



Facebook visto por el caricaturista editorial norteamericano Thommy (Thomas Kodenkandath). **Autor:** Juventud Rebelde **Publicado:** 21/09/2017 | 05:21 pm

¿Una máquina de hacer dinero?

La salida de Facebook, la mayor red social del mundo, a la Bolsa de Valores ha desatado especulaciones y dudas sobre su futuro

Publicado: Miércoles 23 mayo 2012 | 08:29:07 pm.

Publicado por: Amaury E. del Valle

Apenas unos segundos después de iniciada su anunciada salida a la Bolsa de Valores, el pasado viernes 18 de mayo, las acciones de la red social Facebook alcanzaron una cotización histórica de 45 dólares, durante una euforia de compra que apenas duró minutos.

Cuando al final de la jornada un Mark Zuckerberg vestido con su tradicional sudadera deportiva y rodeado de acólitos daba el martillazo final de cierre desde su cuartel general, ya las acciones se habían desplomado a 38,23 dólares cada una, apenas el uno por ciento por encima de lo que preveían los analistas que alcanzarían como precio final.

Desde entonces, y a menos de una semana de cotización, el valor de Facebook ha ido cayendo, en gran parte por haber pasado la locura de compra inicial, pero también porque muchos se preguntan si esta no será otra «burbuja» financiera, muy peligrosa en un mundo donde las bolsas se contraen y la especulación manda, a pesar o precisamente por la crisis financiera.

Aunque en su arrancada superó a otros competidores como Google, y provocó el desplome de aliados o rivales como Zynga, LinkedIn, Groupon, Pandora Media o Yelp, lo cierto es que la mayor red social del mundo, con mil millones de usuarios, ha desatado por igual esperanzas y preocupaciones entre los que acostumbran a jugar la peligrosa ruleta de la especulación bursátil.

Muchos se preguntan si la empresa, que según el fluctuante precio de sus acciones vale más de cien mil millones de dólares, podrá respaldar a corto y largo plazos la

confianza de sus inversionistas.

Razones hay para las dudas. Facebook ingresó 3 711 millones de dólares en 2011, un 88 por ciento más que el año anterior, para un beneficio neto de mil millones de dólares, pero que está muy por debajo todavía de su actual valor.

¿Podrán al final los chicos de Zuckerberg seguir siendo rentables? ¿No se convertirá su red social en otro fiasco económico? ¿Qué consecuencias tiene para los usuarios la conversión de una red social universitaria en un gigantesco monopolio? Hay muchas interrogantes... y pocas respuestas.

¿Pesada piedra?

Para muchos parece el típico sueño de la era .com, que transformó muchos proyectos universitarios en compañías valoradas en millones. Y algo similar ha sucedido con Facebook, una idea semirrobadada a sus compañeros por Mark Zuckerberg, que a sus 28 años se ha convertido en uno de los jóvenes más ricos del planeta.

El rápido crecimiento de la red social y su estrepitosa salida a la Bolsa de Valores hizo multimillonarios de la noche a la mañana a su propietario-fundador, a sus compañeros de fórmula Dustin Moskovitz o Eduardo Saverin, al magnate ruso Alisher Usmanov, que invirtió en la compañía cerca de 900 millones hace tres años, y hasta al cantante Bono, líder de la banda irlandesa U2, que sustituirá a Paul McCartney como músico más rico del planeta.

Pero tras los cantos de sirena, los analistas serios tienen más puestos los pies en la tierra sobre las verdaderas posibilidades de la red social para hacer dinero, y de dónde sale este para las manos de quienes inviertan.

La combinación de ingresos por publicidad y por desarrollo de su plataforma de aplicaciones constituye la base de la riqueza de Facebook, pero es también en la que

se deposita gran parte de las expectativas para el futuro.

Por ejemplo, según datos publicados por medios de prensa, los ingresos por publicidad supusieron el año pasado 3 154 millones de dólares, un 85 por ciento del total de la facturación del grupo, frente al 15 por ciento de la segunda fuente del negocio, la plataforma de aplicaciones.

