



Bloque 3 • Las apps que usamos

Unidad 1 • Píldora 4

## **EL INCREIBLE CASO DE WHATSAPP**



# EL INCREIBLE CASO DE WHATSAPP



Es difícil encontrar un *smartphone* que no tenga instalado **WhatsApp**. No solo es líder mundial en *apps* de mensajería, sino una de las *apps* más populares del mundo.

Su historia comienza en 2009 de la mano de sus creadores, Brian Acton y Jan Koum, dos ingenieros extrabajadores de Yahoo!. Su nombre es un juego de palabras que combina la expresión coloquial norteamericana *What's up?*, que en español significa "¿Qué tal?" o "¿Cómo estás?", con la palabra *app*.

La idea de Jan Koum y Brian Acton era que los usuarios pudieran comunicarse a través de mensajes de texto sin tener que pagar por los SMS.

En el momento de su creación, el mercado de las aplicaciones para iOS no estaba aún asentado y el éxito tras unos meses en funcionamiento no era el que sus creadores esperaban.

**Una de las claves para que el servicio atrajera a más usuarios fue hacer posible que estos pudieran ver si la otra persona estaba o no conectada, las actualizaciones de estado y la popular doble marca de verificación.** La aplicación alcanzó los 250.000 usuarios y sus creadores se vieron obligados a cobrar por el servicio con el objetivo de frenar una expansión demasiado rápida que pudiera colapsar su infraestructura.

En 2010 llegó la versión para Android y en 2011 la posibilidad de enviar fotos. En 2013, **Facebook** decidió comprar **WhatsApp**, que ya contaba con 400 millones de usuarios. Fue entonces cuando llegaron las novedades de la doble marca de verificación azul, las opciones de privacidad y las llamadas de voz.

Lo que muchos desconocen es que uno de los fundadores de WhatsApp, Brian Acton, buscó trabajo en Facebook antes de aventurarse con la creación de la red de mensajería móvil por excelencia. Y ¿cuál fue la respuesta de la red social con más usuarios del mundo? El tuit que publicó Acton por aquel entonces nos la revela:



*"Facebook me rechazó. Era una gran oportunidad para conectar con algunas personas fantásticas. Espero la próxima aventura de la vida"*



Además, por si fuera poco, justo unos meses antes también fue rechazado por otro gigante del sector, Twitter.

No sabemos si Mark Zuckerberg, quien ha pagado 22.000 millones de dólares por el invento de Acton, tiene remordimientos por no haberlo incorporado a su equipo cuando se le presentó la oportunidad; como tampoco sabemos si Acton hubiera tenido tiempo de crear WhatsApp trabajando en alguna de estas dos grandes compañías, en las que tampoco habría contado con el apoyo de su socio y buen amigo, Jan Koum, quien también tiene un interesante relato personal.

Todo empezó cuando, con 16 años, Koum y su madre abandonaron Kiev y se trasladaron a San Francisco para hacer realidad su "sueño americano". Pero eso no sucedió y, durante mucho tiempo, en su etapa en el instituto, necesitaron ayuda estatal para alimentarse su madre y él.

Para no olvidar sus años de sufrimiento, sus raíces y mostrar al mundo que su esfuerzo se había visto recompensado, Koum decidió escoger un lugar simbólico para firmar el contrato con Zuckerberg que lo haría millonario de la noche a la mañana. El sitio elegido fue delante de un edificio donde Koum había ido de joven con su familia a solicitar ayuda social.

Un acto muy emotivo por su parte



Brian Acton y Jan Koum  
(fuente: Tumblr)

## EL FIN DEL SMS

Está claro que **WhatsApp** se ha generalizado en tiempo récord y se ha convertido en imprescindible.

Ya hay muchas más personas que utilizan esta app para comunicarse diariamente en lugar de las llamadas de teléfono habituales. Esto supone grandes pérdidas para las operadoras telefónicas, ya que los planes de datos con tarifa plana no generan tantos beneficios como en su día lo hicieron las llamadas y los mensajes SMS.

En 2007, el año en que tocaron techo, las operadoras ingresaron 1.743 millones de euros gracias a este tipo de mensajes, un 11,7 % de sus ingresos totales. En 2012, con WhatsApp en circulación, esa cantidad se redujo hasta los 707 millones. Actualmente el 72,6 % de los usuarios ha dejado de enviar SMS y otro 18,6 % consume menos de la mitad.

