

Redes sociales: ¿redes públicas?

< POR JORGE TAMARIZ AMADOR* >

Las redes sociales, con su gran impacto internacional, han dado inicio a un segundo *boom* tecnológico que, a diferencia del suscitado en 1999, presenta a un grupo selectivo de empresas con altos niveles de ingresos, una base sólida de clientes y una vasta participación de mercado internacional por captar.

Las empresas que han dado inicio a las redes sociales y a un nuevo despertar tecnológico, como es el caso de Facebook, LinkedIn, Zynga, Twitter, Pandora y Groupon, se encuentran hoy bajo un nuevo paradigma empresarial: abrir sus puertas a inversores bursátiles mediante ofertas públicas de acciones (IPO por *Initial Public Offerings*) o permanecer privadas y crecer gracias al aporte patrimonial de determinados socios estratégicos.

LinkedIn fue la primera de este grupo de empresas en incursionar en el mercado bursátil el pasado 19 de mayo. Pandora, que anunció su presencia en la bolsa de valores en el mes de febrero, comunicó a mediados de junio que el precio inicial por acción de su IPO será \$ 16 (más del doble de lo esperado). Por su parte, Groupon seguía analizando las distintas disyuntivas presentes antes de salir efectivamente a vender sus títulos valor, mientras que Facebook y Twitter han anunciado su interés de incursionar en el mercado público a finales de 2011 o



Ilustración: Camilo Pazmiño.

a inicios de 2012, beneficiándose en el ínterin del aporte percibido de grandes grupos privados de inversión.

Las principales limitantes

De acuerdo a **Francis Gaskins**, presidente de IPOdesktop.com, las principales limitantes para que este mercado de IPO tecnológicas tenga éxito son precio, tamaño de la emisión y la competencia futura que tendrán estas emisiones.

Hoy por hoy, las ofertas públicas efectuadas han presentado precios por acción sumamente altos al compararse contra los principales indicadores de las empresas, como ventas, rentabilidad bruta, operacional y neta. Esta fijación aleatoria de precios es una estrategia que puede ser adoptada por los primeros emisores del mercado. Sin embargo, lo ocurrido con empresas como LinkedIn demuestra que los inversores, tras

RECUADRO 1

LinkedIn: su primer mes en el mercado

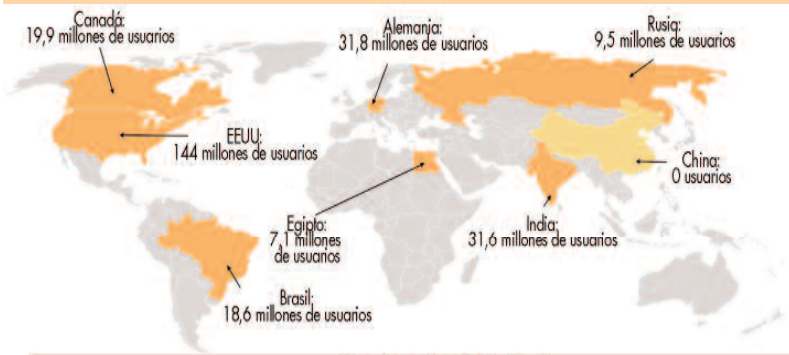
La empresa de redes sociales empresariales abrió sus puertas a inversores públicos el pasado 19 de mayo, logrando un precio de \$ 94,25 por acción en ese día. Esta acción ha tenido una tendencia claramente decreciente, alcanzando su mínimo el 9 de junio al transarse a \$ 72,01 por acción. El 14 de junio, a un precio de \$ 75,27, la capitalización de mercado de LinkedIn fue de \$ 7,1 mil millones, de acuerdo a Thomson Reuters.



