

Anàlisi de viabilitat i potencials aplicacions del Sistema SPOP

José Manuel Montesinos Pichoto

jpichoto@gmail.com

Resum

Amb aquest projecte es presenta la Plataforma Smart Pàrquing Online (SPOP), que permetrà la reserva i gestió de places de pàrquing de manera online i personalitzada.

Amb la implantació d'aquesta plataforma en el món real es pretén assolir dos objectius claus:

- Oferir als usuaris una nova alternativa per consumir (reserva, pagament, etc...) places de pàrquing
- Optimitzar la gestió de les places disponibles per tal d'optimitzar al màxim el seu aprofitament.

Al llarg del document podrem descobrir les funcionalitats més innovadores de la plataforma que fan que es desmarqui de la resta d'aplicacions que hi ha ara mateix disponibles en el mercat, relacionades amb reserva de places d'aparcament.

1. Introducció

Tots els esforços dels fabricants més importants d'automòbils s'han orientat des de fa anys en la millora de prestacions físiques, que fan els vehicles més segurs, més aerodinàmics, més confortables....Ara tots porten ordinador integrat que controla totes les funcions del vehicle, per tal de fer que els passatgers tinguin la millor experiència possible durant el temps que estiguin dintre de l'habitacle.

Un cop assolit el grau òptim de confort tecnològic, el pròxim pas serà posar a disposició dels usuaris de vehicles la capa de Serveis que ja tenen disponible fora del vehicle o en els seus Smartphones, però integrada ja en el propi cotxe.

Gràcies a aquesta plataforma es podran fer reserves de places de pàrquing intel·ligents, ja que en estar integrades dintre del vehicle t'orientarà sobre els pàrquings que estiguin dintre de la teva ruta o més propers, si tenen places disponibles que s'adaptin a les teves preferències (mides del vehicle, proximitat a la sortida, etc...). Per suposat, et mostraria la ruta a seguir fins arribar al pàrquing i, fins i tot, podria guiar-te dintre del pàrquing fins arribar a la teva plaça.

Mirarem de veure com es pot fer arribar aquest sistema als usuaris de vehicles (web, mòbil, integrat en el cotxe,...) i els beneficis que repercutirien als pàrquings que es subscriuessin a la plataforma.

2. Presentació SPOP

Si fem una cerca d'aplicacions que permeten la reserva de places de pàrquing, ràpidament trobarem quatre o cinc similars. La gran majoria coincideixen en tenir les mateixes característiques:

- Reserva de places via Internet
- Visibilitat de places disponibles dintre de la "seva" xarxa de pàrquings
- Aplicació web i mòbil per gestionar les reserves
- Pagament online.

No obstant, la majoria d'aquests serveis online estan destinats a la reserva de places a aeroports, estacions de tren, etc... I les que sí que permeten reservar places a pàrquings públics, l'únic que permeten és reservar un determinat període de temps i una plaça genèrica dins del pàrquing.

Una de les funcionalitats de la Plataforma Smart Pàrquing Online, és la possibilitat de reservar places nominals (no genèriques) i personalitzades a les teves preferències (plaça gran, prop de la sortida, sense columnes, etc...). Això facilita que cap altre pugui accedir a la teva plaça durant el temps que s'ha fet la reserva.

El segon punt diferenciador de la plataforma és la possibilitat de fer servir la pantalla interna tàctil que porten els automòbils, ja que l'aplicació podrà venir instal·lada directament de fàbrica.



Fig. 1. Exemple de pantalla als cotxes

3. Escenaris de l'aplicació

Per garantir que el major número d'usuaris potencials de l'aplicació pugui tenir-hi accés, la Plataforma tindrà tres mòduls:

- *Integrada en el vehicle (versió "in car")*. S'aprofitaria la pantalla del vehicle perquè l'aplicació vingui instal·lada directament de fàbrica. Fent servir el navegador i amb controls per veu, garantim la seguretat de la conducció
- *Aplicació mòbil*. Per tenir accés a tothom que no tingui la possibilitat de fer servir la versió "in car"
- *Aplicació web*. Faria de backoffice de la Plataforma. Serviria per realitzar l'alta en el servei, configuració de preferències, etc...

4. Flux bàsic de l'aplicació

Tot i que cada usuari podrà fer servir la Plataforma Smart Pàrquing Online segons les seves necessitats, mirem ara de plasmar un ús típic mitjançant un flux d'accions tipus.

