

El servicio, llamado Deals, localiza la ubicación de la persona y las tiendas a su alrededor

Facebook lanza apps que avisa de ofertas cercanas

• Existen 200 millones de feisbuqueros que usan programas para dispositivos móviles

Nueva York ▶ AP

Facebook anunció el lanzamiento de una versión de prueba de un nuevo servicio en Estados Unidos con el que trata de vincular la ciberpublicidad con el comportamiento de los usuarios cuando sus dispositivos inalámbricos permiten detectar dónde están.

El nuevo servicio Deals (ofertas o descuentos) es una extensión de Places (lugares), una función de geolocalización que Facebook anunció en agosto para que los usuarios con dispositivos móviles puedan revelar a sus amigos dónde están físicamente en tiempo real. Por el momento Places sólo está disponible en Estados Unidos.

Con el aumento explosivo de teléfonos multiuso, los servicios basados en la geolocalización buscan atraer a las personas con la oferta de cupones y otras recompensas.

El número de personas que

aprovechan estos servicios es todavía pequeño: sólo 5 por ciento de los cibernautas en Estados Unidos, según una encuesta en mayo del proyecto Pew Internet and American Life, pero ese porcentaje es cada vez mayor y empresas de todos tamaños están empezando a tomar nota.

Aquellos usuarios que usan Facebook para registrarse con sus tiendas o restaurantes favoritos, ahora pueden esperar descuentos y otras recompensas de las empresas que buscan impulsar sus negocios y alentar la lealtad de los clientes.

Facebook anunció que la versión de prueba de Deals funcionará con 23 empresas, entre ellas Gap, 24 Hour Fitness, North Face y la pequeña cadena de salas de cine Alamo Drafthouse Cinema, que sirve alimentos y bebidas a sus clientes mientras asisten a una función cinematográfica.

A partir del lunes próximo, la cadena Alamo planea regalar

vasos de edición limitada a aquellos clientes que visiten alguno de sus cines.

Tim League, fundador y director general de Alamo, dijo que Facebook es la "principal herramienta de mercadotecnia" de su empresa, y que ya ha aprovechado la función que permite registrarse para hacer ofertas que le ayuden a aumentar la fidelidad del cliente.

También el miércoles, Facebook agregó la función de Places a su aplicación para aquellos teléfonos que usan el sistema Android de Google Inc.

Anteriormente, sólo tenía la aplicación para el iPhone de Apple Inc., aunque los usuarios de Android y otros teléfonos podían usar Facebook a través de un sitio en Internet para teléfonos de pantalla al tacto.

Facebook, con sede en Palo Alto, California, no reveló el número de miembros que han probado su función de Places y se limitó a decir que son "millones y millones". De sus 500 millones de usuarios en todo el mundo, 200 millones utilizan sus programas para dispositivos móviles. ■ M



Fecha 04.11.2010	Sección Fronteras	Página 39
----------------------------	-----------------------------	---------------------

