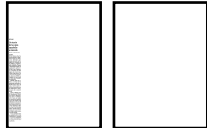


| | | | |
|--|---|--|--|
| Tirada: 78.440 Difusión: 48.658 (O.J.D) Audiencia: 170.303 (E.G.M) Ref: 1394895 | Expansión Economico Diaria Economía 2ª Edición 15/05/2007 | Superficie: 131,00 cm ² Ocupación: 11.58% Valor: 1.156,65 Página: 14 |  1 / 1 |
|--|---|--|--|

ESTUDIO

Un tercio de las opas españolas se desvela con rumores

A.G. Madrid

En los últimos años, las ofertas públicas de adquisición (opas) son operaciones habituales que ocupan gran parte de los espacios de economía de los medios de comunicación españoles. Pero no todo el proceso de fusión o adquisición despierta el mismo interés. La fase inicial de la opa, el anuncio, es el momento que más páginas de prensa ocupa, a pesar de que sólo en un 40% de los casos, el anuncio oficial a la CNMV, se completó con una rueda de prensa de las sociedades implicadas.

Además, según un estudio, un tercio de las operaciones realizadas en España entre enero de 2003 y enero de 2007, estuvieron precedidas por la publicación de rumores antes de su anuncio oficial.

Según el informe, elaborado por la consultora de comunicación Llorente & Cuenca e *Intereconomía* sobre la comunicación de opas, que analiza las operaciones españolas con un valor superior a 150 millones de euros, en casi la mitad de las opas se mejoró el precio inicial. El récord lo detentan las ofertas de Mittal sobre Arcelor y las de los hermanos Ballvé y Permira sobre Telepizza, en las que el precio final fue hasta un 40% superior al inicial.

En el periodo de tiempo analizado, el 32% de las operaciones se concentró en el sector inmobiliario, y el 80% de las ofertas se concretó mediante pago en efectivo.