100 marcas más valiosas del mundo.

Zara y Movistar son, por su parte, los únicos representantes españoles presentes en la lista, pero se sitúan por debajo del top 50. La enseña estrella

### EN LA CIMA

Marcas más valiosas del mundo, en millones de dólares

1	Amazon	315.505
2	Apple	309.527
3	Google	309.000
4	Microsoft	251.244
5	Visa	177.918
6	Facebook	158.968
7	Alibaba	131.246
8	Tencent	130.862
9	McDonald's	130.368
10	AT&T	108.375
11	Verizon	94.598
12	Mastercard	91.929
13	IBM	86.005
14	Coca-Cola	80.825
15	Marlboro	71.958
16	SAP	57.528
17	Disney	57.007
18	UPS	54.889
19	Home Depot	53.507
20	Xfinity	48.889

Fuente: WPP y Kantar

de Inditex se valora en 22.581 millones de dólares, un 16% menos, y baja de la posición 42 a la 61. Por su parte, con un valor de 19.361 millones de dólares, un 15% menos, la firma de Telefónica baja al 75, frente al 53 de hace un año.

El ranking refleja una alta volatilidad, con un cambio medio de posiciones de 9,6 puestos, el doble que hace dos años y cifra similar a la 2012, cuando las marcas aún se estaban recuperando de la crisis financiera global que estalló en 2008, según destacan los responsables de la clasificación.

# Tus finanzas están en buenas manos

**EFPA** ESPAÑA  
European Financial Planning Association

**EFPA** ASESORES QUE MARCAN LA DIFERENCIA

