

## EQUIPAMIENTO

# GoPro dispara su facturación un 70,6% y reduce pérdidas en el primer trimestre

La empresa estadounidense tuvo una facturación de 203,7 millones de dólares y regresó a ebitda positivo, con un resultado bruto de 10,7 millones de dólares.

Palco23  
7 may 2021 - 12:40



GoPro se dispara en el primer trimestre. La compañía estadounidense ha cerrado el periodo (cerrado el 31 de marzo) con un crecimiento del 70,6%, hasta 203,7 millones de dólares. Este empuje le ha permitido reducir sus números rojos hasta 10,2 millones de dólares, frente a los 63,5 millones del mismo periodo del año anterior, cuando las restricciones por la pandemia comenzaron a afectar ya al negocio.

El resultado bruto de explotación (ebitda) volvió a la senda positiva en el primer trimestre, con 10,7 millones, frente a las pérdidas brutas de 41,3 millones del mismo periodo del año anterior.

En el primer trimestre, el 40% de los ingresos totales de la compañía fueron a través de GoPro.com, lo que supuso un importe de 82 millones de dólares, con aumento interanual del 224%. La compañía vendió más de 700.000 cámaras, el 95% de ellas con un precio superior a los 300 dólares.

## GoPro optó por cambiar el modelo de negocio el año pasado

La empresa cerró el primer trimestre con un inventario de 111,8 millones de dólares, frente a los 97,9 millones del mismo período del año pasado. A cierre del período, la compañía tenía una deuda a largo plazo de 221,9 millones de dólares, frente a los 218,2 millones de dólares del año anterior.

El año pasado, con la pandemia, la empresa optó por cambiar el modelo de negocio, centrándose directamente en la venta directa al consumidor y en un modelo de suscripciones. Coincidiendo con esta nueva estrategia, en marzo la empresa lanzó su nueva Quick App, que está disponible por una suscripción anual de 9,99 dólares. En abril de 2021, los suscriptores de GoPro superaron el millón.

“Hemos evolucionado de un negocio centrado en las ventas de unidades de *hardware* a un negocio exitoso centrado en suscripciones directas al consumidor con una oportunidad significativa para aumentar el margen y la rentabilidad con un crecimiento continuo de suscriptores”, ha asegurado Nicholas Woodman, fundador y consejero delegado de la compañía. La empresa espera salir de los números rojos en 2021 tras el golpe de la pandemia.

La empresa cerró 2020 con una reducción de la facturación del 25,3%, hasta 891.925 millones de dólares. El ebitda fue de 43,2 millones, lo que supuso un 40% menos que el año anterior. Por otro lado, la empresa cerró con unos números rojos de 66,8 millones de dólares frente a los 14,6 millones de pérdidas del año anterior. La empresa cerró el año con un total de 3,6 millones de cámaras vendidas, un tercio de ellas en el último trimestre del año y espera salir de los números rojos en 2021 tras el golpe de la pandemia.