

Telefónica echa el cierre definitivo al símbolo de Internet

01 de julio de 2017

La historia no contada del fin de Terra

Carlos Ribagorda [@CRibagorda](#) carlos.ribagorda@bez.es

Empresas # Sociedad red



↓ Telefónica echó el cierre el viernes a una compañía que iba a valer en Bolsa más que el BBVA o la propia matriz

↓ Pero fracasó por la falta de un dominio claro en algún aspecto clave del mercado, como por ejemplo Google con el buscador

↓ Terra engrosa la lista de fracasos europeos por competir con Estados Unidos o Asia en el mundo digital, junto a Quaero o Tuenti



Sede de Google, el gigante tecnológico americano que ha dominado el sector a la vez que se hundía Terra

Reuters

Ya es conocido que su salida a Bolsa en noviembre de 1999 fue una revolución, que hizo ricos a algunos accionistas y generó pérdidas a miles de ahorradores. Se sabe también que desafió al poderío empresarial americano en su propia casa, al comprar Lycos en el año 2000 por la desorbitada cifra de 13.222 millones de euros. Menos conocido es por qué fracasó una compañía que representa uno de los mejores ejemplos de por qué Europa no puede competir en el mundo digital con Estados Unidos o Asia.

Telefónica puso anoche fin a casi 18 años de historia de una compañía que nació en 1999 para liderar a nivel mundial Internet y que se ha convertido en otro ejemplo más de por qué Europa va retrasada en el mundo digital respecto a sus competidores americanos y asiáticos. Mientras Google, Facebook, Amazon o Alibaba rompen récords, Terra, Tuenti o Quaero desaparecen.

Terra iba a ser la joya de la corona de Telefónica. Su entonces presidente, Juan Villalonga, apostó en 1999 a que todo iba a pasar por la Red, y a que el negocio tradicional de las compañías telefónicas -la voz- tenía los días contados. "Todas las operadoras europeas estaban en esa estrategia, no solo Telefónica. Las compañías del sector en esa época estaban en la estrategia de aflorar valor, e Internet y los contenidos

Suscríbete a la newsletter

Recibe todos los días las 6 mejores noticias

Escribe aquí tu email

Enviar

lo que debes saber

Descubre **bez.es** por dentro

¡Entérate de quiénes somos, qué hacemos y más!

Entra en nuestro blog

PULSA AQUÍ

NOTICIAS RELACIONADAS



Orange amenaza el liderazgo de Telefónica

eran el futuro", explica un trabajador de Terra de la época. "Europa solo tenía a las compañías de telecomunicaciones, porque **las empresas de software y los portales eran americanas**", recuerda un directivo de la empresa que prefiere mantener el anonimato.

Ofrecer más servicios, datos, entretenimiento a través de un portal en el que se tuviera *enganchado* al cliente... Terra encandilaba: la salida a Bolsa el 17 de noviembre de 1999 marcó un hito histórico al **revalorizarse cada título un 184% el primer día de cotización**, y meses después **compró el portal Lycos en Estados Unidos** por la astronómica cifra de **13.222 millones de euros -2,2 billones de pesetas-**. Era la primera 'teleco' europea que entraba en el mercado de Estados Unidos. Y a lo grande.

"Los inicios fueron maravillosos", recuerda un ex empleado. "Estaba todo por inventar, era una locura creativa, un momento de máxima experimentación. Nosotros fuimos al Senado a explicarle a los políticos lo que era el ADSL, que no existía en España", explica. "Nosotros inventamos el ADSL autoinstalable", asegura otro ex empleado. "Hicimos un proyecto de juegos, de gaming, mucho mejor que los que hay ahora... Fue maravilloso y se impulsó el Internet en España y en Hispanoamérica. Terra era el portal líder en España y en Latinoamérica. Pero no había un plan de negocio, era todo creatividad", insiste este ex directivo.

Pero...

... "Llegó a la compañía Joaquim Agut, el verdadero culpable del fiasco de Terra", asegura esta fuente. Cesado Juan Villalonga, en el año 2000 accede a la presidencia de Telefónica César Alierta, que nombra presidente de Terra a **Joaquim Agut**. Agut gestionó ya Lycos, la fusionó después con Terra, y gestionó la compañía en pleno pinchazo de la burbuja inmobiliaria, hasta que en 2003 fue cesado y nombrado presidente de Endemol. "Agut llegó a decir que Internet era una pérdida de tiempo", asegura un testigo.

Un presidente fallido, pinchazo de la burbuja, falta de especialización, culturas empresariales distintas...

