

Spotify va por todo y ahora sumará a los audiolibros

10/06/2022



Los audiolibros se sumaron como nuevo producto a la plataforma de streaming de audio de Spotify con una audiencia global de más de 422 millones de oyentes, que busca tener una oportunidad rentable de 70.000 millones de dólares anuales como parte de sus objetivos comerciales.

En la primera presentación anual para inversores realizada el miércoles en la ciudad de Nueva York, Estados Unidos, la compañía sueca Spotify Technology S.A. adelantó sus planes de convertir los audiolibros en el tercer pilar de su negocio por detrás de la música y los podcast, consignó la agencia de noticias DPA.

El fundador y CEO de Spotify, Daniel Ek, anticipó que los audiolibros en la plataforma tendrán «márgenes saludables» por

encima del 40 por ciento y serán un negocio rentable, en un panorama donde esperan alcanzar ingresos por 100.000 millones de dólares en los próximos 10 años, llegar a los mil millones de usuarios para 2030, y la promesa de elevados márgenes de beneficio con la expansión en los podcasts y audiolibros que realiza la empresa.

Spotify compró a fines del año pasado la distribuidora de audiolibros Findaway creada en 2005, que actualmente se encuentra en proceso de aprobación por la división antimonopolio del departamento de Justicia de Estados Unidos para su concreción.

De este modo, **la plataforma de audio ingresaría al mercado de audiolibros liderados por proveedores de servicios como Apple, Audible (Amazon), Google, Scribd, Audiobooks.com. Esto ayudará a «expandir el mercado y crear valor para usuarios y creadores», consignó Ek.**

«Hoy en día, el tamaño global del mercado del libro se estima en 140.000 millones de dólares. Esta cifra incluye los libros impresos, los libros electrónicos y los audiolibros, y los audiolibros sólo tienen una cuota de mercado de entre el 6% y el 7%», explicó el CEO de Spotify.

«Si nos fijamos en los mercados de audiolibros con mayor penetración, en realidad, se acerca al 50% del mercado. Esto supone una oportunidad anual de 70.000 millones de dólares para expandirnos y competir», afirmó citado por el portal especializado Techcrunch.

Los audiolibros se adscriben al modelo híbrido de negocio «freemium» que conjuga el acceso libre con funcionalidades de pago para ser un negocio sostenible.

«Creemos que esto representa una oportunidad realmente única para introducir a los oyentes de música y podcasts de todo el mundo en los audiolibros y ampliar drásticamente ese mercado», añadió Nir Zicherman, responsable de audiolibros y contenidos

de Spotify, durante la presentación.

Aparte de música, podcasts y audiolibros, Spotify también tiene previsto introducir nuevos tipos de contenido en los próximos 10 años, señaló el CEO.

Las acciones de la compañía subieron un 6,5% el miércoles después de perder un 53% de su valor de mercado en lo que va de 2022, para una caída del 24% del índice sectorial de servicios de comunicación S&P 500 que incluye a Spotify y otras empresas de medios y redes sociales.

A pesar de la actual recesión económica, la previsión a largo plazo contempla alcanzar 100.000 millones de dólares de ingresos en la próxima década -en 2021 fue de 11.400 millones de dólares-, un margen bruto del 40% y uno operativo del 20%.

Spotify ofrece una plataforma única de experiencia de consumo fue creada en 2008 y salió a bolsa en 2018. Actualmente su servicio de suscripción de streaming tiene más de 422 millones de usuarios mensuales, cerca de 100 millones en América Latina, y 182 millones de suscriptores globales, más de 82 millones de canciones y 4 millones de podcasts, potenciado por su aplicación gratuita de creación y almacenamiento Anchor, como oferta.