

Uso de Google Maps en las empresas

Autor: **Francisco Magdalena Pizarro**

Visualizar las instalaciones realizadas por tu empresa; gestionar y optimizar gráficamente las diferentes rutas de reparto; conocer en tiempo real el lugar donde aparecen averías o conflictos; localizar las reclamaciones de los clientes por áreas geográficas o posicionar anuncios de tu cadena de tiendas sobre un plano que un posible cliente consulta... Estas son sólo algunas ideas de las muchas que las empresas tienen a su alcance gracias a la introducción de la aplicación Google Maps en sus procesos. Este artículo trata de presentar qué es Google Maps y algunas de sus principales aplicaciones en el mundo de la empresa y sus procesos operativos.

Conociendo Google Maps

En 1998 se crea en Estados Unidos la empresa **Google Inc.** (<http://www.google.com>) cuyo principal producto es el buscador de información en Internet Google. La finalidad de esta empresa es la de facilitar el acceso a toda la información contenida en la Red de una manera ágil y útil para el usuario a través de un novedoso algoritmo de búsqueda y "puntuación" de las páginas web.

En los últimos años, Google no sólo ha revolucionado la forma de buscar información en la Red sino que, además, se está convirtiendo en la oficina virtual de muchas empresas y particulares. Su idea es la de integrar bajo una misma aplicación, accesible desde cualquier sitio donde se tenga conexión a Internet, toda la información de interés de un usuario como sus correos electrónicos, sus documentos de trabajo, su agenda y calendario, o la información financiera o global que pueda necesitar. Son muchas y muy variadas las herramientas de gestión que Google ofrece actualmente pero, sin duda, una de las aplicaciones que mayor éxito y expansión está teniendo, y que mayor potencial de mejora de procesos ofrece a las empresas es **Google Maps** (<http://maps.google.es>).



Google Maps es un servicio web gratuito (aunque también está disponible una versión de escritorio) **que ofrece mapas de muy alta resolución y planos vía satélite** de prácticamente toda la geografía del planeta. Por defecto, estos mapas muestran cierta información de interés como el nombre de las calles y carreteras, o la situación de las estaciones de metro. Además, a estos mapas les acompaña una serie de servicios adicionales como la función de búsqueda de una dirección postal concreta, la posibilidad de trazar diferentes itinerarios en función de determinados parámetros entre diferentes lugares, o la opción de introducir comentarios o fotografías de zonas y lugares geográficos por parte de los propios usuarios. De hecho, la incorporación de nuevos servicios a esta herramienta por parte de Google se produce de forma continuada, y recientemente, se ha incorporado la funcionalidad de visualizar las calles de algunas ciudades en tres dimensiones, dando la sensación al usuario de poder introducirse dentro del mapa y “pasear” por las calles.

Otro de los puntos destacables de la mayoría de las aplicaciones implementadas por Google y que, por supuesto, también está presente en Google Maps es la liberación de una API de desarrollo. Esta API está compuesta por una serie de secuencias y comandos que permiten que cualquier persona con un mínimo conocimiento de programación pueda manipular la información que aparece en estos mapas y crear **aplicaciones y mapas personalizados** ajustados a sus necesidades. Gracias a esto, los desarrolladores pueden mostrar información extraída a partir de sus propias bases de datos y trabajar con ella definiendo diferentes funciones y formas de visualización, abriendo un abanico casi infinito de posibilidades para la gestión y optimización de los procesos de negocio. Adicionalmente, existen comunidades de desarrolladores que continuamente ponen en común las aplicaciones creadas, de forma que se aumenta y comparte el conocimiento global de la herramienta.

Principales áreas de actuación

A pesar de las muchas aplicaciones que esta tecnología puede tener para las empresas, las principales áreas de actuación de esta tecnología en las empresas se pueden clasificar en dos grandes bloques: relación con los agentes relacionados con la organización (empleados, clientes, proveedores,...) y optimización de procesos de las áreas de operaciones y logística.

Por un lado, las diferentes áreas dentro de la organización que mantengan una relación con los diferentes agentes colaboradores - ya sean internos como los empleados o externos con clientes y proveedores - tienen en esta tecnología una importante fuente de recursos. Las empresas podrían utilizar la potencia que ofrece Google Maps junto con la



información procedente de sus propias bases de datos para crear herramientas que les permitan por ejemplo segmentar de forma visual y geográfica su público objetivo, gestionar gráficamente su red de distribuidores, crear comunidades de usuarios con características semejantes y situarlos en uno de estos mapas o realizar acciones de marketing directo introduciendo “anuncios virtuales” en los mapas de los propios clientes.

