

2010 – Tuenti T de Tuenti a Telefónica

Iván Izaguirre

Director de Desarrollo de Aplicaciones Móviles,
Telefónica y antiguo CTO de Tuenti.

“Quien usaba Tuenti
sabía que estaba en
una red segura, donde
no se iban a vender
sus datos y donde
la privacidad
era prioritaria”

Ha habido muchas formas de llegar a la emblemática Telefónica I+D, integrada ahora en Telefónica Innovación Digital (TID). Os voy a hablar de la mía y la del grupo de personas que vía Tuenti somos ahora parte de esta gran nueva compañía.

Entré en Tuenti en mayo de 2009. Ya llegaba con experiencia en empresas de tecnología y de Internet. Me encontré con un equipo de personas excepcional, con una ambición increíble, capaces de conseguir lo que se plantearan. Era un equipo muy joven, con mis 37 años era el mayor de toda la compañía, con diferencia.

La red social Tuenti fue creada en 2006 por un pequeño equipo liderado por Zaryn Dentzel. Empezó siendo una web donde solo se podía entrar por invitación para convertirse en líder de Internet

en España. Era la web con más páginas vistas. La palabra «Tuenti» llegó a ser el término más buscado por los españoles en Google. Era el primer resultado de búsqueda con solo escribir la letra T. Todo estaba por inventar y todo era posible con un equipo ambicioso y un talento de primera clase. Todo por inventar: ingeniería, producto, operación, recursos humanos, legal, financiero. No teníamos miedo de hacer las cosas de otra forma. Hacer, hacer y rehacer siempre a mejor.

El reto para el equipo de producto era conseguir ser relevantes y conseguir generar valor para nuestros usuarios. Quien usaba Tuenti sabía que estaba en una red segura, donde no se iban a vender sus datos y donde la privacidad era prioritaria. «Lo que pasa en Tuenti no sale de Tuenti». Era un sitio que los usuarios consideraban suyo y donde podían ser libres. Para los que estábamos en Tuenti entonces era una satisfacción enorme saber que éramos útiles y queridos. Podíamos llevar con orgullo la camiseta, tanto que hasta nos pedían fotos por la calle cuando la llevábamos. Nos inventamos cómo definir productos, cómo basar las decisiones en datos, cómo trabajar en lo que realmente importaba, «*move the needle*» decíamos, priorizando de forma despiadada, lo que los anglosajones conocen como «*ruthless prioritization*».

Tarjeta SIM de Tuenti.



En el lado más técnico, de desarrollo de *software*, la clave era la alta escalabilidad, el altar en el que sacrificar todos los conceptos preconcebidos en cómo hacer servicios web. Veníamos de hacer sitios web con arquitecturas clásicas de tres capas: su capa de presentación, su lógica de negocio y su base de datos. En un sitio tradicional cada página se generaba consultando un pequeño número de tablas. La base de datos debía ser relacional con esquemas normalizados y coherencia garantizada. En un sistema de alto rendimiento este modelo explota. Cada página era única para cada usuario, tenía información actualizada constantemente y requería consultar varios cientos de elementos de información y para cada elemento de información se debían hacer evaluaciones de privacidad. Es lo que se espera ahora en cualquier aplicación o web, pero era todo un reto hace tan solo 15 años. Nosotros, junto al resto de la industria, estábamos aprendiendo cómo hacerlo. Probamos de todo según las necesidades crecían, para cada problema encontrábamos una solución.

Este es el Tuenti inicial, el de la red social. Pero después ha habido muchos Tuenti, hemos ido cambiando en un viaje apasionante. Este es el Tuenti que me encontré cuando me uní al equipo en el 2009, un año antes de que Telefónica entrara en el capital

de Tuenti y posterior adquisición total de la compañía. Venía de estar en Infojobs, en un gran equipo, pero quería dejar de tener que volar a Barcelona todas las semanas, quería algo en Madrid. Y en aquel entonces, la startup más prometedora en Madrid era Tuenti, sin duda. Llamé a Joaquín Ayuso, uno de los fundadores, y tras algunas conversaciones y entrevistas, empecé mi nueva aventura. Recuerdo entrar en un equipo muy joven con la convicción de poder aportar, pero sin un rol claro. La organización de equipos estaba formada y solo tenían para mí el arranque de la herramienta de administración junto al gran Javier Mellado. Con mis treinta y siete años y tres hijos era un extraterrestre.

