

Visítalo en: <http://www.labolsa.com/canales/598/>

LA DELICADA PSICOLOGÍA DE LAS SALIDAS A BOLSA

LaBolsa.com

20 de junio de 2002

Si indudablemente los factores psicológicos juegan un papel crucial en el mundo de los mercados financieros, posiblemente cuando hablamos de las salidas a bolsa de compañías el peso de este factor se multiplica.

En las salidas a bolsa al inversor se le pide que ponga su dinero en algo que todavía no ha pasado el refrendo de los mercados, debe fiarse en exclusiva de unas pocas valoraciones de expertos (subjetivas y lamentablemente en creciente descrédito) y por ello en gran medida su decisión se basará en su percepción personal de la compañía y en el sentimiento al respecto de la operación que pueda calibrar a su alrededor. Es por ello que sistemáticamente las vísperas de una salida a bolsa empezamos a ver masivas campañas publicitarias de empresas que de otro modo no invertirían un euro en tales menesteres, como es el caso estos días de Enagas (es obvio que el televidente medio no está interesado en contratar transporte de gas natural, pero sí en invertir sus ahorros). En esta línea hace unos días nuestro forista Satán expresaba su miedo ante los numerosos anuncios de Endesa en televisión, que para él pueden ser el prelude de una emisión de bonos o una ampliación de capital.

El caso es que si la salida a bolsa de Enagas comenzó con bastante buen pié en el ámbito psicológico, los últimos días están empezando a surgir algunos obstáculos que podrían perjudicar el éxito de la operación. Por una parte está el propio entorno del mercado, que si no cambian mucho las cosas va a recibir a la nueva incorporación cerca de los mínimos anuales; hasta cierto punto el carácter "defensivo" de Enagas podría mitigar este factor o incluso beneficiar a la compañía, aunque está claro que el ánimo de los inversores no es el mejor del mundo en esta época.

Además está el hecho de que, confirmando los pronósticos, algunos inversores institucionales han anunciado su decisión de no acudir a la operación; es el caso de compañías eléctricas como Iberdrola, que como crecientes consumidoras de gas debieran estar especialmente interesadas en entrar en el capital de Enagas.

Por último la propia Enagas y los bancos que coordinan la operación han decidido fijar el precio máximo minorista de la operación en 7,55 euros, el mayor precio posible dentro de la banda orientativa que en su día proporcionó la compañía; la decisión se apoya en la fuerte sobresuscripción que se ha producido hasta la fecha, que ha podido hacer pensar a sus organizadores que el éxito está asegurado.

Como comentábamos en un artículo sobre la salida a bolsa de Enagas, éste no parece a priori un precio desorbitado; sin embargo queda por encima de algunas de las valoraciones realizadas por terceros bancos, y por otra parte la aparente "codicia" de los organizadores de la OPV ha empezado a generar cierto malestar entre los potenciales inversores, y en nuestro foro ya han surgido comentarios que hablan de los "empomados" en Enagas. De hecho se dice que los propios bancos colocadores de la operación están presionando a Gas Natural para que rebaje finalmente el precio de salida de su filial.

Indudablemente este tipo de factores no tienen porqué provocar el fracaso de la salida a bolsa de Enagas, pero tampoco invitan a un optimismo desahogado. Es lógico pensar que los responsables de la operación no querrán poner en peligro el éxito de la OPV, con el riesgo que ello supone teniendo en cuenta que es la primera en una larga temporada en la bolsa española, y que de su evolución podría depender que nuevas compañías se animen a intentarlo.

Por eso no sería extraño que el lunes el precio institucional de la colocación (y con él el destinado a los minoristas) sea fijado por debajo de los 7,55 euros, restando parte de las ganancias a Gas Natural para entregárselas a unos inversores muy castigados en los últimos años.

Al margen de la salida a bolsa de Enagas es interesante señalar cómo son varias las empresas que se han visto afectadas por problemas de ámbito psicológico en sus procesos de salida a bolsa. Hace tiempo hablábamos en otro artículo del caso de Parques Reunidos, que el día de su estreno en el parquet sembró el pánico en la Bolsa de Madrid con las peligrosas andanzas de una elefanta desbocada; desde entonces la acción ha caído un 60%.

Hoy se está dando otro caso curioso y bastante cómico, salvo desde el punto de vista de los directamente afectados, en la división de consultoría de Price Waterhouse Coopers; esta división está actualmente en proceso de separación de su matriz (dedicada a la auditoría), en línea con lo que han hecho los grandes grupos del sector en los últimos años (en especial desde que el caso Enron destara la polémica sobre el conflicto de intereses entre auditores y consultores).

Dentro de este proceso de separación, la división de consultoría ha cambiado su denominación a la de Monday (la auditoría conserva el nombre de Price Waterhouse Coopers), y tiene previsto salir a bolsa a finales del actual ejercicio. Para presentar su nueva identidad corporativa (en la que han invertido más de 100 millones de euros), han creado una página web llamada introducingmonday.com ("presentando a Monday").

El caso es que algún avezado bromista ha registrado en el Reino Unido (uno de los principales mercados de Monday) el mismo nombre de dominio con la extensión inglesa y ha creado una web en la que se comenta el cambio de denominación de la consultora, y se muestran unos burros bajo el comentario de "*Tenemos vuestro nombre, la, la, la, todo el mundo lo sabe*".

Todo un gol para una compañía que se presenta como líder en la consultoría de gestión y servicios tecnológicos, con más de 33.000 empleados y ventas anuales de más de 7.000 millones de euros, y que tendrá que esforzarse bastante para lavar su imagen si pretende que su salida a bolsa sea un éxito.