



La red social más grande del mundo quiere ser un servicio público que ofrece todo, por lo que podría meterse en el terreno de otros colosos digitales como Google o Paypal. ¿Hay suficiente espacio en Internet para que todos los gigantes hagan negocio? Puede pero la diversificación de las actividades de empresas como **Microsoft** está provocando que cada vez choquen más entre sí.

Facebook, que quiere ser un "servicio público" que ofrece todo, podría meterse en el terreno de otros colosos digitales como **Google o Paypal**.

En los últimos días, la red social número uno del mundo renovó su motor de búsqueda y compró una empresa que algunos califican como rival del exitoso servicio de microblogs **Twitter**.

También está probando una versión con las funciones básicas de su servicio para incrementar el crecimiento en otros mercados y está desarrollando un sistema de pago electrónico.

Estos pasos suponen una nueva fase en la evolución de Facebook, en un momento en el que la empresa de cinco años de vida combina el poder viral de las redes sociales y su enorme número de miembros para entrar en nuevos mercados. "Cuando te conviertes en el sitio en el que la gente pasa horas cada día, es muy natural sacar provecho de eso y convertirse en el sitio que intenta proporcionar todos los servicios que los portales ofrecen", dijo Haim Mendelson, profesor de la Graduate School of Business de la Universidad de Stanford.

El sitio, cofundado por el joven de 25 años **Mark Zuckerberg** en un dormitorio de la Universidad de Harvard, podría ser un desafío para portales como

Yahoo

y Google en contenido y comunicaciones, dijo el analista de Brigantine Advisors Colin Gillis.

Facebook, que Zuckerberg ha descrito como "un servicio público social", podría rivalizar con el sistema de pagos online PayPal de

eBay

y quizás con el

iTunes

de

Apple

para descargas digitales, añadió. "La gente hace tantas cosas en la web", dijo Jeffrey Rayport, fundador de la consultora de medios digitales Marketspace. "Hay muchas compañías a las que les gustaría tener tal conjunto de actividades", añadió.

Facebook como buscador

Con más de 250 millones de miembros, Facebook fue el cuarto sitio más visitado del mundo en junio, según comScore. Va camino de conseguir más de 500 millones de dólares en ingresos este año, la mayoría de sus ventas de anuncios publicitarios. Las nuevas iniciativas representan la evolución natural del servicio, dijo el vicepresidente de producto de Facebook, Christopher Cox, que minimizó el solapamiento cada vez mayor entre el nuevo motor de búsquedas de Facebook y el de Twitter, o el buscador dominante, el de Google.

El buscador anterior de Facebook era útil para encontrar a otras personas en el sitio, pero la nueva versión permite a los usuarios buscar lo que otros están diciendo sobre temas particulares. Los resultados son relevantes para cada persona, dijo Cox en una entrevista. "Cuando intentas averiguar qué comer o qué zapatos comprar o a quién votar, no vas a preguntar a miles de extraños", comentó Cox. "La red debería reflejar eso", añadió.

La reciente adquisición de Facebook, el sitio **FriendFeed**, que permite a la gente compartir y buscar contenido en tiempo real en redes sociales y blogs, da otro activo clave, ya que podría ampliar su marco de búsqueda más allá de los límites del sitio.

Google presentó recientemente un nuevo prototipo de búsqueda, llamado **Caffeine**, que promete búsquedas más rápidas y relevantes. Al ser consultado por los esfuerzos de búsqueda de Facebook, un portavoz de Google dijo: "Tenemos muchos competidores, y a todos nos los tomamos en serio. Pero lo que nos tomamos más en serio es la innovación y hacer mejor las búsquedas".

Facebook probablemente no esté interesada en luchar codo con codo en búsquedas con Google, dijo Mendelson. Pero las áreas de solapamiento entre ambas compañías son cada vez mayores y, reforzando las búsquedas, Facebook podría convertirse en más competitiva frente a Google, añadió. Al mismo tiempo, Facebook podría ir en pos de PayPal con el sistema de pagos que está desarrollando.

Compañías como 1-800-Flowers ya abrieron una tienda en Facebook y el comercio electrónico podría hacerse más popular en el sitio. Los creadores de software que venden aplicaciones en Facebook están probando el sistema de pago, dijo Cox, pero no está claro si manejará transacciones de comercio electrónico por la web.

europapress.es