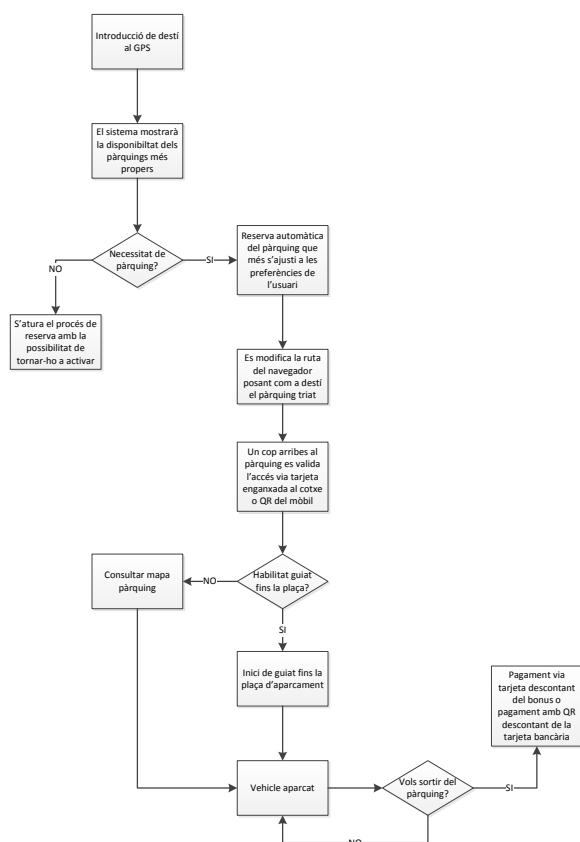


Fig. 2. Flux estandard d'ús

5. Funcionalitats

Com s'ha comentat en varies ocasions, la Plataforma Smart Pàrquing Online té com a punt diferenciador la possibilitat de poder venir integrat de manera nativa en el vehicle. Això fa que les funcionalitats seran diferents en es cas de fer servir la modalitat "in car" o la modalitat mòbil, ja que algunes funcions com per exemple la de "recordatori de temps" no té sentit que aparegui a la versió "in car" ja que només aplica quan has deixat el vehicle dins d'un pàrquing.

- Configuració de preferències
- Reserva de places nominals
- Reserva online automàtica
- Ampliació de la reserva (gestió)
- Pagament online
- Sistema de guiat fins la teva plaça
- Avis de promocions
- Control per veu

6. Usuaris potencials

Per tal de veure el número potencial d'usuaris de la plataforma, s'ha de dir que l'ús del vehicle privat va créixer a Barcelona un 3,5% durant el 2014, guanyant quota al tren,

el metro i l'autobús, que tot just va créixer un 0,5%, segons les dades de l'Enquesta de Mobilitat en dies laborables.

[1] Només a Barcelona es van produir l'any passat 4,57 milions de desplaçaments amb cotxe (un 3,2% més), mentre que la mobilitat amb motocicleta va créixer un 0,6%, fins als 618.456 trasllats. En total, el transport privat va generar 5,27 milions, un nombre que segueix sent molt superior al del transport públic, que va sumar 3,01 milions de desplaçaments en dia laborable. L'autobús va perdre al llarg de dotze mesos un 1,64% dels desplaçaments (es va quedar en 1,042 milions), mentre que el metro va créixer un 0,7% (1,049 milions).

Degut a la recuperació econòmica que comença a fer-se efectiva, els usuaris potencials de l'aplicació són totes les persones que fan servir el cotxe de manera habitual per desplaçar-se a les ciutats.

7. DAFO de la Plataforma

L'objectiu final serà analitzar les característiques internes (fortaleses i debilitats) de la Plataforma Smart Pàrquing Online, així com explorar les característiques externes (oportunitats i riscos) que es poden presentar, tenint en compte les aplicacions ja existents en el mercat.

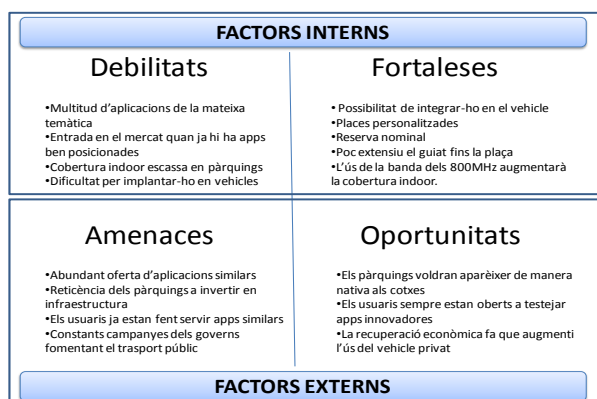


Fig. 3. Diagrama DAFO de la Plataforma

8. Models de negoci

Per tal de fer més atractiva la oferta comercial, la Plataforma Smart Pàrquing Online disposarà de varies opcions de contractació, des del punt de vista d'usuari de l'aplicació i dels pàrquing. D'aquesta manera, donant la possibilitat als usuaris de tenir opcions Premium a un cost baix, fa que també es comportin a efectes, com clients potencials.

- Pagament per ús de la Plataforma.
- Pagament per aparèixer a la Plataforma
- Cessió de la gestió de les places.

Referències

- [1] Consulta web El País.
http://cat.elpais.com/cat/2015/04/22/economia/1429725438_554647.html