

Las nuevas puntocom salen a Bolsa



Con el recuerdo todavía nítido de la hecatombe bursátil de hace una década, las redes sociales han animado el mercado del capital riesgo hasta propiciar una nueva oleada de salidas a Bolsa de empresas de internet. ¿Se repite la historia?

Álvaro Martín Enríquez

El rápido crecimiento de las redes sociales está trayendo de vuelta movimientos financieros que parecían enterrados desde 2001. Si bien es cierto que el máximo estandarte de internet, Facebook, dice contar con nada menos que 750 millones de usuarios activos, el calentamiento del mercado está directamente relacionado con diversas operaciones privadas que han tenido lugar en los últimos meses. Así, la entrada de Goldman Sachs en el capital de la propia Facebook el pasado mes de enero (500 millones de dólares) o la compra de Skype por parte de Microsoft en mayo (8.500 millones de dólares) parecen sacados de otra época.

Bien es sabido que, en el mundo del capital riesgo tecnológico, la salida a Bolsa de una empresa es el mayor síntoma de éxito de una operación. Por este motivo, en los últimos meses se ha avanzado un paso más en el resurgir del sector tecnológico con varias ofertas públicas de venta (OPV) que han situado las valoraciones de las nuevas empresas cotizadas en cifras que recuerdan mucho a la anterior burbuja, dados los exiguos benefi-

cios que reportan la mayoría de ellas.

La más importante de estas empresas en colocarse con éxito en el mercado ha sido la red social LinkedIn, cuya OPV en mayo supuso la mayor salida a Bolsa de una empresa de internet desde que lo hiciera Google en 2004. Tal fue la expectación creada que, al cierre del primer día de cotización, las acciones habían subido un 109%, dejando la capitalización de la empresa en 8.900 millones de dólares. Pese a tener un posicionamiento destacado como principal red social de ámbito profesional, en 2010 su beneficio fue de unos más que discretos 15,4 millones de dólares.

Pese a que los pioneros como LinkedIn, Pandora Media o Zillow han marcado la temperatura del mercado, las OPV más importantes están previstas para la segunda mitad de 2011 o 2012. En este grupo se encuentran pesos pesados como Facebook, Twitter, Groupon o Zynga. Esta última utiliza la plataforma de Facebook para desarrollar y comercializar juegos online como el popular FarmVille, por lo que el éxito de su colocación, prevista para este

año, será un buen indicador de hasta qué punto las valoraciones que sitúan el precio de Facebook por encima de los 50.000 millones de dólares están ajustadas al mercado. La salida a Bolsa de la empresa de Mark Zuckerberg será sin duda uno de los grandes acontecimientos de 2012.

Si Facebook es la red social con mayor capacidad de generación de beneficios en estos momentos, la madurez de Twitter y Groupon se encuentra todavía en entredicho. Se estima que la primera facturó unos 140 millones de dólares en 2010 en concepto de publicidad y análisis de datos, y algunas valoraciones recientes hablan de precios cercanos a los 7.000 millones de dólares. En el caso de Groupon, se ha venido hablando en los últimos meses de valoraciones entre 15.000 y 30.000 millones de dólares, pese a que la empresa ha presentado unas pérdidas de 102,7 millones de dólares en el primer trimestre de 2011.

Por el bien de los inversores que confían en estas empresas, y por el del conjunto del sector tecnológico, esperemos que, al menos en esta ocasión, la historia no se repita ::