

# Mark Zuckerberg: “El mayor error de Facebook ha sido apostar por HTML5 sobre las apps nativas”

El **fundador y CEO de la red social por excelencia, Mark Zuckerberg**, ha realizado sus primeras declaraciones públicas tras la salida de Facebook a bolsa y, durante las mismas, no ha escatimado en autocrítica respecto a la estrategia de su empresa en materia de movilidad.



**“El error más grande que hemos hecho como compañía ha sido apostar por el HTML5 sobre las aplicaciones nativas”**, ha asegurado con contundencia Zuckerberg durante el desarrollo de la conferencia [TechCrunch Disrupt](#) en San Francisco, refiriéndose a las aplicaciones móviles originales de Facebook, que sufrieron diversos retrasos y problemas.

Tras este primer intento, Facebook lanzó el mes pasado una aplicación para dispositivos iOS que está construida específicamente para la plataforma de Apple y que, consecuentemente, es mucho más rápida y efectiva desde el punto de vista de los usuarios. El siguiente paso es lanzar una **aplicación nativa para Android**, tarea en la que los desarrolladores de la red social ya están trabajando, según ha confirmado su jefe.

Eso sí, el proceso de actualización será ahora mucho más arduo y el propio Zukerberg admite que “incluso lo que tenemos ahora no es tan bueno como podría ser”. A esto ha añadido que su sitio web móvil, basado asimismo en el lenguaje HTML5, tiene más tráfico que las apps de iOS y Android combinadas, lo que significa que Facebook no va a alejarse de este estándar por completo. Simplemente “no podíamos confiar sólo en la web”.

El director ejecutivo también tuvo tiempo para **descartar los rumores que insisten en la fabricación de un “Facebook Phone”, porque “no tendría sentido”**.

“Digamos que construimos un teléfono”, dijo. “No es el caso, pero si lo hiciéramos, tal vez seríamos capaces de obtener 10 o 20 millones de usuarios. Y esto no es suficiente para nosotros. **Nuestra estrategia es diferente a la de cualquier otra compañía tecnológica que construye su propio sistema de hardware. Estamos optando por la dirección contraria**”.

Y es que el objetivo de Facebook es **“construir un sistema lo más profundamente integrado que podamos en todos los dispositivos que utiliza la gente”**.

Otra de sus metas es adentrarse en el mundo de las **búsquedas**. “Realizamos mil millones de consultas cada día y ni siquiera estamos poniendo empeño en ello. Mayormente se trata de

encontrar personas, páginas de marcas o aplicaciones. Hay una gran oportunidad en la búsqueda, en dar una serie de respuestas a preguntas específicas, y Facebook está posicionado de forma única para cumplirlo. Por ejemplo, dando solución a la pregunta “¿Cuál de mis amigos o amigo de mis amigos trabaja en una empresa en la que a mí me gustaría trabajar?”, ejemplifica Zuckerberg. **“En algún momento iremos a por ello”.**