

Facebook, un gigante sin pies de barro



Los analistas advierten de que el alcance del escándalo de la divulgación de datos personales dependerá de la habilidad de Zuckerberg para conservar la confianza de los anunciantes, aunque destacan la capacidad de generar ingresos del grupo

MIGUEL M. MENDIETA
MADRID

Facebook ha vivido probablemente una de las semanas más difíciles de su breve historia. Las acciones del gigante tecnológico se desplomaron más de un 12% en tres sesiones, después de que se hiciera público el uso ilegítimo de datos personales de 50 millones de usuarios con fines electorales. Los inversores temen las posibles sanciones, temen el daño reputacional, temen la huida de anunciantes (la principal fuente de ingresos de la gran red social) y critican la torpe reacción del fundador, presidente y máximo accionista de Facebook, Mark Zuckerberg. Aun así, la percepción generalizada es que la compañía tiene unas sólidas bases para seguir manteniendo la espectacular senda de crecimiento que ha protagonizado en los últimos años.

"Es normal que tras un escándalo así las acciones sufran varias sesiones de volatilidad, pero también es cierto que Facebook tiene capacidad para seguir aumentando los ingresos", explica Miguel Ángel García, director de la firma de inversiones de Diaphanum.

Entre las vías que tiene la compañía para seguir manteniendo un ritmo creciente de facturación, este experto cita dos. En primer lugar, la capacidad que tiene la firma para sacar más rendimientos de varias aplicaciones que son de su propiedad y que en la actualidad son esencialmente gratuitas para los usuarios: los programas de mensajería WhatsApp y Facebook Messenger, y la red social de fotografías Instagram.

En segundo lugar, García menciona la capacidad de crecimiento que ha demostrado Facebook en países emergentes, en los que cada año va aumentando la penetración del uso de internet y de las redes sociales.

"La clave para ver cómo evoluciona el asunto será si Zuckerberg convence con las explicaciones que tiene que dar a las autoridades norteamericanas y europeas, y si la firma mantiene su prestigio entre los anunciantes", apunta.

Hay que recordar que Facebook, pese a que cotiza en Bolsa desde hace menos de seis años, tiene una capitalización bursátil cercana a los 500.000 millones de dólares, sus activos totales superan los 84.000 millones, y en 2017 registró unos ingresos de más de 40.000 millones de euros y un beneficio atribuido de casi 16.000 millones.

En cuanto a la diversificación geográfica de sus ingresos, la dependencia del mercado norteamericano es importante, pero está

disminuyendo. En el último trimestre de 2017, el 49,3% de los ingresos publicitarios provenían de Estados Unidos y Canadá. Sin embargo, solo el 11% de los usuarios de esta red social proceden de estos dos países.

También Julián Pascual, presidente de la gestora de fondos Buy&Hold, considera que las perspectivas bursátiles de la compañía son positivas. "Facebook es una compañía líder en su segmento y continuará siéndolo. 2.200 millones de usuarios es un éxito incontestable", explica. A su juicio, uno de los factores que ha exacerbado la corrección bursátil de la semana ha sido la imparable revalorización de los últimos años. "Facebook es una compañía donde prácticamente la totalidad de los accionistas tienen plusvalías, por lo que es normal que haya ventas ante riesgos reputacionales como los que esta sufriendo, o posibles sanciones si se demuestra que ha incurrido en alguna infracción", comenta.

Para algunos analistas, una de las claves de las caídas de los últimos días ha sido el alto precio que tenían las acciones.

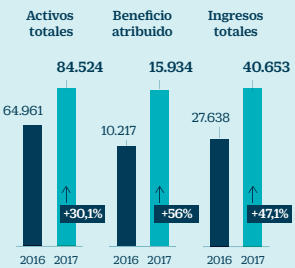
Los títulos de Facebook cotizan ahora un valor de 22 veces beneficio. "Es cierto que es una valoración exigente, pero es que la compañía ha demostrado que es capaz de mantener un ritmo creciente de generación de ingresos. Creo que lo podrá sostener si logra limitar el daño reputacional", apunta Miguel Ángel García, de Diaphanum.

La estructura de ingresos de Facebook es muy dependiente de la publicidad, que genera el 98,5% de su facturación. Por eso, la visión que tengan los anunciantes sobre la marca es crucial. García también apunta como un riesgo latente que haya una nueva regulación de la tipología de anuncios que puede aceptar Facebook, bien sea por una nueva normativa o por autorregulación. "Después de este escándalo podríamos ver que se restringen las campañas de publicidad política, por ejemplo", apunta.

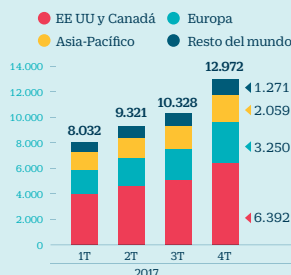
En cualquier caso, el consenso de analistas mantiene unas perspectivas positivas sobre el valor, con un potencial de crecimiento del 33% respecto al precio actual.

Radiografía de la compañía

Principales magnitudes
Millones de dólares



Ingresos por área geográfica
En millones de dólares



Evolución en 12 meses En \$ por acción



Fuentes: Facebook y Reuters

B. TRINCADO / CINCO DÍAS

Tesla abandona la red social

Musk cierra cuentas.

El gurú tecnológico Elon Musk, presidente de la firma de coches eléctricos y vehículos autónomos Tesla, y de la firma espacial SpaceX, anunció el viernes en Twitter el cierre de las cuentas corporativas de estas compañías en Facebook, donde además avanzó que no contratarán publicidad tras el escándalo de divulgación de datos de usuarios de la red social. Musk, que no tiene cuenta personal en Facebook, mantiene una conocida rivalidad con el presidente de la red, Mark Zuckerberg.

En cifras

Ingresos y usuarios.

Facebook ingresó 40.653 millones de dólares en 2017, un 48% más que en 2016. Casi el 50% de sus ingresos provienen de anunciantes de EE UU y Canadá. El mercado baraja la opción de que Facebook pueda empezar a cobrar por algunos servicios y aplicaciones a sus 2.129 millones de usuarios que al menos una vez al mes se conectan. Solo el 11% procede de EE UU y Canadá. El 71% de sus usuarios proceden de Asia, América Latina o Australia, regiones que solo aportan el 25,6% de los ingresos publicitarios del grupo. El margen operativo de Facebook no deja de crecer. El último trimestre de 2017 era del 57%, frente al 44% del cuarto de 2015.