

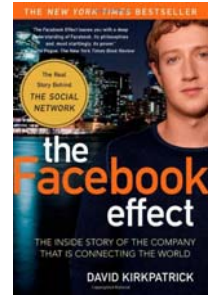


# Resumido.com

Libros de Gerencia Resúmenes

## El efecto Facebook

La historia de la compañía que está interconectando al mundo  
por David Kirkpatrick



### RESUMEN EJECUTIVO

Hoy en día, pareciera como si todo el mundo tuviera una página personal en Facebook. Aunque esto no es cierto, Facebook se ha convertido en una comunidad de más de 350 millones de personas.

Facebook se ha vuelto omnipresente y tiene más alcance que cualquier otro medio de masas. Las posibilidades comerciales y publicitarias que ofrece esta red social en la que tanta gente ventila sus gustos personales son ilimitadas.

Y todo esto surgió de un dormitorio de la universidad de Harvard en el que un grupo de amigos decidió reproducir en la Internet la experiencia de vivir en un campus universitario. Hoy en día, Facebook es un negocio multimillonario.

### Diez millones de personas en la calle

Facebook es una aplicación o "servicio" (según Zuckerberg, CEO de Facebook) de Internet de gran poder.

Por ejemplo, el 4 de enero de 2008, Oscar Morales, un ingeniero civil de Barranquilla, Colombia, creó un grupo en Facebook para oponerse a las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC). El grupo de llamaba "Un millón de voces contra las FARC". Al día siguiente, 1.500 personas formaban parte del grupo. Hacia la noche, ya se habían afiliado 4.000 personas más. Por medio del Facebook, Morales propuso organizar marchas en contra de las FARC. Incluso la gente que no estaba en Colombia decidió que quería marchar. El 4 de febrero, un mes después, cerca de 10 millones de personas en toda Colombia se unieron para marchar en contra de las FARC. Y a estas se les unieron 2 millones de personas en todo el mundo, desde Buenos Aires hasta Tokio. Todo esto comenzó gracias a un grupo de Facebook.

### Abrir el libro

En febrero de 2004, Mark Zuckerberg, un brillante estudiante de computación de Harvard, junto a sus condiscípulos Dustin Moskovitz, Eduardo Saverin y Chris Hughes, fundó la red social "Thefacebook" para los estudiantes de Harvard. La idea era crear un directorio en línea que interconectara a la gente por medio de una red social de universidades. Al principio, Thefacebook sólo estaba disponible en Harvard. Pero Zuckerberg y su equipo comenzaron a ofrecerlo también en otras universidades. Más adelante, crearon una compañía y la

página Web se popularizó inmediatamente entre los estudiantes. Sólo cuatro meses después del lanzamiento inicial, un financista le ofreció a Zuckerberg, que en aquél entonces tenía sólo 20 años de edad, US\$ 10 millones por Thefacebook. Zuckerberg nunca pensó si quiera aceptar la oferta, pues sabía que había encontrado una veta de oro.

En mayo de 2004, Thefacebook contaba con casi 100 mil usuarios pertenecientes a 34 universidades diferentes. Zuckerberg y sus amigos contrataron los servicios de Y2M, una compañía publicitaria, para que les vendiera espacios publicitarios en Thefacebook a compañías como Master Card. Los resultados de Master Card fueron el doble de lo esperado en los cuatro meses que duró la campaña. Zuckerberg y Moskovitz se mudaron (temporalmente) a Palo Alto, en Silicon Valley, un centro de desarrollo tecnológico. Por su parte, Hughes partió a Francia para estudiar y Saverin, el gerente administrativo, se fue a Nueva York a vender espacios publicitarios. Sean Parker, cofundador de Plaxo y miembro del equipo que lanzó Napster, se unió a Thefacebook y pronto se convirtió en el presidente, mientras que Zuckerberg asumió el cargo de CEO.

Mientras vivían en una casa alquilada, Zuckerberg, Moskovitz y Parker trabajaron duro para mejorar la página Web. Moskovitz se ocupaba de los detalles, incluidas las bases de datos de nuevas universidades. Parker buscó financistas. Zuckerberg era el estratega y se ocupaba de planificar el crecimiento y la evolución de Thefacebook.

En la parte de abajo de cada una de las páginas en línea estaba el mensaje: "Una creación de Mark Zuckerberg". Este había creado la mayoría del software y del diseño. Así que cuando se creó la compañía, Zuckerberg se hizo con 51% de las acciones. Zuckerberg y sus colegas quitaron a Saverin de la gerencia (aunque este luego recibió un porcentaje de acciones) porque este "no había hecho el trabajo que le tocaba". Molesto y aún en control de las finanzas de la compañía, Saverin congeló las cuentas bancarias de Thefacebook. Para seguir operando, Zuckerberg y su familia gastaron US\$ 85 mil en servidores y otros gastos. Zuckerberg y Moskovitz abandonaron sus estudios en Harvard para poder quedarse en Palo Alto y continuar con la compañía.

