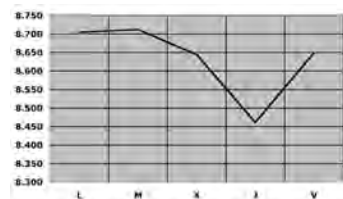


# GUÍA PARA SU DINERO

## IBEX-35



8.649,70

91,10 Ptos.

MERCADOS	Ptos.
MADRID	9,30
BARCELONA	8,70
BILBAO	1,86
VALENCIA	9,42
NUEVA YORK	88,55
LONDRES	-23,08

DESTACADOS	€
C.A.F.	3,65
ACCIONA	2,33
TECNICAS REU	1,33
CORP.FI.ALBA	1,23
ARCELORMITT.	0,92
EADS	0,88

DIVISAS	€
Dólar	1,34
Dólar canad.	1,37
Libra	0,85
F. suizo	1,23
C. sueca	9,02
Yen	103,95

FONDOS MÁS RENTABLES*	
Caixa Catalunya 2-A FI	32,89
Fonpenedès Gar. VII: OR FI	14,55
Renta 4 Accurate Global Equity FI	12,66
VAM Global Government Bond A£ Acc	453,62
Lyxor ETF Stoxx Eur 600 BnksDIShrtA	29,55
db x-trackers STXX Eur 600 BnkSht 1C	28,84

Datos del 02/12/10 a 02/12/11  
\* En el mercado doméstico y nacional  
Fuente: S&P FI %

Este ha sido el año en el que las grandes empresas tecnológicas han salido a la Bolsa. Caso de Groupon, LinkedIn, Baidu o Renren. Todas obtuvieron un notable éxito el día de su debut, pero en casi todos los casos, pasado un tiempo, su cotización está muy por debajo del valor inicial de la compañía. Algunos expertos consideran que

su negocio sigue sin estar claro y que los inversores no se atreven con una segunda burbuja tecnológica. Otros reconocen que, a pesar de las enormes diferencias con las *puntocom* de hace una década, los modelos de negocio son muy recientes pero destacan sus ingresos recurrentes y la diferenciación competitiva.

"Groupon resalta la dificultad de fijar el precio para una empresa con un modelo de negocios en ciernes".

En China, otras redes sociales que no aguantan las exigencias del mercado son **Baidu y Renren**. Ambas compañías lograron un gran éxito en su debut pero la realidad se ha impuesto posteriormente y hoy están también muy por debajo de su precio inicial.

## Las chinas Baidu y Renren no logran convencer a los inversores

# Las redes sociales pinchan en su salida a Bolsa

■ M. Tortajada

Un aluvión de empresas pequeñas de Internet y de contactos sociales han sacado sus acciones a bolsa en lo que va de año. La red profesional de internet **LinkedIn** fue la primera que lo hizo en mayo. Desde entonces, empresas como **Groupon**, la red de radioemisoras por internet **Pandora Media** y otras cotizan sus acciones públicamente. Y firmas como **Yelp** y la de juegos por Internet **Zynga** piensan hacerlo en breve.

Esta última, la compañía responsable de juegos sociales como **FarmVille**, **CityVille** o **Mafia Wars**, podría salir a Bolsa este mes de diciembre. El desarrollador de juegos para redes sociales pretende sacar a Bolsa 100 millones de acciones, el 14,3% de su capital social, a un precio de entre 8,5 a 10 dólares por título, lo que permitiría a la

**El interés por el negocio de las redes sociales se ha desinflado, aunque según los expertos de MFS "no puede compararse con la burbuja de las puntocom"**

empresa creadora de **Farmville** captar hasta 1.000 millones de dólares (746 millones de euros), según refleja la documentación presentada por la compañía ante la Comisión del Mercado de Valores de EEUU (SEC).

Zynga, como la mayoría de desarrolladores de juegos sociales, obtiene sus ingresos gracias a las compras de objetos virtuales que hacen los usuarios. Para ello, es muy importante que jueguen diariamente, así como contar con el apoyo de la red social que les sirve de plataforma. En este caso, **Facebook** obtiene un 30% de cada compra que se realiza en juegos como **Farmville**. Algunos de los títulos ya han llegado a Google+, pero, por el momento, la mayoría de los jugadores están en la red social fundada por **Mark Zuckerberg**. Hace unas semanas, analistas externos habían valorado Zynga en unos 14.050 millones de dólares. Esta cantidad, es superior al valor de mercado de **Electronic Arts** (7.690 millones) y cercana a los 14.210 millones de **Activision Blizzard**, dos de las com-



La aventura iniciada por LinkedIn y Groupon anima a otras tecnológicas a salir a la Bolsa.

pañías más importantes del mercado de los videojuegos.

