Ecopetrol adquiere participación en la zona de Presal, Brasil

Ecopetrol se hizo con el 30 % del descubrimiento Gato do Mato, en Brasil. Este se compone de dos bloques en los que se han perforado tres pozos, en los que se encontró hidrocarburo liviano.

Los bloques están ubicados en una zona llamada presal, reconocida como uno de los lugares con mayor potencial para el descubrimiento de hidrocarburos.

Ecopetrol compra el 30 % de la participación en estos bloques a Shell, que antes contaba con el 80 % y, luego del acuerdo con la petrolera colombiana, pasará al 50 %. Shell seguirá como el operador de la zona. La empresa francesa Total cuenta con el restante 20 % de participación.

En un comunicado, Felipe Bayón, presidente de Ecopetrol, aseguró que "esta adquisición nos permite balancear nuestro portafolio con mayor cantidad de hidrocarburos livianos. En 2018 anunciamos el ingreso al presal, área considerada como las grandes ligas del petróleo en Brasil y una de las de mayor potencial del continente".

Negocios

La aplicación tiene 116 millones de usuarios a nivel global

¿Qué hace Waze con los datos de movilidad de sus usuarios?

Ivette Chalela, directora de marketing para Waze en Latinoamérica, cuenta cómo funciona esta aplicación en Colombia y por qué se está convirtiendo en una plataforma de publicidad exitosa.



VALERIA CORTÉS BERNAL

vcortes@elespectador.com
@cortesbernal_v

Waze nació en 2008 como una aplicación que aporta información relevante sobre la movilidad urbana mediante alertas que hacen sus usuarios. La plataforma, que pertenece a Google desde 2013, se basa en los datos de millones de personas en el mundo para sugerir las rutas menos congestionadas a los conductores. Además, trabaja de la mano de gobiernos locales, agencias de transporte, medios de comunicación y servicios de emergencia para informar sobre el tráfico de las ciudades en tiempo real.

Actualmente, la plataforma tiene más de 116 millones de usuarios en su comunidad, de los cuales un millón residen en Bogotá, y su modelo de negocio se extendió al campo de la publicidad, posicionando marcas y poniéndolas, literalmente, en el mapa de sus usuarios. **El Espectador** habló con la directora de marketing de para Latinoamérica acerca de cómo utilizan estas grandes cantidades de información.

¿Cómo funciona Waze?

Además de ser una aplicación gratuita, de tráfico y de navegación, está basada en crowdsourcing, es decir, en la posibilidad de que todos estos datos sean alimentados por las personas. Funciona como una red social, con las personas aportando la información del tráfico todos los días para ayudar a los otros a llegar más rápido de un punto A a un punto B. El algoritmo toma esa información y redistribuye el tráfico en tiempo real para que la gente sepa cuánto tarda en llegar.

¿Cuál es el papel de Waze en la movilidad de ciudades como Bogotá?

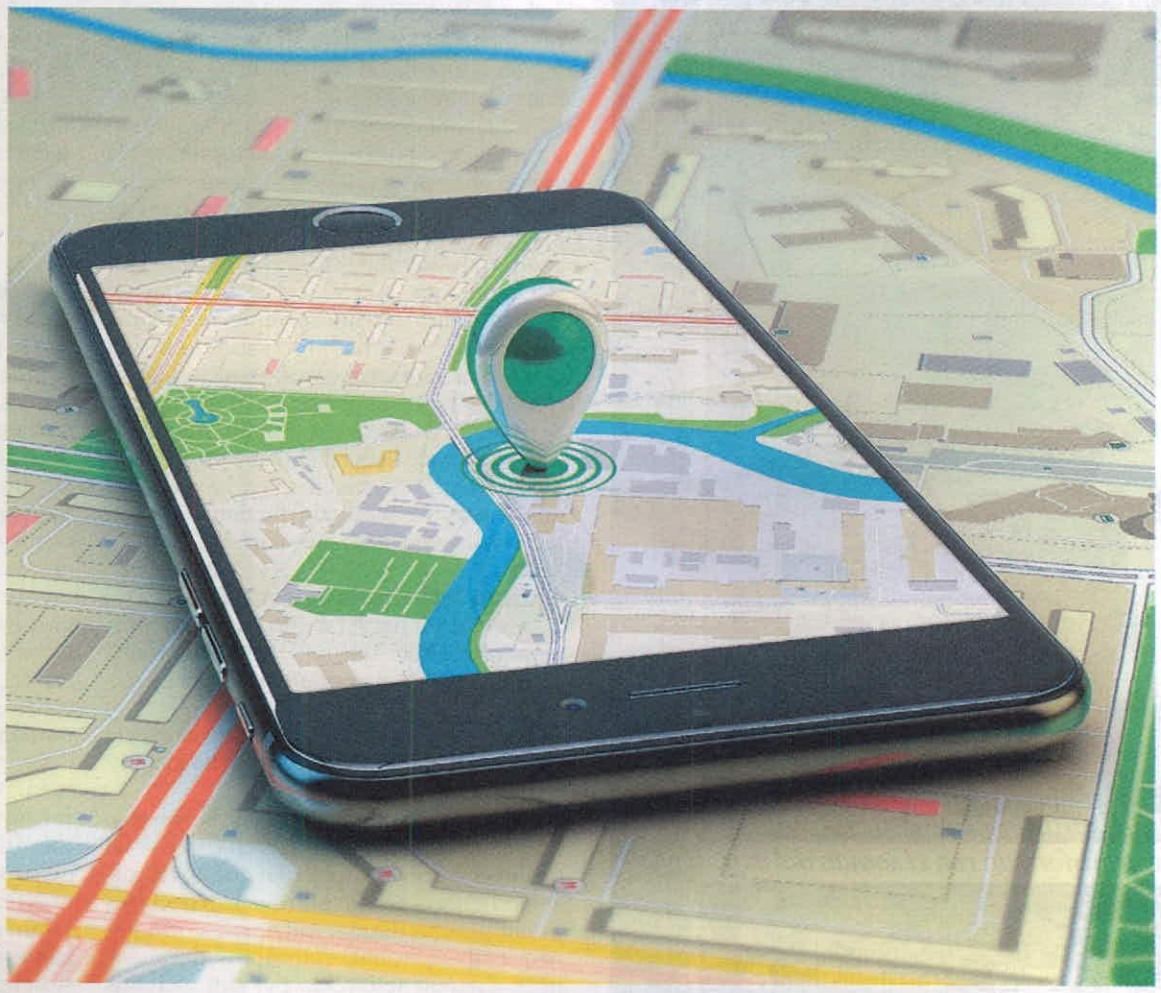
Tenemos más de un millón de usuarios en Bogotá, y el tiempo promedio que pasan en la aplicación al día es de 1 hora y 45 minutos. Esto está basado en el tiempo que tardan de la casa al trabajo y viceversa. Ayudamos a los usuarios que están en medio del tráfico y les recomendamos las rutas más rápidas en tiempo real. También tenemos el programa Ciudadanos conectados, en el que hablamos con los gobiernos locales y hacemos un intercambio bidireccional de datos: nosotros les pasamos las alertas de tráfico de los usuarios y ellos nos comparten información sobre cierres viales por eventos específicos.

