

## APLICACIONES CON DISEÑOS DE LUJO EN LA PASARELA FACEBOOK

**Madrid, a 17 de febrero de 2010.-** Hace tan sólo unos meses no eran tan populares, pero a día de hoy cada vez es más común oír hablar de todo lo relacionado con “el boom de las redes sociales” en nuestro país y en el resto del mundo. Facebook se ha convertido en la red social que más rápido crece, la que cuenta con el mayor número de usuarios y en la que sus seguidores invierten más tiempo diariamente, dejando atrás ni más ni menos que a MySpace. Y es que hasta el Papa Benedicto XVI desde el año pasado tiene un perfil personal en Facebook para acercarse a sus fieles.

El crecimiento de la empresa fundada en 2004, por el entonces estudiante en Harvard, Mark Zuckerberg, ha sido lento pero arrollador. Facebook.com estuvo un tiempo restringido a miembros con direcciones de correo electrónico de algunas de universidades de elite de Estados Unidos, antes de ampliarse gradualmente al público general y convertirse en una verdadera sensación de Silicon Valley. En cambio, la historia de MySpace.com es muy diferente, ya que la empresa fue fundada en 2003 y alcanzó el éxito en el mercado en un plazo relativamente corto, gracias a las bandas independientes y a sus fans.

Facebook ya alberga a más de [400 millones](#) de usuarios en todo el mundo. Su fundador Mark Zuckerberg, envió recientemente una carta abierta a todos los usuarios en la que explicaba los futuros planes de la compañía. La información que se desprende de Facebookers.com demuestra que España cuenta con más de [10 millones](#) de usuarios, liderando la tabla de países hispanos y ocupando posiciones destacadas en el ranking europeo tras países como el Reino Unido, Turquía, Italia o Francia.

### Metamorfosis de las aplicaciones

En el 2007 Facebook abrió su plataforma a los desarrolladores. Inmediatamente comenzaron a surgir miles de aplicaciones: Fun Wall, Super Poke, Bumper Stickers. Algunas empezaron a marcar la diferencia y el rumbo que los desarrolladores debían tomar si querían tener éxito.

Estas aplicaciones disponen de un sistema de “Invitaciones” que permite al usuario enviarlas fácilmente a sus amigos, para que se den de alta en la aplicación. En el caso de algunas aplicaciones de juegos, sus creadores premian la promoción de sus programas con puntos por cada invitación aceptada.

Las que sin lugar a dudas han revolucionado el “universo Facebook” en los últimos tiempos, con el permiso de las de música, han sido las aplicaciones móviles y de vídeo, en las que el usuario ha encontrado una nueva forma de contactar con sus amigos de una forma rápida, innovadora y sencilla.

En la conquista del ansiado “tesoro de la fidelidad del usuario” ha sido fundamental el apoyo del vídeo haciendo de bastón para el móvil. Recientemente salió al mercado [It'sMiVideo](#) una aplicación que unifica perfectamente estos dos conceptos, permitiendo al usuario grabar y enviar videomensajes privados a sus amigos y grupos, realizando una videollamada desde su móvil, con la ventaja de poder hacerlo cuando quieran y desde donde quieran, gracias a ese “plus de independencia” que sólo otorga el móvil.

### El móvil como actor principal de la superproducción

Una cuarta parte de los usuarios españoles de redes sociales se conectan a ellas a través de Internet. Lo dice un estudio realizado por la consultora Nielsen Online, cuyo objetivo era estudiar la interacción de los usuarios de redes sociales a través del teléfono móvil.

La mayoría de usuarios de Facebook se conectan a través de su móvil para mantener el contacto con sus amigos. De hecho, el 51% se conecta para leer los mensajes nuevos y el 49%, para responderlos. También acceden para cotillear las fotos que suben sus amigos o para subir las propias, en un 44%.

