



La Llave

El idilio de ACS, Sacyr y Ferrovial con EEUU

EEUU es la gran plataforma de negocio de los grupos de infraestructuras españoles. Lo es para Ferrovial, que tiene en Norteamérica cerca del 90% de su valor como empresa gracias a su cartera de autopistas de peaje en EEUU y Canadá y a su terminal en el JFK de Nueva York. También lo es para ACS donde trabaja a través de gigante Turner, el mayor contratista del país. Sacyr también ha dedicado los dos últimos años a crecer en los mercados anglosajones, especialmente EEUU, donde gestiona ya un corredor de peaje en Louisiana y persigue nuevos proyectos tanto de carreteras como de agua. Las tres compañías confían en el país, en su legislación y en su manera de abordar la dotación de nuevas infraestructuras, donde la iniciativa privada tiene un peso específico mayor que en Europa y, sobre todo, que en España, donde los sistemas de colaboración público-privada se han reducido a la mínima expresión en los últimos ocho años. La Administración de Donald Trump vuelve a confiar en el sector privado para poner en marcha un proyecto ambicioso y a la vez pionero en el país. A través de la iniciativa America’s Great Corridors of Commerce (AGCC) la secretaria de Transporte se ha puesto en contacto con los principales operadores públicos y privados para ver la viabilidad económica de grandes corredores inte-

restatales para tender nuevas líneas eléctricas, digitales y de agua. El objetivo de la Casa Blanca es aprovechar los más de 200.000 kilómetros de autopistas y otros tantos de vía de tren que vertebran el territorio para tender líneas de alta tensión y de fibra óptica, ante la creciente demanda impulsada por el desarrollo de la IA y la construcción de grandes complejos de procesamiento de datos. ACS, Ferrovial y Sacyr han visto en el proyecto de la USDOT una oportunidad de generar ingresos extra y han trasladado sus propuestas para participar en un plan que se pondrá en marcha en 2027 con cinco grandes corredores y miles de millones de dólares en juego.

Moeve y Galp pierden una gran oportunidad

Moeve y Galp han puesto fin a la negociación iniciada en enero para integrar sus negocios industriales y comerciales, en una operación valorada en 18.000 millones de euros que habría transformado el mapa energético ibérico. El proyecto contemplaba la creación de dos sociedades: una industrial, dedicada al refino, la química, el hidrógeno y los combustibles sostenibles, participada en un 80% por los accionistas de Moeve y un 20% por Galp; y otra comercial,

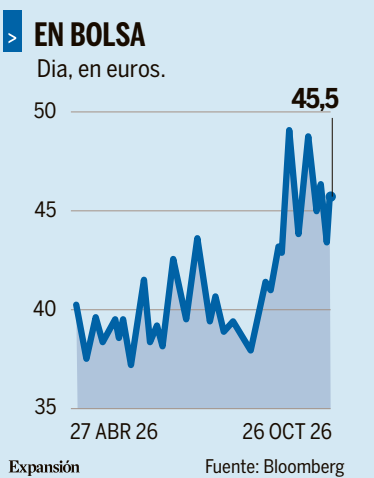
que agruparía las redes de estaciones de servicio, al 50% cada uno. Discrepancias sobre valoraciones y condiciones económicas han frustrado un acuerdo, y la incertidumbre geopolítica, las fluctuaciones de los márgenes de refino y las posibles reticencias portuguesas a perder el control de la refinería de Sines habrían complicado la negociación. La ruptura es una decepción, porque el encaje resultaba atractivo. Ambas compañías tienen actividades complementarias y ambiciones similares, y su integración habría permitido generar economías de escala, racionalizar inversiones, optimizar las redes comerciales y acelerar el desarrollo de combustibles de bajas emisiones. También habría creado un competidor de mayor dimensión frente a Repsol, reforzando la competitividad del sector energético europeo. La caída cercana al 10% de la cotización de Galp tras conocerse la ruptura refleja la frustración de unas expectativas de creación de valor que habían despertado interés entre los inversores.

Microsoft lanza un plan de 60.000 bajas

Microsoft ha abierto un nuevo programa de bajas voluntarias al que pueden acogerse unos 60.000 empleados, cerca del 27% de su plantilla global. La medida, que no se aplicará en todos los países, amplía los ajustes realizados este año, después de un programa de jubilaciones voluntarias limitado a Estados Unidos, y del recorte de unos 4.800 puestos de trabajo que anunció el pasado julio. En 2025, la empresa redujo su plantilla en unos 15.000 profesionales. El movimiento llega mientras la tecnología acelera en plena carrera de la inteligencia artificial. Microsoft protagoniza una agresiva apuesta en la construcción de centros de datos y otras infraestructuras, lo que está disparando su gasto de capital. En su último trimestre fiscal, las inversiones de capital y los arrendamientos financieros alcanzaron 41.000 millones de dólares, un 69% más. Para el conjunto del año 2026, la compañía anticipa un capex de unos 175.000 millones, y ya ha advertido de que esta partida seguirá creciendo en 2027. Cuando anunció los despidos a finales de julio, Microsoft insistió en que los puestos eliminados no están siendo sustituidos directamente por la inteligencia artificial, aunque reconoció que esta tecnología está automatizando tareas y cambiando la manera de trabajar. Con las reestructuraciones de personal, el gigante estadounidense trata de ganar eficiencia y reasignar recursos hacia las áreas que considera prioritarias en la batalla que libra en la inteligencia artificial.

Dia consolida su recuperación comercial

En los nueve meses a septiembre, Dia ha confirmado la buena evolución de su negocio, especialmente en España, donde las ventas brutas alcanzaron 4.562 millones, subiendo el 11,5%, y en el conjunto del grupo, incluyendo Argentina, ascendieron a 5.663 millones, creciendo el 13,8% a divisa constante y un 7,8% en euros. El tercer trimestre ha mantenido el dinamismo, con un avance del 11,3% en España, impulsado por una subida del 8,3% de las ventas comparables. Es significativo que el crecimiento proceda íntegramente de mayores volúmenes, reflejo de la captación de clientes y no simplemente de la inflación. Dia ha crecido más del doble que el mercado español y ha ganado 0,30 puntos de cuota, consolidándose como cuarto operador nacional. Las cifras confirman el éxito de la transformación del grupo, que ha dejado atrás años de dificultades. Su apuesta por supermercados de proximidad, productos frescos de calidad, marcas propias competitivas y una experiencia de compra sencilla está



conectando con los consumidores. En el tercer trimestre, las ventas de frescos aumentaron un 12%, las de marca propia un 15% y las digitales un 24%. Paralelamente, la compañía ha acelerado su expansión, con 74 aperturas netas en España. Esta evolución da continuidad a los resultados del primer semestre, cuando el ebitda ajustado creció un 19%, hasta 159 millones, y la deuda neta bajó un 18%, hasta 206 millones.