

Tirada: 10.674	Expansión Edición Catalunya	Superficie: 715,00 cm²
Difusión: 7.296 (O.J.D)		Ocupación: 63.22%
Audiencia: 25.536	Nacional Diaria	Valor: 2.527,47
Ref: 5026373	General	Página: 48
	1 ^a Edición 02/10/2013	



GESTIÓN

Cómo gestionar de forma adecuada una salida a bolsa

TWITTER La empresa tecnológica pretende evitar los errores que cometió Facebook.

Víctor M. Osorio, Madrid
"Facebook es un ejemplo claro de cómo no hacer las cosas cuando te planteas una OPV. Su salida a bolsa estuvo mal gestionada", asegura Enrique Dans, profesor de Sistemas y Tecnologías de la Información de IE Business School. De hecho, varios errores técnicos convirtieron su estreno en una oleada de demandas y pérdidas para los inversores (sus acciones cayeron un 24% en la primera semana, aunque ahora se encuentren en un buen momento). Pero más allá de esas cuestiones, ¿cuáles son los retos a los que se enfrentan los gestores de una compañía antes de completar una operación de este tipo? "El equipo directivo se juega su prestigio en la elección del momento, del precio y de los colocadores de las acciones. Son tres de las decisiones más importantes. Las salidas a bolsa suelen probar la catadura moral de los implicados. La gente se retrae", dice Guido Stein, profesor de Dirección de Personas en las Organizaciones de IESE.

Los tiempos
Lo primero es por tanto seleccionar bien los tiempos. "Twitter ha iniciado el proceso en un momento interesante porque la dinámica del mercado es ascendente, las empresas tecnológicas atraviesan un buen periodo y cuenta con un CEO, Dick Costelo, muy estable y que está siendo bien valorado por los mercados", dice Enrique Dans.

El otro aspecto importante respecto a los tiempos es cuánto dura el proceso, por-



Dick Costelo, consejero delegado de Twitter.

que desde que se envía la documentación hasta que se completa la operación, la empresa no debería hacer anuncios significativos. "Estás indefenso porque cualquiera puede opinar sobre ti y tienes que estar bastante callado. El equipo directivo está muy limitado durante ese periodo porque cualquier cosa que haga puede acarrear una sanción, te pueden retrasar la salida... Además, pasas un tiempo en el que tienes que aplazar decisiones de gestión", añade Dans.

El precio y los colocadores
Otra decisión clave es el precio de la acción. "Tienes que priorizar entre captar el máximo dinero posible y ya veremos; o buscar una estabilidad adap-

"El equipo directivo se juega su prestigio en la elección del momento, el colocador y el precio", dice Guido Stein

"Durante un tiempo, la empresa tendrá que aplazar decisiones y deberá estar callada", sostiene Enrique Dans

tando el precio al valor real del activo. Esa es la pregunta que se debe hacer la dirección de la empresa y la respuesta no es siempre la misma. En cualquier caso, determinará el tipo de accionista que tendrá la compañía: estables y a largo plazo o no", sostiene Guido Stein. "En mi opinión, una parte importante de los fallos que cometieron Bankia o Terra en sus salidas se debieron a que miraron demasiado a corto plazo y ésta suele ser una visión que no se sostiene en el tiempo", añade Ceferi Soler, profesor del Departamento de Gestión de Personas y Organizaciones de Esade.

Otro de los problemas que tuvo Facebook en su estreno fue la gestión de los bancos de inversión elegidos para colocar sus acciones. "Las compañías tecnológicas son muy atractivas para el gran público y es complicado conjugar todos los

intereses cuando se reparte el pastel y los bancos quieren quedar bien con sus clientes", opina Enrique Dans.

Las otras cuestiones

Un proceso como una OPV puede tener además muchos imprevistos aparejados. "La salida a bolsa afectará a toda la compañía. Puedes llegar a plantearte hasta si necesitas cambiar el tipo de gestores que necesitas porque a partir de ese momento el mercado empezará a valorar a tu equipo directivo", asegura Guido Stein. "No es lo mismo dirigir una empresa que está en bolsa que una que no, así que puede ser un buen momento para incorporar a gente nueva", completa Ceferi Soler.

Otro aspecto clave es conseguir alinear todas las motivaciones: "Puedes tener a parte de tu gente distraída, sobre todo a los que tengan acciones y puedan estar pensando si se van a hacer millonarios o no", dice Dans. Y es que, una salida a bolsa no debería interrumpir la marcha normal de la compañía, aunque la afectará seguro. "A corto plazo, el foco de la empresa estará puesto ahí y las manos estarán un poco atadas a la hora de tomar decisiones", concluye Soler.

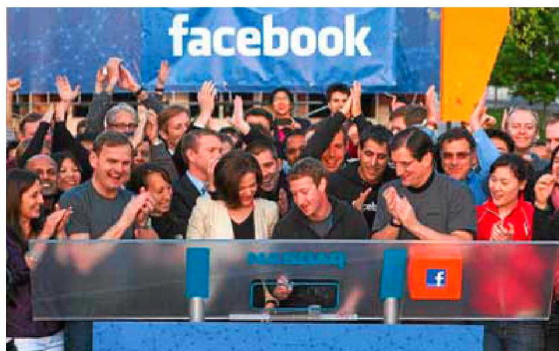


Imagen de la salida a bolsa de Facebook.