Muchas personas utilizan a diario Google Maps para conocer la ubicación de un destino concreto al que se dirigen. Posiblemente, ésta pueda ser una buena ocasión para indicarle a esta persona que cerca de su destino nuestra empresa tiene una tienda que además ofrece ventajas y descuentos para unos días determinados. O al contrario, una persona puede estar interesada en conocer la ubicación de todas nuestras delegaciones para conocer de esta forma cuál le quedará más cerca, o si existe una de nuestras tiendas en la ciudad donde pasará sus vacaciones.

En un futuro no muy lejano, esta tecnología se integrará con los terminales móviles, de forma que serán los propios usuarios quienes indicarán su situación geográfica y solicitarán información sobre su entorno. Son pues grandes oportunidades para que las empresas ofrezcan sus productos y servicios de forma más efectiva a sus clientes, atendiendo de mejor forma y tiempo sus necesidades.

Por otro lado, las otras grandes áreas que podrían beneficiarse de estas herramientas son las de operaciones y logística. A través de la programación de mapas personalizados, una empresa podría posicionar los puntos geográficos donde tiene avisos de averías pendientes de solucionar o instalaciones que realizar, aprovechando esta información para organizar de forma óptima el trabajo de sus técnicos. Puede realizar una trazabilidad en tiempo real de sus envíos, o ir marcando directamente sobre un mapa las zonas donde ya ha llevado a cabo cierta actuación comercial o de cualquier otra índole. Los recursos ofrecidos por Google Maps combinados con ciertos algoritmos matemáticos de optimización de rutas de entrega y parámetros coyunturales como el estado del tráfico, podrían dar con una mejora sustancial en los tiempos empleados por los repartidores de nuestra empresa.

Pero esta tecnología ofrece muchas más posibilidades además de las mencionadas para optimizar sus procesos actuales. **Se puede hacer uso de los recursos que ofrece Google Maps para reinventarse el propio negocio haciendo reingeniería de procesos.** Este podría ser el caso de las agencias de viajes que muestran a sus clientes una visita virtual de su viaje antes incluso de contratarlo, o de las agencias inmobiliarias que permite a sus potenciales clientes conocer con detalle los comercios situados en su zona de interés.



Aplicaciones fuera del ámbito empresarial

Fuera del ámbito empresarial, Google Maps está siendo ampliamente utilizado por particulares y sociedades no lucrativas, que desarrollan sus propias aplicaciones sobre los mapas de Google. Así, una persona puede conocer el lugar exacto desde dónde se realizan los accesos a su blog personal, o enlazar fotos, videos o documentos a sus lugares favoritos.

Un caso real que ilustra perfectamente un ejemplo de uso de esta tecnología se puede encontrar en el pueblo de Algemesí en Valencia con el proyecto **46680** (<http://46680.info>). A través de esta página, los vecinos pueden denunciar o comunicar al resto del pueblo diferentes incidencias y situarlas en un plano del pueblo. De esta forma pueden llegar a identificarse patrones de conducta o eficiencia de los servicios públicos de la localidad.

Conclusiones finales

Definitivamente, el acceso a Internet ha revolucionado nuestra realidad diaria y la forma de trabajar de las empresas. Nos encontramos metidos de lleno en un mercado global en el que la información está al alcance de la mayoría de las personas y las empresas buscan personalizar al máximo sus servicios para diferenciarse de la competencia y atraer así al mayor número posible de clientes. En este contexto, resulta vital que las empresas utilicen toda la tecnología que tengan a su alcance para optimizar sus procesos, ofrecer un producto único y destacar en su sector.

Dentro del conjunto de herramientas tecnológicas que actualmente existen, Google Maps es una que mayor potencial ofrece a las empresas, no sólo por su uso como callejero y las aplicaciones que ya existen, sino sobre todo por la posibilidad de que cada empresa diseñe sus propias utilidades.

A lo largo de este artículo se ha pretendido dar una visión amplia de las posibilidades que Google Maps ofrece a la hora de rediseñar los procesos de negocio, fundamentalmente en las áreas de operaciones y marketing. No obstante, éste no es un caso aislado, sino que existen un amplio abanico de herramientas tecnológicas que las empresas deben empezar a utilizar para adaptarse a un mundo que cada vez cambia a mayor velocidad.

© **Francisco Magdalena Pizarro** – Valencia (España), Enero de 2009