En septiembre, los estudiantes de Harvard Divya Narendra y los gemelos Cameron y Tyler Winklevoss introdujeron una demanda en contra de Zuckerberg y Thefacebook por robo de propiedad intelectual. Narendra y los dos hermanos habían

**Resumido.com** selecciona, traduce y resume los mejores libros de gerencia, para promocionar la lectura del tema en Ibero América.

En menos de 30 minutos nuestros clientes pueden captar las ideas principales de un libro y decidir si lo leen completo.

Para mas información visite: [www.resumido.com](http://www.resumido.com)

contratado anteriormente a Zuckerberg para que los ayudara a desarrollar una red social para Harvard. Zuckerberg rechazó la demanda pero les pagó una suma que no ha sido revelada. El trío tenía un sitio llamado ConnectU, pero la configuración de otro sitio anterior, Friendster, había influido claramente en el desarrollo de Thefacebook, ConnectU y otras redes sociales.

### Más dinero

Hacia el otoño de 2004, el número de miembros había llegado a 200 mil. El número de estudiantes que le pedían a Thefacebook incluirlas en la red aumentó con creces cuando apareció el llamado "muro", una función que permite escribir mensajes en las páginas personales de los usuarios. Dada su gran aceptación, la compañía no necesitó de inversionistas hasta que se vio en la necesidad de comprar más servidores. Esto les abrió las puertas a los inversionistas. Peter Thiel, fundador de PayPal, invirtió US\$ 500 mil. Por su parte, Donald Graham, CEO de *Washington Post*, que también quería invertir, comenzó a hablar muy bien de Thefacebook. Sin embargo, para poder conseguir el capital necesario, Zuckerberg acudió a Accel Partners, una firma de capital de riesgo de Palo Alto muy bien conectada. Accel invirtió US\$ 12,7 millones, pero Zuckerberg y Parker lograron mantener el control de tres de los cinco puestos de la junta directiva.

Gracias a esta inmensa inversión, Thefacebook contaba con dinero para expandirse. Pero ahora necesitaba más personal. Matt Cohler, de LinkedIn, se unió al equipo gerencial. Su primer contratado fue Steve Chen, que poco después partió para empezar su propia empresa, a pesar de que Cohler le dijo que le estaba dando la espalda a millones. Sin embargo, Chen estaba comprometido con su proyecto: YouTube. Para aquel entonces, Zuckerberg y Moskovitz tenían 21 años de edad. Parker tenía 25. Cohler, de 28, fue el mayor hasta que llegó Robin Reed, de 50 años de edad, que se ocuparía de los recursos humanos. Luego, Marc Andreessen, cofundador de Netscape, se unió al equipo como consejero de Zuckerberg. A pesar de que se trataba de un equipo muy competente, muchos expertos consideraban que las redes sociales eran una moda pasajera.

En agosto de 2005, Parker fue arrestado por posesión de cocaína (siempre sostuvo que era inocente y nunca fue acusado oficialmente). Aún así, renunció a la presidencia de la compañía. Escéptico acerca de los capitalistas de riesgo, Parker le cedió su puesto en la junta a Zuckerberg. Esta jugada solidificó la idea de que Zuckerberg era el rey hereditario de Facebook. En septiembre de 2005, el sitio cambió su nombre formalmente a Facebook. Hacia octubre de 2005, contaba con cinco millones de miembros.

A medida que crecía, Facebook permitió que los usuarios colocaran fotos en sus páginas personales. Esta se convirtió rápidamente en una de las características favoritas de Facebook. De hecho, hoy en día los usuarios colocan tres mil millones de fotos al mes. Para contrarrestar los costos, los

líderes de Facebook consiguieron una inversión adicional de US\$ 27,5 millones. En mayo de 2006, Facebook empezó a ofrecer "redes internas" para las compañías, pero este servicio sólo se popularizó en el ejército. Aún así, a los anunciantes les encantaba Facebook. De hecho, el Interpublic Group pagó US\$ 10 millones por una campaña de un año. Microsoft, fuente de más de 50% de los ingresos de la compañía en 2006, continuó siendo un importante anunciante, que le garantizó a Facebook US\$ 100 millones en ganancias en 2007.

Para el 2007, Facebook necesitaba más dinero. Google invirtió en la compañía y luego hizo una oferta para comprarla. Microsoft también quería comprarla. Zuckerberg no estaba interesado, pero negoció un nuevo contrato publicitario con Microsoft, que a su vez invirtió US\$ 240 millones en Facebook. Y, gracias a otros inversionistas, la suma total llegó a US\$ 375 millones.

### Hasta aquí llego la privacidad

A medida que Facebook crecía, la ingente cantidad de información personal de los usuarios se empezó a convertir en un problema de privacidad. Zuckerberg y su equipo creían en una "transparencia radical"; sostenían que lo más importante es mantenerse abierto ante todo. Pero esta actitud comenzó a volverse un problema para buena parte de los usuarios. Algunas personas consideran que Facebook debería ofrecerles a los usuarios la posibilidad de presentar diversos aspectos de sí mismos con diversos grados de autenticidad. Pero Zuckerberg cree en una "versión holística" y unificada de Facebook. Según una encuesta de 2009, Facebook estaba entre las diez compañías más confiables de EUA.

