

Los números de Twitter confirman que las tecnológicas resistieron al coronavirus



Twitter informó que sus ventas de publicidad se recuperaron levemente en Asia tras el desplome sufrido por el brote de coronavirus y que aceleró el trabajo en herramientas para atraer a anunciantes, convirtiéndose en la última firma tecnológica que informa de un impacto menos duro de lo previsto.

Las acciones de Twitter trepaban un 11% en las operaciones previas a la apertura de los mercados, aunque luego comenzaron a caer al ritmo del mercado.

La red social con sede en San Francisco anunció ingresos mayores en el primer trimestre y una pérdida inferior a la que esperaban los expertos.

Los usuarios diarios que pueden ver anuncios crecieron un 24%, hasta 166 millones, unos 2 millones por encima de las estimaciones, ya que la gente buscó en Twitter información relacionada con el virus.

Twitter no proporcionó su habitual proyección de ventas del trimestre en curso ni dijo si las ventas de publicidad en Estados Unidos también se estaban recuperando. Sin embargo, sí advirtió de aumentos más pequeños en ingresos no publicitarios.

Convertir en su prioridad número uno el desarrollo de herramientas publicitarias también podría complicar sus esfuerzos para mantener el crecimiento de la base de usuarios este año.

No obstante, los resultados del primer trimestre y las señales de recuperación fueron similares a los que se vieron la semana pasada en grandes competidores como Facebook, Alphabet (la matriz de Google) y Snap, propietario de la red social Snapchat.

Twitter registró unos ingresos de u\$s808 millones en el primer trimestre, un 3% más que en el periodo comparable del año anterior, por encima de la estimación media de 776 millones de los analistas consultados por Refinitiv.

El grupo perdió en el periodo u\$s8 millones o 1 centavo por acción, también mejor de los 2 centavos que de media esperaba el mercado.

Fuente: Ámbito