



Tirada: **60.523**
 Difusión: **40.077**
 (O.J.D)
 Audiencia: **140.270**
 (E.G.M)
 Ref: **2840280**

CincoDías

Economico **Diaria**
Economía
2ª Edición **30/11/2009**

Superficie: **828,00 cm²**
 Ocupación: **67.54%**
 Valor: **6.856,64**
 Página: **10**



1 / 1

Facebook y Twitter quieren pasar el examen de la Bolsa

Las redes sociales deben convencer a los inversores de que sabrán rentabilizar sus amplias audiencias

S. MILLÁN / M. JIMÉNEZ Madrid

Facebook y Twitter dieron la pasada semana nuevos pasos en dirección a los mercados financieros. La primera aprobó un cambio de su estructura accionarial, creando títulos B, en los que se transformarían las participaciones que actualmente están en manos de los fundadores y actuales inversores, y títulos A, que serían colocados en Bolsa. Por su parte, Biz Stone, cofundador de Twitter, señaló que la empresa acudiría a los mercados en busca de financiación, si fuese necesario.

Ahora bien, para cumplir estas metas, según comentan fuentes del mercado, deberán convencer a los inversores de que tienen un plan de negocio solvente con unas fuentes claras de ingresos. En el caso de Twitter, con sus cerca de 58,3 millones de usuarios, las cuentas no han sido muy transparentes hasta ahora. Stone ha señalado que su empresa alcanzó unos ingresos de cuatro millones de dólares en el último trimestre gracias a acuerdos firmados con compañías como Microsoft, que ha pagado a Twitter por indexar los comentarios de *microblogging* de los usuarios en el buscador Bing. Además, afirmó que la firma va a lanzar nuevos servicios para empresas con los que aspira a generar ingresos.

Facebook, que puede presumir de haber superado los 300 millones de usuarios, ha dado alguna pista más sobre sus cuentas. A lo largo de este año, sus directivos han señalado que la empresa va a alcanzar unos ingresos de 500 millones de dólares (unos 334 millones de euros), un 70% más que en 2008, además

de entrar en *cash flow* positivo. Con este ritmo, tanto Facebook como Twitter quieren repetir el éxito que Google logró en 2004 con su salida a Bolsa, que le llevó a captar 1.670 millones de dólares. Eso sí, Google ya era entonces un pequeño monstruo que generaba un alto volumen de negocio. En el tercer trimestre de 2004, en el que se hizo la operación, facturó 805 millones de dólares, un 105% más que en el año anterior, con un beneficio superior a 50 millones.

Alternativas

Enrique Dans, profesor del Instituto de Empresa (IE), explica que ambas empresas "saben lo que tienen. Se han convertido en ecosistemas propios y no tienen competencia". Este experto cree que tienen la opción de seguir exprimiendo el capital riesgo o ir a la Bolsa "lo que les daría un alto grado de recursos además de experimentar un cambio de dimensión enorme, lo que le sucedió a Google".

Dans advierte que la situación de los mercados puede ser clave para ir adelante con la operación. "No es la misma la situación actual de las bolsas que la que había a principios de este año", señala el profesor del IE, quien añade que podrían optar por una salida a Bolsa más conservadora y esperar a que fuera el mercado el que fijara los precios iniciales de cotización como sucedió con Google.

Lo cierto es que a ninguna de ellas le ha faltado hasta ahora el apoyo de los inversores. Twitter recibió una inyección de 100 millones en septiembre pasado por parte de un grupo de inversores encabezado por Insight Venture Partner

Cuando Google salió a Bolsa, ya facturaba más de 800 millones de dólares por trimestre



Empleados de Facebook en su sede en Palo Alto (California). BLOOMBERG

LAS CIFRAS

500 millones de dólares puede ser el volumen de negocio de Facebook este año.

200 millones de dólares recibió Facebook en mayo de la compañía rusa Digital Sky Technology.

100 millones de dólares percibió Twitter en su última ronda de financiación que tuvo lugar en septiembre.

y T. Rowe Price, lo que valoraba la compañía en cerca de 1.000 millones. Por su parte, Facebook cerró en primavera una ronda de financiación de 200 millones de dólares, aportados por la rusa Digital Sky Technology.

Y probablemente habrá más de un inversor llamando a la puerta. De momento, algunos de los más especializados han decidido acudir a mercados secundarios como SecondMarket o SharePost a comprar acciones de Facebook de empleados y ex trabajadores, quienes recibieron permiso de la empresa para vender los títulos. Bloomberg señaló la pasada semana que las acciones de la red social habían subido un 42% en el último trimestre hasta alcanzar 21 dólares, lo que confería una valoración a la firma de 9.500 millones.

En cualquier caso, el proceso ha comenzado. Facebook y Twitter son atractivos, pero deben convencer a la comunidad financiera de que son capaces de generar ingresos. De no hacerlo, se correría el riesgo de repetir situaciones similares a las que tuvieron lugar en la época de la burbuja de las *puntocom*.

Los riesgos de la pérdida de popularidad

Si hay un riesgo que corren las redes sociales es la posible pérdida de popularidad ante la llegada de otras más *cool*. Quizá Facebook ha podido consolidarse, pero lo cierto es que su rival MySpace parecía imbatible hace poco tiempo y, sin embargo, ha obligado a su propietaria, News Corp, a afrontar una dura reestructuración. El holding de Rupert Murdoch se vio obligada a hacer el pasado verano un ajuste de 480 millones

de dólares en el valor de su filial Fox Interactive Media, matriz de MySpace, como consecuencia del deterioro de sus activos y asumir unos costes de reestructuración de 180 millones (despidió a 700 empleados).

MySpace, por la que Murdoch pagó 580 millones en el año 2005, parece haber perdido la magia. La empresa vio como el tráfico de sus usuarios hacia sus contenidos online en EE UU bajaba un 16% en octubre



Biz Stone, cofundador de Twitter. BLOOMBERG

hasta 64 millones de visitantes únicos. La firma quiere fortalecer su presencia en la música y, tras comprar el iLike recientemente, quiere hacerse con la red social especializada Imeem.

De momento no es comparable, pero esta semana la revista online *Techcrunch*, citando datos de ComScore, señalaba que la audiencia de Twitter pasó de 58,4 millones de usuarios en septiembre a 58,3 millones en octubre.