

Asociación de Internautas



Facebook cumple 10 años entre dudas, oportunidades y sin el "hazte fan"

Aunque no se abrió a todos los internautas hasta septiembre de 2006, Facebook nació en un cuarto de Harvard el 4 de febrero de 2004, como una plataforma de comunicación entre estudiantes. 10 años después, se ha convertido en la red social más importante del mundo, con cuantiosos ingresos y un valor récord en bolsa, aunque también voces de alarma que aseguran que ha alcanzado su techo. Algunos expertos consideran que el mercado móvil y el Big data conseguirán que siga creciendo.

Portaltic/Ep.- La polémica historia del nacimiento de Facebook saltó a la fama con la película La red social y hace mucho que no es un rincón cerrado para estudiantes de prestigiosas universidades, sino la red social más 'mainstream' del mundo, con más de 1.200 millones de cuentas creadas.

A lo largo de esta década, no han sido pocos los lanzamientos de apps móviles, experimentos como Home, o cambios estéticos que ha acometido la red social, como los siempre criticados rediseños de su muro o cuando en 2010 el que el popular "hazte fan", que la gente ya utilizaba coloquialmente para expresarse en la vida real, se convirtió en un hoy omnipresente "me gusta".

Tal y como relata el filme dirigido por David Fincher y guión de Aaron Sorkin, supuestamente Mark Zuckerberg, uno de los co-fundadores de Facebook, robó la idea a los gemelos Winklevoss. Después de años de batalla legal, finalmente el caso fue cerrado con una indemnización de 65 millones de dólares. Después de tratar de reabrir el caso durante años sin éxito, finalmente invirtieron en una nueva red social en 2012.

CALDERILLA MILLONARIA

65 millones es una cifra sin duda atractiva, pero parece calderilla si la comparamos con las cifras que manejan actualmente Facebook y su creador. Zuckerberg cuenta con una fortuna de 20.818 millones de euros (28.100 millones de dólares) y figura en el puesto 22 de la lista de multimillonarios de Bloomberg.

Facebook ingresó el año pasado 5.832 millones de euros (7.872 millones de dólares), de los que 1.111 millones de euros (1.500 millones) fueron beneficio neto. Además, cuenta con 8.154 millones de euros (11.000 millones de dólares) en efectivo.

Facebook es la red social más grande del mundo, pero algunos se están preguntando si sobrevivirá otros 10 años. A pesar de las muestras de estancamiento, la compañía no se queda quita. Tal y como recuerda el profesor asistente de Sistemas de Información en la Warwick Business School, Markos Zachariadis: "Facebook ha recorrido un camino muy largo desde su origen y ahora es mucho más que un sitio al que "subir fotos".

Otra innovación u otra red podrían amenazar su posición dominante en el mercado, pero Facebook "está en una buena posición para expandirse y crecer más allá, creando un "efecto red" y añadiendo nuevos servicios para mantener a los usuarios enganchados", opina el experto.

En este sentido, considera que la inversión en inversión en aplicaciones móviles, lo que incluye el lanzamiento reciente de la aplicación Paper -de momento en los Estados Unidos-, así como la adquisición de Instagram, además de los esfuerzos para comprender mejor y dirigirse al negocio de la publicidad móvil "pueden asegurar que esté a nuestro alrededor durante otros 10 años y más".

A pesar de los agoreros, el profesor de Warwick Business School opina que la red social seguirá creciendo y todo gracias al mercado móvil: "Puedo ver a Facebook haciéndose más y más fuerte; predicciones sobre el acceso a Internet de la población desde dispositivos móviles hablan de la impresionante cifra de 4.000 millones".

No resulta descabellada la predicción, puesto que la red social acaba de confirmar que los anuncios en dispositivos móviles representaron el 53 por ciento de sus ingresos totales por publicidad en el cuarto trimestre, por sobre el 49 por ciento del tercer trimestre. Estas revelaciones coincidían con una reciente subida en bolsa de un 14,1 por ciento el pasado jueves tras tocar un precio máximo histórico de 62,44 dólares para cerrar en 61,08 dólares.

EL NEGOCIO DE LOS DATOS

No menos importante es el papel que jugará el Big data para afianzar la posición de Facebook en el mercado de la publicidad y el marketing. Facebook tiene una enorme cantidad de datos de sus 1.230 millones de usuarios y, según apunta el experto, "muchas compañías pagarían una cantidad considerable para aprovechar esa información, que tiene implicaciones importantes en marketing". "En la era del big data, Facebook puede capitalizar los datos generados por sus usuarios para publicidad y marketing mejor enfocados", sentencia.

Facebook ha creado un ecosistema de marketing muy rico, ofreciendo soluciones para muchas organizaciones, que quieren ir más allá del anuncio ocasional y que pretenden fidelizar a sus clientes.

En este sentido, recuerda que permitir a los desarrolladores conectar con su plataforma a través de APIs (Siglas en inglés de Interfaz de programación de aplicación) es también "un paso inteligente" por parte de Facebook que abre la puerta a "proposiciones de valor adicional para su base de usuarios". Pone como ejemplo el éxito de videojuegos sociales, más específicamente Zynga con el exitoso lanzamiento de FarmVille en junio de 2009. Eso demuestra la "gran oportunidad" que hay en el ecosistema de Facebook, puesto que Zynga ahora mismo tiene unos ingresos de 1.140 millones y hasta 2012 el 80 por ciento de esos ingresos provenían de Facebook.

Para lograr sus objetivos, Facebook tendrá que tener cuidado con cómo se hace con los datos y cómo los comercializa, puesto que la seguridad y la privacidad "son dos de los elementos más importantes para el éxito de las redes sociales en el futuro próximo", opina Markos Zachariadis. "Quién tiene acceso a nuestra huella digital y a los datos que generamos a través de nuestra interacción en estas plataformas son problemas que la mayoría de las redes deben afrontar basándose en las leyes locales y la regulación internacional".

2019 ©Asociación de Internautas