

Kippel⁰¹

EMPRESA

Twitter pone el foco en los mercados emergentes con Lite

La red social estadounidense ha lanzado una nueva versión de su web para operar en los países emergentes con conexiones lentas. El grupo que dirige Jack Dorsey también ha sellado un acuerdo con Vodafone para promocionar Lite.

07 ABR 2017 — 13:29

POR KIPPEL01



Twitter busca nuevos usuarios en los mercados emergentes, y para ello ha decidido lanzar una nueva versión de su red social, a la que ha bautizado con el nombre de Lite. La aplicación está diseñada para operar en los países emergentes y entornos con una conexión lenta, ocupa menos de un *megabyte* y se carga un 30% más rápido que la *app* original, según *Financial Times*.

Con el objetivo de dar a conocer Lite en todo el mundo, la empresa que dirige **Jack Dorsey** ha sellado un acuerdo con **Vodafone**, uno de los mayores operadores en India, para promocionar Lite en el país con la actualidad del deporte en directo como gancho.

El lanzamiento de Lite parte de la voluntad de **Twitter** de aumentar su masa de usuarios. Desde 2014, la red social ha asistido a una caída progresiva del número de usuarios, por lo que el grupo ha duplicado sus esfuerzos para superar este estancamiento.

El pasado febrero, la empresa estadounidense presentó sus resultados financieros del cuatro trimestre de 2016, que se tradujeron en unas pérdidas de 167 millones de dólares y unas ventas de 717 millones de dólares, sólo un 1 % más en comparación con el año anterior.

1/1

<https://www.kippel01.com/empresa/twitter-pone-el-foco-en-los-mercados-emergentes-con-lite.html>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Ripley Gestora de Contenidos, SL, sociedad editora de Kippel01.com (www.kippel01.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.