Es decir, ¿Waze le podría decir a un Gobierno dónde está una persona?

No. Los datos que tenemos en la aplicación no son datos personales. Cuando inicias sesión en la aplicación, puedes hacerlo de forma anónima. Lo que Waze utiliza es la información pública de las alertas que generan nuestros usuarios y le pasa al Gobierno el tráfico de ciertas zonas. En EE.UU., por ejemplo, cuando la gente se accidentaba y llamaba al 911, a veces no sabía exactamente dónde estaba . Con este programa sí se pudo saber y se logró reducir entre cuatro y cinco minutos la respuesta de las ambulancias. Ese es el impacto que puede llegar a tener.

¿Cómo utilizan estos datos para su plataforma de publicidad?

Muchas aplicaciones de teléfono saben dónde estás localizado en este momento, pero Waze sabe hacia dónde te diriges todos los días. Y esto a nivel de marketing es muy interesante porque puedes encontrar patrones, intereses, rutinas y hábitos. A través de ese conjunto de datos en movimiento, puedes darle a la marca una forma de interactuar contigo de una forma más relevante. Hoy estamos hechos para empresas de cualquier tamaño y tenemos diferentes niveles de servicios en nuestra plataforma de publicidad Waze Ads. Nuestra promesa de valor es convertir las ubicaciones de la marca en destinos, es decir, que se empiece a ver tu logo en el mapa y puedas tener un posicionamiento constante.



El gigante tecnológico Google, dueño del servicio Google Maps, compró Waze en 2013. /Getty Images.

VÍCTOR MUÑOZ

Regulación inteligente

La aproximación del Gobierno del presidente Iván Duque en la regulación de las plataformas de economía colaborativa, según dijo desde su campaña, nace desde la perspectiva de mantener la neutralidad de la red, el incentivo al emprendimiento y un marco de legalidad.

La neutralidad de la red es un activo que como sociedad tenemos, que está consignado en el artículo 56 de la ley 1450 de 2011 y que bajo ningún motivo podemos permitir que sea modificado. La regulación de plataformas de economía colaborativa debe tener como principio el beneficio ciudadano y de la sociedad, y no la protección de negocios tradicionales de algunos pocos, que se oponen a la competencia, a la calidad de un buen servicio, al acceso a la información y a los precios transparentes.

Una norma en la regulación es que no puede ser absoluta. Y, como se ha observado, la tecnología ayuda a que muchos de los modelos de negocios actuales se conviertan en nuevos modelos disruptivos y que cambian de forma más rápida que la regulación y la legislación. Pretender tener una bola de cristal para determinar el comportamiento de los modelos futuros de negocio resulta, por lo menos, ilógico. Los elementos que podrían estar en proceso de regulación podrían ser responsabilidad del operador, protección del consumidor, tratamiento de datos, licenciamiento de operación, control de precios y limitación de la oferta.

La aproximación que podría tener el Gobierno es regular un sector bajo el esquema de piloto y usarlo como referencia. El sector ideal sería, a mi juicio, por su sensibilidad y complejidad, el de plataformas de servicio de transporte compartido. En este proceso de habilitación se deberían resolver algunas preguntas como: ¿los prestadores de servicios a través de estas plataformas son trabajadores? ¿Debemos evolucionar al concepto de trabajador digital?

¿Qué hacer sobre los temas tributarios? ¿Cada transacción debería reconocer un impuesto sectorial en el país donde se presta el servicio? ¿Hay que esperar las recomendaciones de la OCDE que salen en el 2020?

El sector de taxis en la actualidad presenta una situación relacionada con los cupos, falta de pagos de seguridad social de los conductores, calidad del servicio y aspectos tarifarios en competencia. La idea no es igualar los servicios de las plataformas a la regulación existente para los servicios de taxi, sino revisar la regulación de forma integral, para que se nivele la cancha en todos los escenarios.

Las plataformas colaborativas son una oportunidad, pero también un reto. Lo importante es comenzar a recorrer este camino de forma rápida y que beneficie a los usuarios y a la sociedad con modelos de negocio que operen dentro de las estructuras de la legalidad.

Experto en transformación digital. @Vicmunro