Todavía no había llegado Telefónica, el núcleo de Tuenti seguía siendo la red social, seguíamos creciendo cada mes, añadiendo nuevas funcionalidades a la web, aumentando los usuarios activos y el tiempo de uso. La revolución de los *smartphones* todavía era incipiente. Por nuestra parte en móvil, solo teníamos un *site* móvil con poca funcionalidad y una primera aplicación para iPhone que Miguel Lara, un ingeniero con un talento extraordinario, había empezado por su cuenta. Aquí vi mi oportunidad y encontré mi hueco, sería el responsable de desarrollo de las iniciativas móviles.

Ser la red social líder en España no era suficiente, había que buscar el siguiente nivel. Experimentamos con muchos productos. Lanzamos Tuenti Sitios, una base de datos de lugares frecuentados por los usuarios, para facilitar las interacciones entre estos y sitios reales registrados en la red social; Tuenti Juegos, aprovechando el *boom* de los mini-juegos en web que tuvieron su momento de gloria antes de que llegaran los juegos casuales para móvil, y TuentiSMS, con funcionalidad social de valor añadido. Incluso experimentamos con funcionalidad de televisión bajo demanda. Hicimos versiones de la aplicación social para iPhone, J2ME, Android, Windows Phone e incluso Blackberry que, después de ser una plataforma esencialmente empresarial, tuvo su canto del cisne en el segmento más joven.

En unos años pasamos de una estrategia web a *SoLoMo* (Social, Local, Mobile) y luego *mobile first*. El cambio que determinaría nuestro futuro fue el

lanzamiento de Tuenti Móvil. Pensamos que se podría hacer un operador móvil diferente, donde los servicios de red estuvieran estrechamente ligados a la aplicación web o móvil. Sería la estrategia CloudPhone. Todos los servicios debían estar apifcados, debían también estar disponibles en cualquier plataforma, sin estar obligatoriamente ligados a la tarjeta SIM. Toda la gestión del servicio se podía hacer desde la aplicación y las dudas resolverse por chat. No era necesario llamar a un número de soporte. Los SMS llegaban al móvil, pero también podían recibirse y enviarse desde la aplicación en web o cualquier otro teléfono. Lo mismo para las llamadas de voz, desarrollamos el servicio de Voz Digital. Permitía recoger llamadas desde la web, llamar, estar en wifi sin cobertura o en el extranjero y hablar como si estuvieras en casa. También nos divertimos con los filtros de voz, transformando la voz o añadiendo fondos sonoros. Podías hacer o coger una llamada y ponerte voz de gnomos que está en una fiesta loca.

Cuando empezábamos a pensar en el proyecto de la operadora móvil es cuando llegó el interés de Telefónica. Con la ambición que teníamos era el mejor compañero que podíamos imaginar. Todo el proceso de la adquisición puede dar para muchas páginas y Antonio Viguera sería el que mejor lo podría contar. La llegada de Telefónica supuso para los inversores iniciales un buen *exit*, y para los que hacíamos Tuenti la oportunidad para llegar mucho más lejos.

Junto al equipo de Telefónica de España sacamos la primera versión por invitación del operador de Tuenti Móvil España a finales de 2010. Sobre esa base seguimos trabajando en la visión de CloudPhone, mejorando el producto y la oferta comercial. En el frente tecnológico, evolucionamos a Tuenti Móvil 2.0, con nuestro propio núcleo de red, para poder ser más independientes en nuestra evolución. Sobre esta plataforma Pedro Álvarez y su equipo pudieron montar una infraestructura de VoIP para dar soporte a Voz Digital y a CloudSMS. También servía para otros proyectos de innovación de Telefónica, como la plataforma Niji, embrión de lo que es ahora el servicio de Smart WiFi.

Con el apoyo del Grupo Telefónica y el empuje de Jorge Sánchez Valverde, empezamos la expansión a América Latina, lanzando Tuenti en Argentina, Perú,

El cambio que determinaría nuestro futuro fue el lanzamiento de Tuenti Móvil. Pensamos que se podría hacer un operador móvil diferente, donde los servicios de red estuvieran estrechamente ligados a la aplicación web o móvil.