Un presidente que no cree en Internet no ayuda pero, además, Terra es el principal exponente de que es difícil compaginar la gestión de una compañía tradicional de telecomunicaciones con una empresa de creadores, abierta, no tradicional. "Telefónica fracasa porque desde una misma dirección intentar desarrollar dos negocios distintos, uno

creativo y otro tradicional, donde prima la rentabilidad, no es sostenible. Al final, cuando la parte de negocio tradicional ve a los otros gastando dinero sin que a lo mejor haya resultados, empiezan los problemas", apunta un ex directivo de la firma.

"Ninguna 'teleco' europea llegó a convertirse en **competitiva en Internet**, porque es otra filosofía. Podrían parecer mundos parecidos, pero no lo son porque son culturas diferentes", asegura Enrique Dans, experto del sector. "Una empresa de este tipo necesita mucha inversión en I+D y Telefónica no estaba en eso", confirma un ex empleado. Un ejemplo es el fiasco del buscador, que Telefónica intentó y no consiguió que prosperara mientras Google iniciaba su dominio de la Red. "Google es un caso de **especialización absoluta**. Dos ingenieros en su casa, que prueban y prueban hasta que dan con la fórmula. Una empresa de telecomunicaciones no puede hacer eso", insiste Dans. La red social Tuenti es otro ejemplo.

Y ésta es precisamente otra de las razones de la caída de Terra, **la falta de especialización**, ser el mejor en algo, dominar un aspecto concreto. "Terra era una empresa más de marketing que de otra cosa. Nunca pudo ser un portal mejor que la competencia, ofrecer noticias mejor que otros en Internet, un servicio de correo mejor que el de Gmail... Un caso parecido a Yahoo", señala Dans.

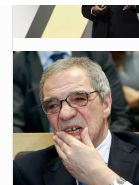
Oportunidad perdida

Terra engrosa de esta forma la lista de fracasos europeos por competir con Estados Unidos o Asia en el mundo digital. Y el motivo principal, según los expertos, es la regulación europea, que impide un verdadero desarrollo digital en la Unión. "Existe una sobrerregulación en Europa que **impide a las empresas poder competir**. Es así, y es un problema que hay que solucionar ahora que se está legislando una norma europea", asegura Borja Aduara, ex director general de Red.es y experto del sector.

La historia de Terra no es solo la historia de un fracaso: impulsó Internet en España y en Latinoamérica, y fue el origen del cuádruple play actual

Dans coincide con Aduara. "La prueba es que ha habido muchos intentos de crear un buscador que compita con Google y no se ha conseguido. Tampoco Francia y Alemania, que **lanzaron Quaero sin éxito**", explica. "Es un problema evidentemente. Al final la legislación europea, con sus normas diferentes para cada país, se traduce en empresas digitales que son relevantes en un país, o dos como mucho. **Así es imposible competir** con Google, Facebook o Alibaba",

explica un ex jefe de Terra.



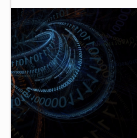
Por qué Telefónica encadena promoción tras promoción para su TV de pago



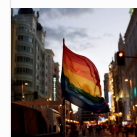
NOTICIAS DE PORTADA



Madrid celebra su gran día LGTB



El éter digital



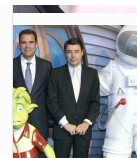
Siempre subversivas



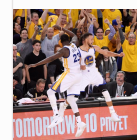
La herencia de Toxo, los retos de Unai Sordo

Pero la historia de Terra no es solo la historia de un fracaso. Telefónica apostó ya en el año 2000 por ofrecer **contenidos a sus clientes**, algo que ahora es la base de su negocio. "Lo que pasa que en su momento se ofrecía por separado y luego evolucionó hacia al *triple play* y *cuadruple play* que conocemos ahora. Pero el origen de esto es aquéllo", explica un ex empleado.

Además, gracias a Terra se impulsó el sector en España y en Latinoamérica debido a que en la compañía se instaló una **cultura de innovación extraordinaria**. De hecho, algunos directivos de Terra sobresalieron en el sector: Arnau Muñoz en Airbnb o Miguel de Reina en Google.



El juez manda a prisión al fundador del Grupo Zed



BBVA dice adiós a la NBA



Los festivales multidisciplinares se convierten en puntos de encuentro para artistas

bez.es el medio para quienes toman decisiones

Newsletter

Blog

Qué es bez.es

Publicidad

Lo que debes saber by bez is licensed under a Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 4.0 Internacional License.

Aviso legal
Política de privacidad
Política de cookies

Publicidad: publicidad@bez.es
Nos puedes escribir a: bez@bez.es
Nos encuentras en: C/ Gran Vía 16, 4 izda. - 28013 Madrid