

Alibaba anuncia una agresiva expansión internacional tras su OPV

Se presenta como la alternativa más seria al dominio de EE UU en comercio electrónico

El gigante chino Alibaba desveló ayer que iniciará una agresiva expansión internacional tras empezar a cotizar. Se espera que la empresa de comercio electrónico más grande del mundo debute esta semana en la Bolsa de Nueva York y que recaude unos 24.000 millones de dólares, frente a los 16.000 que logró Facebook.

MARIMAR JIMÉNEZ Madrid

Alibaba quiere dejar de ser una desconocida fuera de China y jugar en la misma liga global de los grandes del comercio electrónico. Así se desprende de las palabras de su presidente y fundador Jack Ma, que ayer aseguró en Hong Kong que su compañía planea lanzar una agresiva expansión en EE UU y Europa tras su OPV prevista para final de semana en la Bolsa de Nueva York. Un movimiento que golpeará a otros titanes del e-commerce como Amazon y eBay.

El directivo, que está inmerso en un amplio road show por todo el mundo para atraer a los inversores (tras Hong Kong, la siguiente parada será Singapur), está pendiente del cierre del proceso de salida a Bolsa, donde inicialmente la compañía mantiene un rango de precio de entre 60 y 66 dólares por acción. No obstante, en las últimas horas en el mercado se especulaba con que Alibaba podría situar la parte alta del rango en el entorno de los 70 dólares. Al cierre de esta edición, la compa-

ñía no se había pronunciado aún sobre este cambio, que llegaría después del gran interés que ha despertado la salida a Bolsa de la empresa asiática entre los inversores.

La ambiciosa oferta pública inicial del grupo chino busca en un principio captar hasta 24.000 millones de dólares (185.400 millones de euros) entre potenciales compradores de los 320 millones de acciones que ofrecerá al mercado como *american depositary shares* (ADS). La cifra es muy superior a los 16.000 millones de dólares recaudados por Facebook.

Todas las señales indican que los inversores están hambrientos por esta oferta pública inicial", ha dicho Carson Block, fundador de la firma financiera Muddy Waters. Así, Wall Street se prepara para vivir esta semana una jornada histórica con esta salida a Bolsa, la mayor hasta ahora y que dejará una marca indeleble en los mercados financieros de Nueva York.

Desafío a Amazon y eBay
 "La gran promesa a la que la mayor parte de los inversores individuales norteamericanos permanecen ajenas", señala en su blog **Enrique Dans**, profesor del IE Business School, "es que la salida a Bolsa de la compañía [Alibaba], en realidad representa el intento de trasladar el dominio que tiene en China al ámbito mundial, convirtiéndose en la alternativa más seria al dominio norteamericano de la industria del comercio electrónico".

En opinión de este experto, las posibilidades de un negocio como el de Alibaba tra-

pasar por el mercado de capitales norteamericano y alcanzar dimensión para atacar el mercado mundial "son insospechadas, y en este momento, difícilmente imaginables".

Alibaba es hoy la mayor empresa del mundo dedicada al comercio electrónico, gracias a que actualmente domina el 80% de ese mercado en China. Ma, el hombre más rico de China, fundó la compañía en 1999 y, desde entonces, no ha parado de dar forma a su actual imperio. El gigante chino, que podría cerrar su actual



Jack Ma, presidente y fundador de Alibaba. REUTERS

ejercicio con una facturación de unos 9.500 millones de dólares, un 43% más, con un margen neto en el entorno del 50%, está formado por diferentes negocios: Taobao (dedicado al comercio online entre particulares y similar en tamaño a eBay), Alibaba.com (centrado en el comercio elec-

trónico entre empresas), Tmall (comercio entre empresas y particulares), eTao (un comparador de precios), Alipay (su servicio de pago online, rival de PayPal) y Juhuasuan (su particular Groupon).

La firma también compró recientemente una participación de Weibo, conocida como

Gran expectación ante su debut en Bolsa

Los análisis financieros indican que la firma china comenzará su vida bursátil con un precio que será 24 veces los ingresos calculados para el año que viene. Las tablas publicadas por *The Wall Street Journal* comparan esa relación con la de Facebook (35 veces) y Amazon (71 veces), las salidas a Bolsa en el sector tecnológico más renombradas en los últimos años. Con el rango de precios fijado, la capitalización del grupo chino se si-

tuaría entre 150.000 millones de dólares y 165.000 millones, lo que colocaría a Alibaba entre las diez cotizadas estadounidenses más valiosas. Su valoración es similar a la de su más directo rival Amazon (unos 149.980 millones de dólares) y muy superior a la de eBay, cuya capitalización bursátil ronda los 63.250 millones. La firma creada por Jack Ma se queda, no obstante, lejos de Facebook, valorada en unos 192.250 millones.