

Las redes sociales online con más éxito (¡actualizada!)

[Lino González Veiguela](#)

Facebook, Twitter y LinkedIn son las redes sociales más populares en un mayor número de países. Pero el mercado de las redes sociales es mucho más amplio y cambiante ([consulte aquí las más exitosas allá por 2008](#)). En algunas regiones, como en el espacio postsoviético y China, cuentan con redes sociales que tiene poco que envidiar, en cuanto a número de usuarios, a las redes con alcance global fundadas en Estados Unidos. En los últimos años, además, han ido surgiendo numerosas redes sociales que están logrando un número creciente de usuarios ofreciendo servicios entre los que se incluyen el uso del dinero virtual, la posibilidad de combinar red social de contactos personales y laborales con plataformas de compras online o los chats específicos para establecer citas presenciales con gente de tu misma área de residencia.

Vkontakte

Dónde es más popular*: en Rusia y en varios países del espacio postsoviético como Ucrania, Bielorrusia, Armenia o Kazajistán. Cuenta con más de 195 millones de usuarios registrados.

Idiomas: ruso, ucraniano e inglés, como idiomas oficiales. Disponibles versiones no oficiales en varias decenas de lenguas. En ruso, vkontakte, suena como “en contacto”.

En qué destaca: en su apariencia y su funcionalidad es muy similar a Facebook. Los usuarios pueden elegir también una configuración “soviética” o una configuración “pre-revolucionaria” que usa la grafía antigua del cirílico. Fundada por el joven Pável Dúrov, y operativa en su versión beta desde septiembre de 2006, superó en número de usuarios en 2008 a la otra red social rusa más popular, Odnoklassniki (en ruso, “compañeros de clase”).

Qzone

Dónde es más popular: China



En qué destaca: es la red social del grupo de servicios online chino Tencent, que cuenta, entre otros servicios, con un buscador y un servicio de mensajería instantánea, ambos altamente populares en el *gigante asiático*. La empresa es también propietaria de Tencent Weibo, que trata de competir con Sina Weibo, el *Twitter chino*. Se calcula que la red social Qzone cuenta con un número de usuarios registrados y activos que asciende a casi 600 millones. Permite escribir blogs, escuchar música y compartir fotos. Como todas las redes sociales chinas, Qzone ha de cumplir con los restrictivos estándares de censura estatal del país (mucho más amplia en objetivos que, por ejemplo, la moralista [censura corporativa](#) que ejercen redes sociales estadounidenses como Facebook).

Renren

Dónde es más popular: China



Idiomas: chino. Renren significa “de todo el mundo”.

En qué destaca: especialmente usada entre los estudiantes universitarios. Se la suele denominar la copia china de Facebook, aunque su historia como red social universitaria habría comenzado ya en 1999, con el nombre de Chinaren: es decir, cuando Mark Zuckerberg estaba aún en el instituto. Su versión actual, sin embargo, fue lanzada en 2005. Como otras tantas redes sociales, cada día presta más atención a las aplicaciones para dispositivos móviles. Además, gran parte de sus ingresos provienen de la amplia plataforma de videojuegos que ofrece. Cuenta con unos 160 millones de usuarios, de los que 45 millones serían usuarios activos.

Badoo

Dónde es más popular: Camerún, Costa de Marfil, Nigeria, Hungría, España, República Checa, República Dominicana, Argentina, Italia, Colombia, Venezuela, Chile, Francia, Bélgica, Argelia, Brasil, México, Suiza, Portugal, Austria, Marruecos y Polonia.

Idiomas: disponible en 41 idiomas

En qué destaca: con 181 millones de usuarios, Badoo se diferencia de otras redes sociales por su finalidad: conocer personas con las que contactar en tu localidad en base a intereses comunes. En la práctica, Badoo sirve a muchos usuarios para concertar citas, tanto online como [presenciales](#). Fundada 2006 por el ruso Andrey Andreev, tiene su sede central en Londres, aunque su razón social se encuentra en Chipre. Su crecimiento anual es considerable, y cuenta con planes para aumentar su número de usuarios en países como Estados Unidos (unos 8 millones de usuarios) y [Reino Unido](#) (unos 13 millones de usuarios).

MeetMe

Dónde es más popular: sobre todo en Estados Unidos, aunque también en Reino Unido, Canadá, Venezuela, México, Argentina o Brasil.



Idiomas: inglés, portugués, español, francés, italiano, alemán, chino, ruso, japonés, ruso, japonés, coreano, holandés y turco.