\$ por acción

RECUADRO 2

Facebook: crecimiento y presencia mundial



Usuarios activos de Facebook

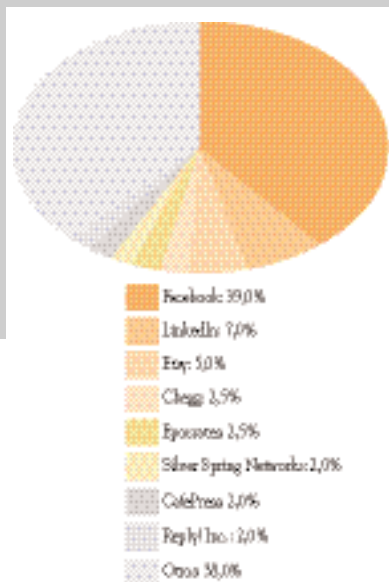
Diciembre 2005	Diciembre 2006	Abril 2007	Agosto 2008	Diciembre 2009	Julio 2010
5,5 millones	12 millones	20 millones	100 millones	350 millones	500 millones

* FUENTE: BLOOMBERG BUSINESSWEEK.

RECUADRO 3

Transacciones mercado secundario: cuarto trimestre 2010

De acuerdo a gigaom.com, en el cuarto trimestre de 2010, las transacciones en el mercado secundario alcanzaron \$ 157,8 millones, más del doble de los \$ 75 millones del tercer trimestre.



analizar cuidadosamente las métricas de la empresa, no demandan papeles, obligando a que el precio caiga a niveles adecuados para poder adquirir acciones. Además, cuando nuevos emisores se sumen al mercado esta estrategia queda completamente anulada, ya que los inversionistas podrán recurrir a la competencia como parámetro de decisión.

El tamaño de la emisión resulta ser sumamente crítico, ya que demuestra el apetito que tiene la empresa de captar capital para su operación y para el desarrollo de nuevos proyectos. LinkedIn espera que con esta emisión pueda levantar hasta \$ 274 millones, mientras que Groupon confía generar con su IPO, de acuerdo a **Andrew Ross Sorkin**, fundador de DealBook, hasta \$ 950 millones. La colocación de inversiones demasiado grandes toma su tiempo, lo que puede generar problema si la empresa no es capaz de mantener los

resultados alcanzados. Un peor resultado, sin duda, disminuirá el apetito por el título valor, forzando a una caída en su precio.

Al final, la competencia proveniente de futuras emisiones de IPO es una preocupación permanente que estas empresas enfrentan. Cuando se aprueben nuevos IPO de empresas que compitan directamente con emisores actuales y que sean líderes dentro de estos segmentos se afectará la ejecución y colocación de los IPO existentes. Esto se debe a que estos nuevos emisores, con métricas más sólidas que su com-

petencia, llamarán más la atención a inversionistas públicos. Tal es el caso de Facebook que con su emisión dejará en el olvido a papeles de similar perfil.

Privada por el momento, pero no para siempre

En la actualidad, Facebook, la empresa más reconocida dentro de este grupo, analiza la emisión de un IPO, beneficiándose simultáneamente de las inversiones realizadas por grupos privados. La empresa recibió \$ 500 millones de Goldman Sachs, banco de inversión que valoró a la red social número uno del mundo en \$ 50 mil millones, y de un inversor ruso. De acuerdo a Gaskins, si bien Facebook es líder en redes sociales y cuenta con un alto grado de fidelidad de sus usuarios, no podrá mantener el nivel actual de sus principales indicadores y su crecimiento se verá afectado, por lo cual debería acelerar su proceso de IPO para poder ingresar a bolsa en los próximos nueve meses y aprovechar el buen momento por el cual la empresa cursa.

En realidad, este grupo de empresas si bien ha alcanzado solidez financiera y crecimiento internacional debe tratar con mucha celeridad su presencia o no en la bolsa. Por un lado, en este tipo de emisiones el tiempo resulta ser una variable vital, ya que puede perjudicar a la empresa si se ingresa al mercado en un momento en el cual ella no se encuentre del todo bien o sus indicadores hayan empeorado en comparación con trimestres pasados. Por otra parte, es característico de estas empresas proporcionar como paquete de incentivo a sus ejecutivos participaciones accionarias, lo que ha permitido que el mercado secundario se vea beneficiado de estos títulos altamente codiciados, sin que las empresas vean beneficio alguno en su rentabilidad. Todo es cuestión de tiempo... y su paso indicará si la decisión tomada por los equipos directivos de estas empresas fue la acertada. **■**

* Analista financiero / jorgetamariz@hotmail.com