Ecuador y Guatemala. Sobre una misma aplicación y tecnología podíamos dar servicio a clientes de varios países sobre plataformas y propuesta comerciales muy diferentes. Interesante.

Para cubrir las necesidades crecientes y cada vez más complejas en temas legales, de privacidad y de cumplimiento normativo, surgió un equipo de primera línea liderado por Óscar Casado. Un equipo que ahora es punta de lanza para todo Telefónica, tomando un rol clave en nuevos proyectos como el de Open Gateway.

Tener una aplicación puntera para las segundas marcas de Telefónica estaba muy bien, pero podíamos aportar mucho más. Pensando en qué debería ser el siguiente nivel, junto a Sebastián Muriel y Paul Illiffe esbozamos lo que sería la propuesta de Novum, el nombre interno del proyecto para crear una aplicación móvil global para todos los clientes de Telefónica. Sería a la vez Mi Movistar, Meu Vivo, MyO2 y todas las demás. Queríamos llevar lo que habíamos aprendido haciendo Tuenti Móvil a todas las marcas de Telefónica. Queríamos que todos nuestros clientes lo pudieran aprovechar y que todas las buenas prácticas e ideas que había en los distintos países de la huella de Telefónica se pudieran llevar fácilmente a los demás. Con la ayuda imprescindible de Gonzalo Martín-Villa pudimos explicar la idea. Era una propuesta ambiciosa, pero contamos con el apoyo y el entusiasmo del Comité Ejecutivo de Telefónica. Había una tormenta perfecta con otras iniciativas que estaba liderando Chema Alonso en la compañía. Kernel, inicialmente llamado 4P, era la pieza clave para apificar y estandarizar las plataformas de las operadoras. También estaba naciendo Aura, la inteligencia artificial (IA) de Telefónica, para la que una aplicación global sería el mejor medio para llegar a todos los clientes de Telefónica.

Para el equipo, el proyecto Novum significaba en cierta forma dejar atrás Tuenti. Para lo bueno y para lo malo, ya no estábamos en una startup independiente, donde las dependencias son mucho menores y las decisiones son mucho más fáciles de tomar. Es el precio que hay que pagar para tener el impacto que buscábamos. También fue el momento clave en que nos encontrábamos con el gran equipo de Telefónica I+D (TI+D) para ya no separarnos más.

Logo de Novum, nombre como se conoce internamente el proyecto de la aplicación móvil global de Telefónica.

NOVUM
PROJECT

Para la construcción de esta nueva aplicación, Tuenti se fusionó con el equipo de TuGO. TuGO era una aplicación de voz IP con muchas similitudes con Voz Digital, pero con la experiencia de hacerlo funcionar sobre las plataformas de las primeras marcas de Telefónica en Reino Unido y Brasil. En TuGO había gente de Jajah, adquirida por Telefónica unos años antes y gente de TI+D. Es la primera vez que teníamos equipos mixtos con ingenieros y *product managers* de TI+D y Tuenti. No podía pedir más que poder dirigir a este increíble grupo de ingenieros.

Quedaba por delante lo más difícil, lanzar Novum en todos los países de Telefónica. Empezamos con Argentina para enseguida apuntar al gigante de Vivo. El equipo se volcó en Brasil con José Altava. Mientras, ya estábamos trabajando para sacar la aplicación en todos los países en América Latina donde operaba Telefónica, con Eduardo Martínez Esparza, Belén Aparicio y José Manuel Martín Butragueño como punta de lanza.

También teníamos Mi Movistar en España y MyO2 en Reino Unido. Un viaje que no para ahí y ha continuado con el lanzamiento en 2023 de Blau y MeinO2 en Alemania y otros en preparación en el momento que escribo este artículo. Pero esta es ya otra historia, no solo la de Tuenti. Es la historia de CDO, la unidad digital global de Telefónica y ahora la nueva Telefónica Innovación Digital (TID).

Por Tuenti han pasado muchas personas desde su creación. Muchos siguieron otros caminos y están llevando lo que éramos por todo el mundo. No hay empresa tecnológica líder que no tenga ahora mismo algo de nosotros. Pero de todas ellas, la empresa tecnológica que más ha recogido de todo lo que aprendimos se llama Telefónica Innovación Digital. ●

2004.

La vicepresidenta de la Comisión Europea y comisaria de la agenda digital, Neelie Kroes, visita las oficinas de Tuenti.

