

FuboTV duplica sus ventas en el primer trimestre, pero aumenta las pérdidas

La plataforma *over-the-top* estadounidense ha cerrado los tres primeros meses del año con unos números rojos de 70,2 millones de dólares.

Palco23
12 may 2021 - 18:00



FuboTV dobla sus ventas, pero sigue en números rojos. La plataforma estadounidense **over-the-top** (OTT) ha concluido el primer trimestre de 2021 con unos ingresos de 119,7 millones de dólares, el doble que en el mismo periodo del año anterior. Por el contrario, ha registrado unos números rojos de 70,2 millones de dólares, un 5% más que en el primer trimestre del año anterior, según ha informado la propia compañía en un comunicado.

Los gastos operativos de la compañía han aumentado un 80% interanual, hasta 184 millones de dólares, provocando así que los números rojos se incrementaran, siguiendo con las pérdidas netas de 570 millones de dólares en el ejercicio 2020 y los 35 millones de 2019.

En relación con los suscriptores, la compañía estadounidense superó los 590.000 abonados, doblando la cantidad que tenía en el mismo periodo del año pasado.

Respecto a final de 2020, FuboTV ha incrementado en más de 45.000 suscriptores en apenas tres meses.

FuboTV está disponible en Estados Unidos, Canadá y España desde 2018

“Por primera vez en cualquier primer trimestre, tenemos un crecimiento secuencial de ingresos y suscriptores, a pesar de las tendencias negativas que veníamos arrastrando” ha señalado David Gandler, cofundador y consejero delegado de FuboTV.

La plataforma cerró el ejercicio 2020 con unos ingresos de 268,7 millones de dólares, un 83,4% más que en el año anterior, tras un último trimestre en el que superó los 100 millones de dólares por primera vez, alcanzando una facturación de 105,1 millones de dólares.

Lanzada el 1 de enero de 2015 como un servicio de transmisión de fútbol,  FuboTV cambió a un servicio exclusivamente deportivo en 2017 para más tarde evolucionar a un modelo de distribuidor virtual de programación de video multicanal. La compañía ofrece contenido en Estados Unidos, Canadá y España desde 2018.