WAZE NO ES SÓLO UNA APP

Posted on 15/11/2013 by Naider

Esta semana, después de varios rumores de compra deWaze por fin surgía la noticia:Waze es comprada por Google por 1.500 millones de dólares. Para el que crea que Waze es sólo una app o no entienda por qué puede valer 1,500 millones de dólares intentaré aportar algunas claves que creo que son i portantes en la valoración de Waze.

Quizá la primera premisa que hay que comprender es que Waze no es sólo una app sino que posee varias tecnologías diferenciales sobre las que Google desea un mayor control, y en las que Google no ha conseguido aún liderar. El caso de Waze es diferente al de Instagram. Si en este último su valoración se debía sobre todo a su enorme base de usuarios y su acelerada tasa de crecimiento (100 millones de usuarios en el momento de la compra). Waze tenía en el momento de compra "sólo" 50 millones de usuarios mientras que Google Maps está omnipresente en todos los móviles (se estima que hay 900 millones de teléfonos Android activos). Google no busca ganar usuarios con Waze. La explicación del valor de Waze, por lo tanto, está en otro lugar, en este caso, es la tecnología.

Waze es una app y no lo es al mismo tiempo porque Waze ha conseguido dominar varias tecnologías en las que Google quiere ser líder. Por un ladoWaze ha logrado llevar al móvil una buena experiencia de explotación de Big data. Waze es capaz de procesar la información generada por una base distribuida de usuarios, explotarla y ofrecer al usuario, de una forma extraordinaria, una solución a un problema que no es trivial: encontrar la mejor ruta en tiempo real respondiendo a miles de eventos simultáneos provenientes de millones de fuentes (crowdsourcing). La tecnología para hacer eso y, además, hacerlo en el móvil (un dispositivo al fin y al cabo de limitadas prestaciones de computación y visualización) no es sencilla.

Probablemente Google es quizá el mejor exponente de lo que significa el Big Data pero sus mapas todavía adolecen de un buen uso de la capa social y respuesta en tiempo real. Con Waze Google fortalece estas àreas tecnológicas en las que está claro que quiere posicionarse como resulta evidente con su apuesta con otros productos como Google Now y Google Plus. Y es aquí donde viene quizá la ginda del pastel para Google porque Waze presenta enormes sinergias con estos dos productos. Waze puede ser un elemento diferencial para impulsar la red social de google, Google plus, a la vez que puede permiter que Google gane terreno en un espacio en el que puede verse amenazado por redes como Facebook o Twitter: la búsqueda "en el tiempo" (esto es, la búsqueda en variable temporal). En un mundo en el que la inmediatez es muy relevante Google lleva años invirtiendo por tener más relevancia en el " qué está pasando ahora".

Para terminar, la compra de Waze es stratégica en el mapa competitivo en el sentido que significa una ventaja importante sobre Apple y Facebook en el móvil y en los mapas, y por lo tanto en "Lo local", dos ámbitos en los que los grandes players saben que se mueve gran parte del pastel publicitario del presente y, si cabe aún más, del futuro.

There are no comments yet.