

Pretende expandir su alcance global

Spotify pacta alianza con la firma china Tencent Music

Ambas compañías tecnológicas llegaron a un acuerdo en el que intercambiarán poco menos de 10 por ciento de sus acciones que circulan en el mercado

Anna Nicolaou/Nueva York

La unidad de música de Tencent y Spotify adquieren participaciones minoritarias una de otra, lo que marca el más reciente movimiento del gigante chino de internet para expandir su alcance global y dar un camino al servicio sueco de *streaming* al muy popular mercado de música de China.

Spotify y Tencent Music Entertainment intercambiarán entre sí participaciones accionarias de poco menos de 10 por ciento, de acuerdo con personas familiarizadas con el asunto, mediante compras de nuevas acciones en efectivo, antes de las ofertas públicas iniciales previstas para el próximo año.

De manera separada, la matriz Tencent Holdings realizará compras secundarias en Spotify para compensar la diferencia en las valoraciones que existe entre los dos servicios de música. Spotify logró una valoración de 8 mil 500 millones de dóla-



DADO RUVIC/REUTERS

El servicio de *streaming* vale alrededor de 8 mil 500 mdd.

La firma china quiso adquirir la *app* de música, pero la *startup* sueca no accedió

res (mdd) en una recaudación de fondos de 2015, aunque los analistas estiman que su valor podría ser de al menos 20 mil

mdd si comienza a cotizar públicamente sobre la base del rápido crecimiento de usuarios y la recuperación en el sector de música. Tencent Music logró una valoración de cerca de 6 mil mdd el año pasado, y se informó que busca una cotización pública de 10 mil mdd.

Tencent, el conglomerado que está detrás de la popular plataforma de mensajes WeChat, compite por expandir su

presencia fuera de su mercado nacional a través de adquisiciones e inversiones en el extranjero.

El mes pasado, Snap, la matriz del grupo de redes sociales Snapchat, reveló que Tencent acumuló una participación de 2 mil mdd en el negocio, una participación que se ubica como la quinta más grande que tiene una compañía china en un grupo estadounidense de tecnología, de acuerdo con S&P Global.

En marzo, la compañía adquirió una participación de 5 por ciento en Tesla, el fabricante de coches eléctricos, y el año pasado, Tencent pagó 8 mil 600 mdd por una participación mayoritaria en Supercell, la *startup* finlandesa detrás del exitoso juego *Clash of Clans*.

Anteriormente la compañía china intentó comprar Spotify, pero la *startup* sueca no quiso vender, de acuerdo con personas familiarizadas con la situación.

Spotify tiene más de 140 millones de clientes, de los cuales 60 millones sus suscriptores de paga, opera en 61 países y se le da un crédito parcial de que ayudó a mejorar los ingresos de la industria de la música después de décadas de pérdidas provocadas por la piratería.

Pero todavía no se encuentra en China, uno de los mercados de música de mayor crecimiento en el mundo, donde los consumidores cada vez más utilizan los servicios de *streaming* en sus teléfonos móviles. El mercado de música grabada de China creció 20 por ciento el año pasado, muy por encima del promedio global de 6 por ciento, de acuerdo con IFPI, el organismo de la industria discográfica.

Las tres aplicaciones de música de Tencent dominan el mercado chino con un total combinado de más de 500 millones de usuarios activos mensuales.