



EL RETO DE LAS CIUDADES INTELIGENTES

MARIETA DEL RIVERO, PROFESIONAL DE MARKETING Y 'SENIOR ADVISOR' PARA ERICSSON GROUP, ESCRIBE SOBRE LA INFLUENCIA DE LA DIGITALIZACIÓN DE LAS CIUDADES



El Ministro de Fomento, Íñigo de la Serna, ex alcalde de Santander, una de las ciudades inteligentes favoritas de la autora, durante la presentación del libro.

Smart cities, libro recientemente publicado por Lid Editorial y escrito por Marieta del Rivero, profesional de larga experiencia en empresas de telecomunicaciones (Amena, Nokia, Telefónica y ahora Ericsson), habla sobre los procesos de digitalización a los que se enfrentan las ciudades desde distintos ámbitos y trata de ser un relato "que debería proporcionar conocimiento a sus lectores para saciar el principio de su curiosidad. Y que sean un poco más felices disfrutando de este apasionante momento. De nada sirve ser feliz si no sabes que lo eres", explica su autora.

M. S.

"Solo hay dos tipos de empresas: las que han sido 'hackeadas' y las que lo serán en algún momento". La cita es de Robert Mueller, ex director general del FBI y abre uno de los capítulos de este libro, dedicado a la seguridad inteligente. *Smart cities* busca acercar al gran público el proceso de digitalización que están viviendo las ciudades, similar al que afrontan las empresas, los negocios o los propios individuos. Y, para ello, utiliza ejemplos comunes en los que los ciudadanos se pueden ver reflejados: desde la posibilidad de buscar aparcamiento desde el móvil sin necesidad de dar vueltas por las calles, a conectar con su servicio de salud, o interrelacionarse con los estamentos públicos. La digitalización, dice, es un tema que despierta curiosidad, cuando menos, pero que necesita todavía explicación. De hecho, su idea de escribir este libro surgió tras una charla que dio en el Hay Festival, evento celebrado en Segovia, donde tenía que hablar de proyectos de tecnología aplicados al entorno urbano en diferentes ámbitos: seguridad, movilidad, emprendimiento, turismo, conservación del patrimonio artístico. Un tema sobre el que llevaba un tiempo trabajando, entonces en Telefónica. Al finalizar su ponencia, Clara Luquero, alcaldesa de Segovia, y otros asistentes, le transmitieron la idea de que, por fin, alguien había sido capaz de explicar con claridad los entresijos de un tema que, sin duda, despierta interés. Su posterior encuentro con Lid Editorial, en el *Smart city Expo* de Barcelona, fue el paso definitivo para abordar la tarea de este libro, con prólogo de José María Álvarez-Pallete, presidente y consejero delegado de Telefónica.

Anuncios. – ¿Qué es realmente una ciudad inteligente?

Marieta del Rivero. – Todavía no existe una única definición, como ocurre con aquellos proyectos que están en fase de diseño y construcción. Para mí una ciudad inteligente es aquella que tiene una visión holística y aplica las tecnologías buscando mejorar la calidad de vida de sus ciudadanos asegurando un desarrollo sostenible económico, medioambiental y social. Permite a sus habitantes interactuar de forma multidisciplinar con sus servicios en tiempo real, de forma eficiente desde el punto de vista de los costes, ofreciendo servicios diseñados desde la demanda de los ciudadanos, por ejemplo, el pago por lo que uso, permitiendo afrontar los retos de la creciente urbanización. El uso de la tecnología debe permitir que yo sepa cuánta electricidad consumo o qué uso hago del servicio de reciclaje y pagar impuestos de acuerdo con mi uso.

A. – En el libro explica cómo está siendo este proceso y sus ventajas para el ciudadano, pero, ¿a día de hoy, es realista o presenta un escenario aún futuro? ¿Sería aplicable en cualquier lugar del mundo o aboca a distintas velocidades según regiones?

M. R. – El libro presenta numerosos ejemplos de casos de uso que hoy ya son una realidad. En todos los ámbitos cotidianos de nuestra vida. Desde poder conocer mi consumo de electricidad hasta disfrutar de servicios de salud por telepresencia. O tener en tiempo real la situación de seguridad de una ciudad. Sin embargo, y dado que la velocidad de la innovación a la que estamos asistiendo es exponencial, seguiremos viendo nuevos servicios que hoy ni imaginamos que puedan existir. Pero esto forma parte del proceso disruptivo que vivimos. Todas las ciudades del mundo deberían tener la posibilidad y el derecho a ser *smart*. Pero es cierto que las ciudades de menor tamaño disponen de menos recursos económicos para poder construir las infraestructuras necesarias de comunicaciones,

"Todas las ciudades del mundo deberían tener la posibilidad y el derecho a ser 'smart'".



Marieta del Rivero.

conectividad, plataformas, etcétera, y para que puedan acceder a serlo, deben asociarse para compartir estas inversiones y obtener beneficios derivados de la escala. Smart Costa del Sol es un buen ejemplo de cómo múltiples municipios se alían para poder compartir recursos. En cuanto a las regiones, lo que diferencia es el grado de avance en infraestructuras de todo tipo. Por ejemplo, Europa está mucho más avanzada en infraestructuras de conectividad y comunicaciones que el continente latinoamericano, por lo que la velocidad en Europa será mayor que en Latinoamérica. La banda ancha es clave para que una ciudad sea *smart*.

A. – ¿Qué límites tiene este proceso? ¿Puede llevar a ciudades demasiado tecnificadas y poco humanas?

M. R. – Si se hacen bien las cosas las ciudades deberían ser más humanas y más fáciles para sus habitantes. Si los servicios se diseñan partiendo de qué es lo que necesita y desea el consumidor, se conseguirá el objetivo de mayor calidad de vida. Invirtiendo en soluciones que nos aportan valor en nuestro día a día. El límite lo pone el cliente.

