
Facebook termina en buena forma un fructífero 2013

30/01/2014



La primera red social del mundo, Facebook, presenta una muy buena salud a pesar de la competencia de otras plataformas como Twitter o Snapchat, con una nueva aceleración a finales de 2013 de su rentabilidad y crecimiento, especialmente en la publicidad en dispositivos móviles.

Facebook anunció este miércoles que tuvo un desempeño mejor de lo previsto en 2013, año en que su beneficio neto alcanzó los 1.500 millones de dólares gracias al aumento de sus ingresos, principalmente por la publicidad móvil.

Las ganancias del cuarto trimestre se multiplicaron por ocho en comparación a igual período de 2012, sumando 523 millones de dólares, y el beneficio por acción, referencia en Wall Street, sobrepasó en cuatro centavos la previsión media de los analistas, situándose en 31 centavos. El volumen de negocios también fue mejor de lo esperado por el mercado, con un alza del 55% en el total del año y del 63% en el último trimestre.

Los ingresos por publicidad aumentaron a 2.340 millones de dólares en el último trimestre de 2013. La porción de publicidad móvil, una cifra muy seguida por el mercado, significó el 53% del total de publicidad en este trimestre frente a 49% en el anterior. Los ingresos por publicidad en dispositivos móviles fueron en el cuarto trimestre "casi tan importantes como la totalidad de nuestros ingresos publicitarios en el cuarto trimestre del año precedente", reveló la número dos del grupo, Sheryl Sandberg, en una teleconferencia con analistas. Sabiendo que estos eran casi inexistentes hace un año y medio se trata de uno de "los retornos más impresionantes de la historia de internet", según afirman los analistas del banco RBC.

Facebook se convirtió el año pasado en el número dos mundial de la publicidad en línea y móvil, con un segmento del mercado de 5,7% y 18,44% respectivamente (frente a 32,4% y 53,17% para el número uno, Google), según estimaciones de la empresa especializada eMarketer.

"Este fue un super fin de año para Facebook", comentó en un comunicado Mark Zuckerberg, director general de la compañía fundada hace 10 años. Zuckerberg se declaró muy satisfecho "del crecimiento de la actividad publicitaria, especialmente en dispositivos móviles" pero también destacó "el crecimiento continuo del tamaño y la dedicación de nuestra comunidad".

Según Facebook, a fines de diciembre había 1.230 millones de usuarios activos en la red social, frente 1.190 millones tres meses antes. Entre ellos, 556 millones se conectan todos los días, una cifra en alza de 49% comparada con un año atrás.