Tal y como lo había previsto Zuckerberg, Facebook se convirtió en una plataforma esencial para otras aplicaciones de Internet. Durante los seis meses en que empezó a permitir otras aplicaciones, 25 mil de estas entraron en vigor. Hoy en día, Facebook alberga 350 mil aplicaciones. Los juegos son las aplicaciones más populares.

Pero en medio de las inversiones y los triunfos, Facebook cometió un gran error: los usuarios que compraban algo en Facebook podían recomendarles el producto a otros usuarios a través del sistema de publicidad Beacon. El problema es que dicho sistema era medio automático y era difícil de desactivar. Algunas personas, molestas por el hecho de que Facebook divulgara información sobre lo que habían comprado, comenzaron a crear grupos de protesta en el mismo Facebook. En cuestión de tres semanas, el sistema Beacon comenzó a ser opcional.

Visionario como siempre ha sido, Zuckerberg permitió que las firmas crearan sus propios perfiles en Facebook. La idea era que las corporaciones operaran en el universo Facebook para poder sacarles dinero luego. Así que Zuckerberg reclutó a Sheryl Sandberg, ejecutiva de Google, para que se convirtiera en COO y lograra que Facebook fuera rentable. Su estrategia fue convertir a los usuarios en una fuerza capaz de generar

demanda. Ahora Facebook ofrece publicidad que motiva al usuario a entrar en acción, por ejemplo, mediante cupones para obtener un café gratis en Starbucks. A los anunciantes les gusta Facebook porque los usuarios ofrecen gran cantidad de información.

### Facebook mundial

En 2008, Facebook comenzó a ofrecer sus servicios en 180 países y 75 idiomas. La penetración global de Facebook es increíble. Poco más de 20% de los 1,7 mil millones de usuarios de Internet en todo el mundo usan Facebook con regularidad. En Noruega, 46% de la población está en Facebook; en Canadá, 42% y en el Reino Unido, 40%. Facebook está cambiando sociedades cerradas.

Tal cual lo demostró Oscar Morales, Facebook es un medio ideal para los grupos de protesta. Asimismo, los políticos de todo el mundo se han interesado en Facebook. El presidente de EUA, Barack Obama, aprovechó el Facebook en su campaña de 2008.

### ¿Qué pasará con Facebook?

Facebook ofrece ahora el servicio Connect, que les permite a los usuarios entrar en 80 mil sitios Web (el número está creciendo) por medio de la cuenta de Facebook y exportar sus identidades de Facebook al navegar la Red. Es posible que

Facebook Connect se convierta en un sistema universal para entrar a otros sitios. Asimismo, el sistema Open Stream permite que las compañías ofrezcan en sus páginas Web un enlace hasta sus páginas en Facebook. Además, Facebook está incluyendo un servicio de micromensajes parecido al de Twitter.

Facebook cuenta hoy en día con 1.400 empleados y sus ganancias podrían llegar a US\$ 1 mil millones en 2010. Eventualmente, será tan ubicua que, como dijo Matt Cohler (ahora ex empleado de Facebook), no será posible distinguir entre estar conectado o no a Facebook. Será algo que nos seguirá a donde quiera que vayamos.

Algunos consideran que esto es positivo. En cambio, para otros esto es orweliano. Zuckerberg considera que Facebook aún puede avanzar, aparte de ser un ejercicio de psicología de masas. De hecho, considera que el papel social de Facebook es más complejo que las mejoras tecnológicas que se le pueda hacer a la página.

Zuckerberg quiere que Facebook sea siempre una fuerza benigna. Pero, ¿qué sucederá si alguna vez la compañía cambia de manos? ¿Se podría convertir en un gigantesco sistema de vigilancia? Después de todo, los creadores de Facebook consideran que esta red podría convertirse en un directorio de toda la raza humana o, al menos, de la parte de la humanidad que está conectada a Internet.

Este Resumen ha sido parcialmente patrocinado por:



Directorio y Buscador de Negocios  
en Hispanoamérica



Lo mejor de las revistas de negocios



Recursos Humanos y Empleo

**Título original:** The Facebook Effect

**Editorial:** Simon & Schuster

**Publicado en:** Febrero de 2011

¿Le gustó el Resumen? Compre el libro en:  
<http://www.resumido.com/es/libro.php/639>

Resumido.com, respetando la propiedad intelectual y los respectivos derechos de autor de las diferentes publicaciones citadas, no pretende reproducir el contenido de las mismas ni parcial ni totalmente, ni el modo en el que su contenido se presenta aquí. Por el contrario, ofrecemos la oportunidad de que dichas obras no sólo sean conocidas sino adquiridas en beneficio de sus respectivos creadores; motivo por el cual, Meltom Technologies se reserva el derecho de excluir cualquier título, cuando se presuma la vulneración de derechos subjetivos, particulares o directos del mismo.