A. – Teniendo en cuenta que todavía hay una parte de la ciudadanía no digitalizada, ¿no hay riesgo de exclusión? Ken Loach reflejaba en su última película, *I, Daniel Blake*, cómo la crisis económica ha abierto una brecha social que se incrementa por la tecnología. ¿Es posible que en la carrera por la digitalización una parte de la población se quede marginada?

M. R. – Este es un tema de tremenda actualidad. De hecho, en el World Economic Forum de Davos en enero pasado hablaban de *Intelligent Cities, Inclusive Cities*? Si las ciudades quieren ser inclusivas deben asegurar el acceso a los servicios para todas las personas. No olvidemos que las ciudades son centros de riqueza pero también de pobreza. Como consecuencia del uso de la tecnología se puede conseguir que las personas más desfavorecidas puedan

“Si las ciudades quieren ser inclusivas deben asegurar el acceso a los servicios para todas las personas”.

acceder a los servicios. En ciudades como Praga o Varsovia se pusieron en marcha sistemas inteligentes para la optimización de las calefacciones que fueron clave para que personas con menos recursos económicos pudieran disfrutar de la calefacción en sus hogares. También en el ámbito del empleo las *smart cities* pueden ayudar a que se reduzca la brecha de la desigualdad, con planes de fomento de *start ups* en donde los ciudadanos puedan encontrar un trabajo y colaborar al desarrollo de su ciudad. Promover modelos de negocio que permitan generar empleo en nuevas profesiones es responsabilidad de los líderes municipales.

A. – ¿Qué exige este proceso a las administraciones, las empresas y los ciudadanos?

M. R. – Exige un liderazgo desde el sector público que facilite la colaboración pública/privada, así como un ecosistema de innovación local. Y asegurar la implicación de los ciudadanos en todo el proceso.

MARCAS

A. – ¿Qué oportunidades abre para las marcas? ¿Y qué compromisos también?

M. R. – Las marcas deben entender un entorno competitivo nuevo y diferente. Deben estar muy al día de los cambios en las fuerzas del mercado. Y sus consejos de administración preparados para entender este cambio de paradigma; el poder del consumidor hiperconectado y cómo deben replantear su estrategia de relación con él. El ciudadano ya no espera a que la marca le diga que tiene que elegir, es él el que decide en función de lo que lee en las redes sociales, en las webs colaborativas, se fía más de lo que dicen otros consumidores... Para las marcas es imprescindible afrontar el *journey* de digitalización de la compañía. Desde lo básico (presencia en redes sociales, web, reputación *online*...) hasta las estrategias basadas en datos, *insights* e innovación. También deben entender el poder del proveedor que gracias al uso de plataformas hace más fácil el cambio y desintermedia a las marcas en su relación con el cliente: las nuevas barreras de entrada (economía colaborativa, el *long tail*) y los riesgos de sustitución de tu producto o servicio provocado por nuevos modelos de negocio, nuevos servicios digitales.

A. – ¿Existe alguna ciudad totalmente inteligente en España y/o en el mundo?

M. R. – Todavía no existe una ciudad 100% inteligente en el mundo. Estamos en una fase incipiente en donde queda mucho por recorrer. Hasta el momento se han puesto en marcha muchos pilotos relacionados con un reto concreto de cada ciudad. Por ejemplo, Londres se ha enfocado en soluciones para mejorar el transporte. Ahora es el momento de pasar a la ejecución y para ello es imprescindible que exista un plan estratégico de la ciudad, diseñado a largo plazo –más allá de legislaturas– aprobado y liderado por el alcalde de cada municipio y que establezca una hoja de ruta que abarque todos los ámbitos. Un plan de carácter transversal que rompa los silos de cada departamento y su presupuesto y que trabaje de forma conjunta todos los servicios. Con una visión única de cliente.

A. – ¿Cuál es su ciudad inteligente preferida? ¿Y analógica?

M. R. – Mi ciudad analógica favorita es Cartagena de Indias, Colombia. La belleza de sus casas de estilo colonial llenas de color y encanto, sus balcones floridos y la alegría de su gente suplen totalmente la falta de infraestructuras. Mi *smart city* preferida es Santander, una ciudad donde los servicios para los ciudadanos fluyen ordenadamente y donde la innovación permanente la convierten en un lugar muy agradable para vivir. •

EL AGUA

De los seis ámbitos de actuación tecnológica recogidos en el libro el más urgente, dice Del Rivero, es “el que tiene que ver con la gestión de recursos escasos como la energía y el agua. Garantizar la disponibilidad de agua potable para todos y el acceso a una energía asequible, segura y sostenible. Por ejemplo, el consumo de energía se duplicará en los próximos cuarenta años por la creciente industrialización, urbanización y digitalización. Deberíamos ser al menos tres veces más eficientes si queremos dejar a nuestros hijos el planeta que heredamos nosotros. Se habla de las energías renovables, pero la mejor forma de producir energía verde hoy es ahorrar energía. Más del 50% de la eficiencia en la industria no ha sido utilizada. En edificios, el 80%. Gracias a la tecnología se puede conseguir ahorro energético relevante”. El tema del agua también requiere atención, porque, alerta, “de mantenerse la tendencia actual, para 2025 dos tercios de la población mundial podría vivir en países con escasez de agua. La clave está en el uso de la tecnología para producir agua (un 80% de las aguas residuales se vierten sin tratamiento y deberían ser fuente de reutilización) así como para reducir las pérdidas en su distribución”. (Parte de los ingresos como autora del libro serán donados a WWF España, “organización que tiene un proyecto sólido y bien dirigido para la conservación del planeta. Os animo a colaborar con ellos”).