Este último segmento, mucho menos conocido, podría ser una de las armas secretas para su futuro económico, como lo demuestra la curiosa compra de Karma, una aplicación de comercio electrónico para móviles que posibilita hacer regalos por Internet y que ha experimentado un fuerte crecimiento en los últimos meses.

En la actualidad, si un usuario compra productos virtuales en alguna de las aplicaciones de la red social, como el juego FarmVille, la compañía recibe un porcentaje de cada compra.

Este dinero, que ya no es despreciable, ya que solo en 2011 unos 15 millones de usuarios realizaron alguna compra a través de Facebook Payments, con su propio sistema de pago, podría crecer mucho en los próximos meses y años, con la introducción de nuevas aplicaciones y servicios cobrados.

Si bien aún representa un porcentaje pequeño de los ingresos, ha sido una de las fuentes de mayor crecimiento, desde el apenas uno por ciento que suponía en marzo de 2010 hasta el 17 por ciento que representa en marzo de 2012.

No obstante, la publicidad continúa siendo el buque insignia de la economía «facebookera», aunque ha comenzado a dar síntomas de agotamiento, ya que cada día es mayor el número de usuarios de la red, pero también decrece el de anunciantes, especialmente porque no se han decidido a insertar propaganda en el mundo móvil.

Según datos de la compañía, de los 900 millones de usuarios de la red social, 488 millones entran en Facebook no solo por la computadora, sino también a través del móvil y, de ellos, 83 millones entran únicamente a través del celular.

Aunque las cifras indican que el móvil podría ser un área muy atractiva para explotar publicitariamente, el éxito o fracaso de los ingresos por esa vía está por demostrar, y el peligro de que los usuarios abandonen en masa Facebook es muy alto, pues tendrían que pagar una conexión telefónica que se enlentece bajando anuncios no deseados.

Sin embargo, desde marzo de 2012 ya se está experimentando con introducir publicidad en los celulares, pero también con el pago por otras aplicaciones como FarmVille y Words with Friends.

Usuarios Vs. Inversionistas

De cara a los usuarios finales de la popular red, la presencia en bolsa de Facebook quizá no traiga aparentemente muchos cambios inicialmente, pero lo que nadie niega es que propiciará un giro en la estrategia y mentalidad de la compañía.

La presión de los inversionistas para que Facebook se convierta en una máquina de hacer dinero podría llevar a la empresa a insertar más anuncios, y convertir la publicidad en muy invasiva y por ende rechazada.

A su vez, muchos servicios actualmente gratuitos, como el de mensajería, se podrían

comenzar a cobrar, al menos la opción de resaltar algunos, teniendo en cuenta que los datos indican que solo el 12 por ciento de los mensajes son vistos por sus destinatarios.

Igualmente, y para evitar escándalos que manchen su prestigio y por ende afecten la cotización de las acciones, Facebook ha incrementado sus esfuerzos para evitar las transgresiones de su «política de uso», especialmente las relacionadas con la privacidad.

Si hasta hace poco la empresa había confiado en las denuncias para retirar contenido que violaba propiedad intelectual o la privacidad, ahora ha tomado la iniciativa en mano propia.

Paradójicamente, muchos expertos señalan el peligro de que se incrementen las ventas de los datos de los usuarios por parte del mismo Facebook, buscando generar ingresos por la información que sus usuarios le dan gratuitamente.

De la otra cara de la moneda están los planes de la compañía para crear un motor de búsqueda que podría competir con Google, así como la inserción de múltiples aplicaciones, en aras de lograr la vieja aspiración de la red social de convertirse en un único espacio que contenga todo lo que quiere el usuario, especialmente en el plano del ocio.

Lo cierto es que el entusiasmo inicial ha ido dando paso poco a poco a la calma, algo que parece ser el sino característico de Mark Zuckerberg, que el sábado pasado, tras su estreno en la Bolsa el viernes, se casó sin estridencias en su casa con Priscilla Chan, su novia desde hace nueve años, a quien conoció cuando estudiaban en la Universidad de Harvard.

<http://www.juventudrebelde.cu/suplementos/informatica/2012-05-23/una-maquina-de-hacer-dinero>

Juventud Rebelde | Diario de la juventud cubana

Copyright © 2017 Juventud Rebelde