En qué destaca: en 2011, la compañía Quepasa, propietaria de una red social destinada, sobre todo, a la audiencia latina de los Estados Unidos –y con numerosos intereses en Latinoamérica– compró por unos 100 millones de dólares (unos 75 millones de euros) la red social MyYearbook. Como resultado de la fusión se creó una nueva red social llamada MeetMe, que suma más de 70 millones de usuarios, que la utilizaban sobre todo, como su nombre indica, para conocer personas. Ofrece también una plataforma de juegos e, incluso, una moneda virtual (*Lunch money*) que puede ser utilizada para intercambiarse regalos y también para ser donada a causas benéficas. Su crecimiento en estos dos últimos años ha sido considerable, según Google Trends. Más de la mitad de su tráfico proviene de usuarios que se conectan a dispositivos móviles.

Pinterest

Dónde es más popular: Estados Unidos, Filipinas, Suráfrica, India, Canadá, Australia, Holanda, Pakistán, Rumanía, Tailandia, Reino Unido, Grecia, España, Malasia, México, Brasil e Indonesia



Idiomas: inglés, portugués y español

En qué destaca: con apenas tres años de vida, se ha convertido en una de las redes con más expansión. Su propagación es de casi el 90%, mientras que otras redes como Twitter se sitúan

en un 1,4%. A diferencia de otras redes, con un porcentaje mayor hombres como usuarios, [el 80% de los usuarios](#) de Pinterest son mujeres. La red –que sirve para compartir fotos denominadas *pins*– tiene un gran potencial comercial que ya está siendo usado por marcas de todo tipo para canalizar sus estrategias de marketing. Un punto de fuerte de Pinterest es su gran funcionalidad en dispositivos móviles

Google+

Dónde es más popular: Estados Unidos, India, Brasil, Reino Unido, Canadá, China, Indonesia, Rusia, México, Vietnam, entre otros. En España ha conseguido una buena [implantación](#).



Idiomas: disponible en 60 idiomas

En qué destaca: nacida a mediados de 2011, la red social creada por Google, ha ido ganando nuevos usuarios hasta sobrepasar los 500 millones de usuarios registrados, aunque de momento no parece haberse convertido en una red *popular*. Algunos analistas destacan su innovadora funcionalidad a la hora de organizar los contactos *en círculos*, y aseguran que las opiniones que lo califican como una “simple copia de Facebook” carecen de fundamentación. Sin embargo, no faltan las opiniones que aseguran que, si bien el número de cuentas dadas de alta no ha dejado de crecer, la actividad de una inmensa mayoría de usuarios es prácticamente nula. Según otros datos, sin embargo, Google+ es una de las redes sociales que más ha aumentado sus usuarios activos en el primer trimestre de 2013. Es posible que Google no deje de pensar en la historia de su anterior red social, Orkut, lanzada en 2004 y que sólo tuvo un éxito transitorio en países como Brasil, Turquía e India, aunque aún siga en funcionamiento. Los usuarios más activos de Google+, según Google Trends, se localizarían sobre todo en el sureste asiático. Destaca el alto número de usuarios en China, a pesar de los problemas para comenzar a operar que sufrió la red en aquel país.

Sina Weibo

Dónde es más popular: China

Idiomas: chino, simplificado y tradicional



En qué destaca: el servicio de *microblogging* más popular de China, cuenta con más de 503 millones de usuarios registrados. Algunos expertos han señalado que dicha cifra tal vez resulte [engañoso](#) sobre la verdadera popularidad de Weibo, si tenemos en cuenta que, ni mucho

menos, todos esos usuarios cuentan con actividad periódica dentro de la página. Un fenómeno que ocurre también con otras compañías, como Twitter, por ejemplo. Se estima que el valor en de Weibo podría ascender a 3.000 millones de dólares. Recientemente, Alibaba –la página china comparable a ebay– [ha pagado](#) casi 600 millones de dólares por hacerse con un paquete de acciones de la compañía: su intención es usar Weibo como herramienta para las transacciones comerciales que se realizan en Alibaba. El Gran Cortafuegos que las autoridades chinas operan para censurar la red les permite, según algunas informaciones, que [la censura en Weibo se aplique casi en tiempo real](#).

** Los datos cuantitativos sobre las redes sociales provienen principalmente de Alexa y Google Trends.*

- Consulte todas las [Listas de Esglobal](#)

Fecha de creación

7 junio, 2013