
Facebook triplica el beneficio anual

01/02/2017



Facebook despidió el ejercicio con un beneficio de 10.220 millones de dólares. Eso representa un incremento del 180% en el año, con lo que prácticamente triplica la ganancia de hace un año. La mayor red social en Internet tenía 1.860 millones de usuarios mensuales activos al acabar 2016, que le generaron unos ingresos por valor de 27.640 millones, un 55% más que en 2015.

El incremento de los ingresos fue del 50% en el cuarto trimestre, hasta los 8.810 millones. Esa cifra de negocio le aportó un beneficio de 3.570 millones entre octubre y diciembre, lo que representa una mejora del 130% respecto al mismo periodo del ejercicio 2015. El móvil le genera el 84% de la facturación global por publicidad, donde cuenta con 1.740 millones de usuarios mensuales activos.

Facebook se reparte con Alphabet el grueso de la tarta publicitaria en Internet. Y como su rival en Mountain View, está en un proceso constante de diversificación de su modelo de negocio para seguir elevando los ingresos con nuevos servicios y tratando de quitar anunciantes a las cadenas tradicionales de televisión. Es un mercado en el que va a competir con Netflix, Amazon y YouTube.

En este sentido, la puntocom prepara una aplicación para distribuir contenido original a través de dispositivos como AppleTV. La dirección de Facebook ya advirtió hace tres meses a los inversores de que a lo largo de 2017 se produciría una moderación de los ingresos publicitarios como consecuencia del fin de la campaña electoral y porque no tendría el impulso de eventos como los Juegos Olímpicos.

Eso obliga a Mark Zuckerberg a ser más agresivo en las inversiones que realiza para alimentar el crecimiento a largo plazo. Es lo que hizo con la adquisición de Instagram y de WhatsApp, que ahora son una pilares fundamentales en su estrategia pero que hacen frente a nuevos competidores como Snapchat. La otra gran apuesta de Facebook es la realidad virtual, con las gafas Oculus.
