

Xavier Pinsach i Coromina

Senior IT Engineer en Innova Software Developers

NECESIDADES DE UN GESTOR DE RECARGA DE VEHÍCULO ELÉCTRICO

Las estaciones de (re)carga deben ofrecer servicios en línea. Las herramientas de Business Intelligence permiten explotar los datos para entender el comportamiento y las necesidades de los clientes y ofrecerle lo que están buscando.

Poco se imaginaban en el siglo XIX, cuando los pioneros del vehículo eléctrico diseñaban los primeros motores eléctricos, que no serían una realidad hasta 200 años más tarde. El vehículo eléctrico del s. XXI no renace como una moda pasajera sino que ha venido para quedarse en nombre de la movilidad sostenible. La casualidad lo hace aparecer en un momento clave de la era Internet donde el principal protagonista es el *Internet of Things*. Parece que las grandes marcas ya han entendido que dentro de este nue-

vo paradigma tiene cabida el *Connected Car*, un *thing*, un vehículo equipado con acceso a Internet que provee de beneficios adicionales al conductor a parte de la conectividad por ella misma. Las necesidades de los usuarios y las ciudades han cambiado radicalmente. Hoy en día todo el mundo está interconectado con, al menos un dispositivo, y las ciudades ya no son simples infraestructuras sino que se han vuelto inteligentes. Desde 2009, cuando Dinamarca impulsa el vehículo eléctrico con su plan *Better Place*, el resto de esta-

dos de Europa y del mundo están invirtiendo para que la implantación del vehículo eléctrico sea una realidad.

Si el vehículo y el conductor forman parte de la red Internet, ¿qué pasará con las nuevas estaciones de servicios? Las nuevas necesidades del e-usuario requieren de unas estaciones de carga conectadas al mundo con la posibilidad de hacer una reserva en tiempo real o visualizar el escaparate de múltiples puntos de suministro que existen en su ruta para seleccionar el que más le convenga o según los servicios que ofrecen. Las nuevas estaciones de carga serán un nodo de intercambio de bienes y servicios destinados al espacio de tiempo en que el conductor espera a que concluya la recarga. Es fundamental que el gestor de carga tenga una plataforma de software transversal para ofrecer el mejor servicio, tanto de su modelo de negocio como para gestiones básicas de una cartera de clientes, normativas del sector eléctrico, gestión de los CUPS o la compra de la energía al mercado libre. Una plataforma de calidad y personalizable que permita minimizar el tiempo de gestión para destinarlo a funciones estratégicas de negocio con herramientas de *Business Intelligence* para entender el comportamiento de los clientes y poder ofrecerles lo que están buscando.

La parte de gestión de los clientes, además de las herramientas básicas debe hacer previsiones para saber en qué momento del día y qué días dentro de la semana



se necesita tener más energía (¡y cuánta!) para poder anticiparse al mercado libre de compra. O bien analizar cuáles son los momentos de menos empleo para cambiar la política de precios. En el pasado las empresas utilizaban métodos estadísticos para obtener estos datos. Hoy en día las empresas tecnológicas dominan herramientas de *Inteligencia Artificial* que les permite entender y explotar mejor los datos. La competencia es feroz y buena parte del margen comercial depende de estas innovaciones tecnológicas.

Los puntos de carga de múltiples fabricantes deben interactuar con la plataforma de software para conocer las posibles incidencias, consultar estados o leer medidas de consumo o carga entre otras operaciones básicas. Existe un consorcio global, el *Global Charge Alliance*, que ha definido un protocolo estándar llamado OCPP. La plataforma software debe poder comunicarse con este protocolo con sus múltiples versiones.

Es evidente que una plataforma como la que hablamos debe incorporar herramien-

EL MERCADO ELÉCTRICO Y LOS AGENTES INVOLUCRADOS SON DE UNA COMPLEJIDAD EXCEPCIONAL EN CUANTO A NORMATIVAS O PROCEDIMIENTOS Y SE NECESITA UN CONOCIMIENTO PROFUNDO DEL SECTOR ELÉCTRICO PARA DISEÑAR UN BUEN SOFTWARE

tas básicas de gestión administrativa y de puntos de recarga pero también, debe saber interoperar con los agentes del mercado eléctrico (otros gestores de carga, distribuidoras, comercializadoras, productores, MINETUR, CNMC, OMIE, MEFF,

etc.). Se debe comprar energía al mercado mayorista de electricidad o por contrato bilateral a un productor o comercializadora, comprar peajes o realizar la verificación de peajes a pagar a las distribuidoras.

El *frontend*, la cara visible, debe ser una app propia y apps abiertas de terceros que formen un escaparate abierto al mundo. Debe tener funciones básicas como geolocalización, reserva de carga, consulta de estados, históricos, etc. Para la mejor visibilidad de los puntos de carga se debe hacer un buen posicionamiento de la app y aparecer en apps de terceros. Uno de los factores clave es el momento de llegada al mercado, lo antes posible.

El mercado eléctrico y los agentes involucrados son de una complejidad excepcional en cuanto a normativas o procedimientos y se necesita un conocimiento profundo del sector eléctrico para diseñar un buen software. Escoja una empresa especialista con un amplio *know-how* del sector para garantizar un software a la altura de las necesidades de cada modelo de negocio •



IGSEGeS

El primer software integral para el Gestor de Carga del vehículo eléctrico

Tu Gestión Completa

- Software estándar personalizable
- Facturación de Servicios de Recarga
- Compra de energía y peajes normativas (RD 647/2011 Gestor de Carga para VE)

EXPERIENCIA Y SERVICIO
EN UN MISMO SOFTWARE



INNOVA
SOFTWARE DEVELOPERS

INNOVA ESTUDI SOFT S.L.

Tel. +34 972 67 33 67 / info@innova-soft.com / innova-soft.com