Sin embargo, y a pesar de la enorme expectación que ha suscitado esta operación, la caída en Bolsa de varios valores de internet que entraron recientemente en el mercado de Nueva York despierta temo-

res entre analistas de que se esté conformando una nueva burbuja especulativa 'punto com', cuando, además, se perfila la entrada en Bolsa del gigante de las redes sociales Facebook.

La página de ofertas Groupon, la red social profesional LinkedIn e

incluso el portal de críticas y recomendaciones **Angie's List** entraron en Bolsa en 2011 y ahora cotizan por debajo de su precio de entrada al mercado. Para el analista Lou Kerner, especialista del sector de internet y de las empresas que no cotizan, en la consultora Liquidnet,

## Un negocio que se come ya el 20% de la publicidad en internet

■ Según un estudio de ComScore, las redes sociales poseen más del 20% de toda la publicidad online. MySpace y Facebook distribuyen más del 80% de esa torta. Pero la realidad indica que los modelos de publicidad deben adaptarse. "La publicidad por 'clicks' no funciona bien porque

el usuario de una red social "no pincha", aunque hay grandes oportunidades para anuncios segmentados. Precisamente dentro de este universo 'online' muchas redes sociales tienen una cierta especialización, lo que puede facilitar aún más la segmentación publicitaria. Existe una 'nube' de redes sociales

enfocadas a un determinado uso o sector de población. La más grande por usuarios, MySpace, está claramente enfocada a la música, mientras que otras están centradas en asuntos como viajes (Dopplr, TripAdvisor), cine y televisión (Reality Wanted, Flixter), Fotos (Flickr, Fotolog), Vídeos (YouTube), o profesionales (Xing,

LinkedIn). Una encuesta de Business Insider reveló que casi un 60% de sus usuarios tienen una buena posición económica y que principalmente se usa para explicar qué está haciendo. Sólo un 8% lo usa para publicidad o recomendar algún producto. Son interesantes los datos que reflejan que el 60% de los usuarios abandonan la red social después de un mes o que el 70% son cuentas vacías, sin uso

## La burbuja se desinfla

En definitiva, el interés suscitado por las compañías cuyo negocio está relacionado con las redes sociales se ha desinflado como un globo pinchado. Aunque según los expertos de **MFS Investment Management** "no puede compararse con la burbuja de las *punto.com* de hace una década".

**Muchas tecnológicas que salen a Bolsa no necesitan financiación, sino que lo hacen como una herramienta para compensar a sus empleados**

A pesar de que los inversores han seguido con expectación la salida a bolsa de firmas como LinkedIn -que dobló valor su primer día de cotización en Bolsa- y esperan ansiosos el día en que Facebook lance su oferta pública de venta, además de la presencia de fundadores de nombres como Facebook, **Apple**, **Amazon** o **Microsoft** en la lista de personas más ricas del mundo, "no estamos viendo una repetición de la burbuja de entonces", aseguran.

En primer lugar, porque el negocio ha cambiado. Si hace una década las firmas de internet se valoraban en función de las visitas o clicks, ahora se hace en función de la publicidad que puedan atraer y de su capacidad para ofrecer información sobre los hábitos de consumo de sus miembros.

Además, también ofrecen información valiosa acerca de sus relaciones con la comunidad. "Las redes muestran más información de sus usuarios de la que ha ofrecido Google con su sistema de búsqueda", concluye este informe, lo que resulta de gran interés para las empresas y sus anunciantes.

Para estos expertos, "las grandes diferencias entre las firmas hoy y las de 2000 son los modelos de negocio con ingresos recurrentes, la diferenciación competitiva y el camino hacia la obtención de beneficios", explica, citando el ejemplo de Facebook y LinkedIn, con posiciones competitivas y grandes barreras de entrada.

También creen que a diferencia de una década, los modelos de negocio son mucho más estables. "Muchas firmas que salen a bolsa no necesitan financiación de la bolsa, sino que tienen grandes cantidades de cash y lo hacen como una herramienta para compensar a sus empleados", comentan.

Además, las firmas sólo están empezando ahora a obtener beneficios. La clave es cómo de grande es el pastel que estamos en un primer estadio de su evolución.