

La apuesta exitosa del fenómeno Pandora Music

- Comenzó como una plataforma de exposición para artistas poco conocidos
- En Estados Unidos, acapararon el 9.13% de la audiencia radial en mayo

Marie Custodio Collazo
mcustodio@elnuevodia.com
@MCustodioEND

■ Pandora se ha convertido en un punto de referencia para la radio en internet, pero a juicio de su fundador, **Tim Westergren**, las condiciones que rodearon su desarrollo darían la impresión de que su éxito era poco probable.

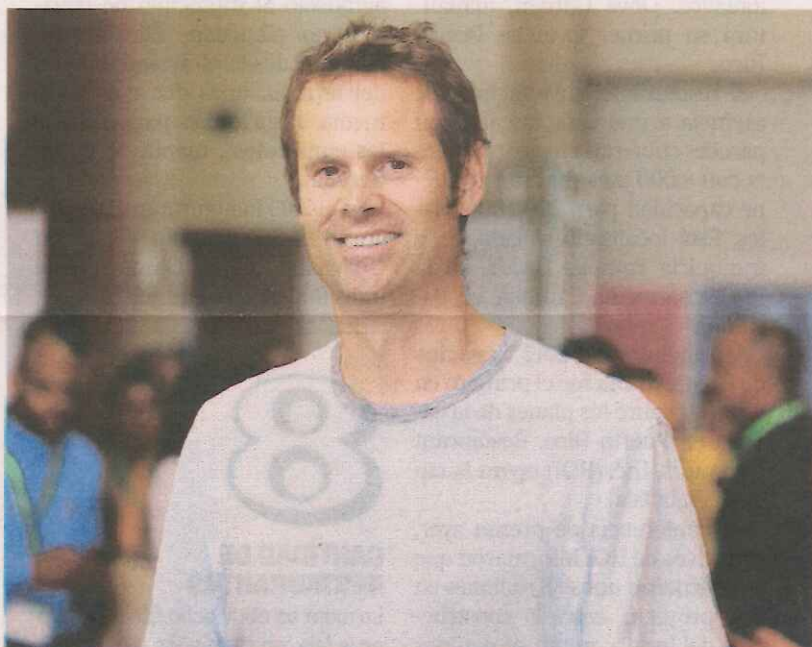
El músico convertido en emprendedor fue el orador durante el almuerzo del primer día de la Convención de la Cámara de Comercio de Puerto Rico (CCPR), lo que representó su primera presentación ante un grupo cuyo idioma principal no es el inglés.

"Es una pena porque una de las cosas que lamento es que no hayamos expandido más en el mercado internacional", dijo Westergren durante su alocución de cerca de una hora.

Pandora cuenta con unos 250 millones de usuarios registrados, y según su informe de audiencia de mayo de este año, estos promediaban unas 1,730 millones de hora de música transmitida en el mes. Su mercado principal está en Estados Unidos, donde acapararon el 9.13% de la audiencia radial en mayo.

El servicio en línea se basa en las preferencias de los usuarios, por lo que indicó que tienen un portafolio amplio de música en español, el cual continúa creciendo, a tono con el objetivo original de Pandora, que es darle una plataforma de exposición a artistas poco conocidos.

Este fue, precisamente, el problema que quería resolver Westergren cuando logró montar un equipo de músicos y programadores a principios de la década del 2000 para el Music Genome Project. Mediante el análisis y



Tim Westergren opina que los artistas pueden capitalizar sobre los seguidores que ganan a través de la radio en Internet.

clasificación de miles de piezas musicales, el grupo buscaba poder ofrecer sugerencias de canciones basadas en criterios similares de búsqueda.

De esta manera, los usuarios descubren artistas que no conocen, pero que tienen elementos comunes con la música que les gusta, y pueden comprar sus sencillos o discos. Esto último va a la par con el sueño de Westergren, de ampliar la industria musical y que sea más fácil para que artistas desconocidos puedan vivir de su talento.

"Mi sueño es que un día, puedas graduarte de la escuela y decirle a tus padres que te quieres dedicar a la música, y que en vez de entrar en pánico, lo vean como una buena idea", manifestó.

Varios miles de artistas, ahora, uti-

lizan Pandora como su única plataforma de exposición, ya que sus canciones pueden sonar cerca de un millón de veces cada mes.

Hacia el futuro, Westergren visualiza a los artistas capitalizando sobre esos seguidores que están ganando a través de los servicios de radio por internet. Por ejemplo, que puedan identificar dónde están y enviarles notificaciones cuando van a estar en esa ciudad para que compren taquillas y los vayan a ver en vivo.

TRANSFORMAN LA RADIO

El fundador de Pandora relató que la empresa comenzó como un servicio a otros negocios, quienes utilizaban la base de datos clasificada para buscar música. Sin embargo, en una de sus iteraciones, crearon el servicio para

los consumidores, con la idea de transformar la forma en que las personas consumen música.

"La gente no estaba contenta con la radio y lo que habíamos construido eran recomendaciones basadas en canciones, que permitían radio personalizada. El internet ya lo permitía porque había una penetración de más de 60% en Estados Unidos", recordó.

Reconoció que no tenían un modelo ni un plan de negocios establecido, sino que fueron tocando de oído. Eso les hizo difícil conseguir financiamiento, en especial después de la explosión de la burbuja de las empresas de internet. Sin embargo, luego de más de 300 presentaciones a inversionistas lograron una apuesta que les permitió pagar los salarios atrasados de sus empleados y lanzar Pandora.

En el 2011, la empresa salió al mercado de valores y levantó \$234.9 millones en su oferta pública inicial, la transacción más grande de la industria de internet desde la caída de las llamadas "dot com". Hoy, Pandora tiene más de 1,300 empleados alrededor del mundo.

"Las probabilidades de hacer esto y tener éxito eran pocas. Pero cuando hablo de esta historia, mi perspectiva es que la mayoría de nosotros, cuando piensa en el futuro, el gran miedo es el miedo al fracaso; y nunca pensamos en el miedo a tener 75 años y arrepentirte de lo que no hiciste o las ideas que no intentaste", expresó Westergren, al tiempo que exhortó a los jóvenes a darle una oportunidad a sus ideas antes de descartarlas por temor a fracasar.

Al mismo tiempo, afirmó que para que la gente pierda el miedo y se motive a emprender, la sociedad tiene que invertir en el empresarismo y en

"Mi sueño es que un día, puedas graduarte de la escuela y decirle a tus padres que te quieres dedicar a la música, y que en vez de entrar en pánico, lo vean como una buena idea"

Tim Westergren
Fundador de Pandora Music



USUARIOS E
INGRESOS

250

Millones de usuarios registrados en Pandora

\$234.9

millones de dólares Lo que levantó la empresa en el 2011, en su oferta pública inicial en el mercado de valores, la transacción más grande de la industria de internet desde la caída de las llamadas "dot com".

tener una cultura que apoye a quienes están probando sus ideas. Mencionó que unas de las razones por las que él y su equipo se mantuvieron con el proyecto pese a todos los tropiezos fue porque estaban en San Francisco, California, rodeados de un montón de otra gente en la misma situación que ellos, por lo que no se avergonzaban cuando no les estaba yendo bien.