En el último Foro Internacional de Contenidos Digitales (Ficod) Manuel Reverte, Director de Ventas y Marketing de Servicios de Nokia Iberia, se refirió a datos proporcionados por su compañía para corroborar el auge de las redes sociales en el móvil. Y es que si en 2008 el 8% de los usuarios de móvil en España accedía a Internet desde su teléfono, en 2009 el porcentaje alcanzó el 24%. De éstos, el 80% confiesa que lo hace para conectarse **Hay de todo en la viña de Facebook**

En 2009 Facebook cerró una aplicación de Burger King, en la que cualquier usuario de Facebook que eliminase a 10 de sus contactos recibía un menú Whopper. El resultado final fue que 80.000 usuarios “sacrificaron” a 233.000 personas por una suculenta hamburguesa. Increíble pero cierto.

Starbucks integró Facebook con su software de CRM y su sitio en Internet para crear una estrategia llamada 'My Starbucks Idea'. Los clientes podían instalar una pequeña aplicación en sus perfiles de Facebook y proponer ideas sobre cómo mejorar el servicio en sus locales. Estos comentarios se reflejan de inmediato en el sitio web de Starbucks, donde la comunidad vota por los que le más le gustan.

Parece que muchos usuarios no se han conformado con “ojea” la vida de sus vecinos con sus prismáticos al más puro estilo Hitchcock. Y es que recientemente Facebook se ha visto obligada a bloquear o eliminar todas las aplicaciones que decían poder saber quién visitaba tu perfil en la red social.

[Facebook](#) no tardó en "salir al quite" recalando que no es posible saber quién entra a mirar tu perfil (muro, fotos, videos, etc.) ya que violarían los derechos de privacidad del resto de usuarios. Ha quedado claro que lo único que querían estas aplicaciones "chupasangre" de los "mirones" es conseguir todos sus datos en la red.

## **Sin vacunas ante el marketing viral de Facebook**

Desde su aparición, la mayoría de las empresas han "mirado por el retrovisor" el crecimiento y desarrollo de esta red social. Las aplicaciones de Facebook se han convertido en acciones muy utilizadas por muchos anunciantes y por las agencias interactivas y especializadas en marketing 2.0.

Cada vez son más las empresas que crean un perfil de usuario, página o grupo para su producto o marca, permitiéndoles subir fotos, crear eventos, comunicarse con su público objetivo y crear foros de discusión sobre sus productos.

En la actualidad, la red social lanza un órdago a los actuales gigantes de publicidad en Internet, al hacer que sus anuncios vayan muy enfocados a clientes potenciales. Es cierto que estamos ante un "jugador novato" en la liga de la publicidad online, donde el negocio de búsquedas pagadas de Google se encuentra en lo más alto de la tabla clasificatoria, pero Facebook acaba de dar un golpe sobre la mesa con su "Open Graph" un proyecto que permite compartir información de interés entre usuarios.

Es una ampliación a lo grande de lo que empezaron con Facebook Connect, que hace posible que por ejemplo, un visitante de una web lea un artículo y pulse el botón "Me gusta". Automáticamente verá quiénes de sus amigos en Facebook han respaldado este tipo de contenidos en otras webs, mostrándola en su perfil y en otros sitios de la red.

Toda esa actividad social expande drásticamente la recopilación de datos sobre usuarios de Facebook, información que puede mejorar la capacidad de los vendedores para llegar a consumidores que comparten intereses específicos.

Lo que ya nadie pone en duda es que las redes sociales son un fenómeno que ha cambiado la forma de hacer marketing y publicidad, haciendo posible que las empresas conozcan de primera mano los gustos de sus clientes y permitiéndoles obtener una información privilegiada que hoy en día vale su peso en oro.

### **Para más información:**

Alberto Gacimartín Xicola  
Departamento Marketing Comunicación y  
Cystelcom Sistemas, S.A.  
Teléfono: 91 388 19 29  
[agacimartin@cystelcom.com](mailto:agacimartin@cystelcom.com)  
[www.cystelcom.com](http://www.cystelcom.com)