

Elon Musk ya es el dueño de Twitter: pagó alrededor de \$44 mil millones

25 abril, 2022



El hombre más rico del mundo logró finalmente comprar la red social y anticipó lo que podría venir con su llegada: “nuevas funciones”, algoritmos “de código abierto para aumentar la confianza” y un esfuerzo por derrotar “los bots de spam y autenticar a todos los humanos”.

Elon Musk se convirtió en el dueño de Twitter, al desembolsar por la red social una suma que ronda los **44.000 millones de dólares**, según confirmó este lunes por la tarde la propia empresa.

El acuerdo final implica un precio por acción de 54,20 dólares en efectivo, “en una transacción valorada en aproximadamente \$ 44 mil millones. Una vez completada la transacción, Twitter se convertirá en una empresa privada”, informó la red social en un comunicado.

El precio de compra representa una prima del 38% con respecto al precio de cierre de las acciones de Twitter el 1 de abril de 2022, que fue el último día de negociación antes de que Musk revelara su participación de aproximadamente el 9% en Twitter, según la comunicación oficial.

La junta de Twitter “llevó a cabo un proceso reflexivo e integral para evaluar la propuesta de Elon con un enfoque deliberado en el valor, la certeza y la financiación. **La transacción propuesta generará una prima de efectivo sustancial, y creemos que es el mejor camino a seguir para los accionistas**” de la empresa, afirmó el presidente de la junta directiva de Twitter, Bret Taylor.

“La libertad de expresión es la base de una democracia que funcione, y Twitter es la plaza pública digital donde se debaten asuntos vitales para el futuro de la humanidad”, dijo Musk. **“También quiero que Twitter sea mejor que nunca mejorando el producto con nuevas funciones, haciendo que los algoritmos sean de código abierto para aumentar la confianza, derrotando a los bots de spam y autenticando a todos los humanos.** Twitter tiene un enorme potencial. Espero trabajar con la empresa. y la comunidad de usuarios para desbloquearlo.”

Se espera que la transacción se cierre en 2022, sujeto a la aprobación de los accionistas de Twitter, la recepción de las aprobaciones regulatorias aplicables y el cumplimiento de otras condiciones de cierre habituales, indicó el documento de la Junta Directiva.

Los argumentos de Elon Musk

Según el interés expresado en las últimas semanas por el billonario sudafricano, su objetivo con esta compra es “garantizar la libertad de expresión de la plataforma”. Por eso llevó adelante un proceso que se terminó de cerrar este lunes, tras una reunión con los representantes de los

accionistas.

Aunque los vaivenes entre Musk y Twitter datan de hace tiempo, el camino oficial se concretó a principios de abril cuando el fundador de Tesla compró el 9,2% de las acciones de la red social, acción que lo convirtió en el **mayor accionista individual** de la empresa. Una semana más tarde, el multimillonario de 50 años dio un paso más al presentar una oferta para comprar el 100% de Twitter por 43.000 millones de dólares, afirmando que era su “mejor y última oferta” y prometiendo cambios en la plataforma.

“Invertí en Twitter porque creo en su potencial de ser la plataforma para la libertad de expresión en todo el mundo. Y creo que la libertad de expresión es un imperativo social para una democracia que funcione”, describió el empresario. No obstante, añadió que desde que hizo su inversión, ahora puede ver que “la empresa no prosperará ni cumplirá con este imperativo social en su forma actual”, así que sentenció, “Twitter debe transformarse en una **empresa privada**”.

Con 83 millones de seguidores, Musk utiliza su cuenta para múltiples propósitos: realiza encuestas sobre lo que los usuarios buscan de la red social, como el botón de editar; anuncia promesas y cambios, como que irá detrás de los bots de spam y garantizará la libertad de expresión, hasta comparte memes como su reciente comparación entre Bill Gates y el emoji de una persona embarazada.

Otra de las propuestas esbozadas por Musk en sus tuits hablan de que la red social dependa menos de la publicidad, y más de un modelo de suscripción.

Fuente: Télam