

# Las cinco facetas de la Tercera Plataforma

El sector de transporte y logística vive un interesante momento de revisión tecnológica



Juan Carlos Moro, CIO de SEUR



Jordi Milà, CIO de MRW

## VIRTUALIZACIÓN

Tenemos prácticamente todo virtualizado, pero nuestro objetivo es llegar a todos los puestos de usuario. Para ello, nos estamos apoyando mucho en Google como herramienta de colaboración. De hecho, fuimos la primera gran compañía española que decidió apostar por moverse a este entorno. Pretendemos llevarlo hasta el último puesto de la organización, por lo que estamos dando pasos para, además, sacar más provecho de todas las funcionalidades de esta suite.

## VIRTUALIZACIÓN

Creo que la virtualización tiene muchas ventajas, pero a veces te complica la vida. Un concepto es el ahorro, pero depende de los sistemas, de la criticidad de los mismos. Estoy de acuerdo que es necesaria, pero existen procesos que no se pueden virtualizar. El hardware da soporte a procesos y hay cosas que tienen que estar en un solo servidor. Estamos para dar soporte al negocio, no para ser los más vanguardistas.

## CLOUD

De aquí a tres años vamos a empezar a mover a la nube privada algunas de las aplicaciones que hoy tenemos en nuestra infraestructura estándar. Todavía quedan barreras a superar en la cloud pública, ya que está aún pendiente el tema de la seguridad, un aspecto que ha avanzado mucho pero que todavía tiene cuestiones por resolver, tanto en protección de datos como en cuanto a las implicaciones y consecuencias de un posible cambio de proveedor.

## CLOUD

Confío en el cloud computing. He ejercido de consultor y creo que es un tema para el que muchos directivos no están preparados. Les cuesta entender que los datos y las aplicaciones se encuentren en un sitio fuera de su control. En mi opinión, Azure es un entorno muy válido, pero quizá es precipitado ponerlo en marcha en estos momentos. Estamos modernizándonos y vamos por etapas. Sin darnos cuenta, el concepto de cloud computing se utiliza de forma subrepticia a través del centro de datos.

## BIG DATA

Personalmente creo muchísimo en esta tendencia porque considero que ha venido para quedarse. En SEUR tenemos algunos proyectos embrionarios en este sentido, y ya contamos con algunos pilotos puestos en marcha, aunque aún no puedo desvelar muchos detalles. Ahora mismo estamos trabajando en una iniciativa que va a cambiar radicalmente la forma en la que estamos trabajando y gestionando la compañía, con la intención de poder abrir nuevos servicios.

## BIG DATA

El sector tecnológico es muy divertido en conceptos de marketing. Al final se trata de justificar un modelo de venta. Lo relevante es el análisis de datos y que cada vez lo será más. Han aparecido herramientas que han cambiado las reglas del juego. Ya no se requiere montar infraestructuras. Ahora estamos empezando a utilizar aplicaciones como QlikView que atacan directamente las fuentes con agilidad y sin complejidad. Ya no se requieren grandes granjas de servidores.

## MOVILIDAD

Venimos trabajando con la movilidad desde hace ya varios años, facilitando dispositivos a nuestros repartidores e incorporando una capa de gestión adicional de mapas y GPS para guiar al conductor sobre cuáles son los siguientes envíos o las paradas que debe hacer en su ruta. Recientemente hemos añadido una capa que antes no teníamos de geolocalización para los repartidores. También tenemos proyectos de movilidad de cara a nuestros clientes.

## MOVILIDAD

Estamos apostando por la movilidad, es imprescindible para nosotros. Todos nuestros mensajeros están dotados con un Motorola que cubre todas las funcionalidades para el trabajo (GIS, GPS, cámara, escáner, etc.) con todas las garantías de seguridad (nuestro partner es S2 Grupo). Pronto, los mensajeros tendrán a primera hora del día todas las rutas programadas en su dispositivo. La movilidad trae la democratización de las TI, pero supone una pesadilla en términos de infraestructura y gestión.

## REDES SOCIALES

Además de ser una plataforma tecnológica, las redes sociales están muy vinculadas al mundo del marketing y comunicación. Por tanto, forman parte de la estrategia digital global de la compañía, en la que llevamos trabajando casi ya tres años. Encontramos en esta plataforma un doble uso, por un lado como canal de contacto con nuestros clientes para dar a conocer información relevante de la marca y por otro lado un canal potente de atención al cliente.

## REDES SOCIALES

Utilizamos las redes sociales y contamos con una cuenta de Facebook en MRW. Es un arma de doble filo y hay que usarla con responsabilidad. Cualquier queja en las redes afecta a la imagen de la compañía y a veces es irreversible. En el mundo del e-commerce no se puede fallar. Además, las personas tienen a su alcance una herramienta que les da poder de influencia. Cualquier incidente en una entrega puede volverse contra tu marca, y recuperar el prestigio es una tarea ardua.