

Desayunos CincoDías



JOSÉ ANTONIO NIETO

Alcalde de Córdoba

“Antes diseñábamos las políticas basándonos en opiniones de expertos. Ahora la toma de decisiones es más eficiente, porque la gente nos dice qué funciona mal y dónde. Su participación es clave”



JUAN PABLO MERINO

Director de marketing corporativo y marca de FCC

“Los ayuntamientos prestan muchos servicios, aunque a menudo no son percibidos. Construir una ciudad inteligente partirá de la reforma de los papeles que juegan empresas y sector público. No puede ser de otra manera”



JOSÉ LUIS DÍEZ HUBER

Gerente de 'smart cities' de Telefónica

“Se trata de encontrar soluciones creativas y ad hoc para cada ciudad. El grueso de los servicios a poner en marcha seguramente sean los mismos, pero la clave será qué priorice cada ayuntamiento”



PABLO SÁNCHEZ CHILLÓN

Cofundador y CEO de Eolexcitylab

“La ciudad inteligente supone un cambio de paradigma. Implica cambios transversales, que afectan al urbanismo, a las infraestructuras y a la implicación ciudadana. Hay que aprovechar la inteligencia colectiva”



JOAQUÍN LARROSA

Director de alumbrado exterior de Philips Lighting

“Más que de colaboración hay que hablar de implicación público-privada. Que te rechacen una propuesta nunca es perder el tiempo. Seguro que el trabajo sirve más adelante para otro proyecto”



VÍCTOR MANUEL IZQUIERDO

Experto de la EOI

“Para afrontar los retos de las 'smart cities' habría que evitar los contratos aislados, verticales: se debería tender a fórmulas más colaborativas. Hace falta una arquitectura común que pueda generar sinergias”

El poder de los datos en el diseño de políticas

La información es poder. Y, a la hora de diseñar políticas públicas, cuanto más afinados sean los datos que se posee de una determinada cuestión, más fácil y barato será atajar el problema en cuestión.

“Las ciudades pueden ser una suerte de repúblicas de datos, en el sentido veneciano del término: unidades autónomas de generación de información”, opina Pablo Sánchez Chillón, de Eolexcitylab. Cuanto más se sepa sobre los problemas de los ciudadanos, sobre sus costumbres y la valoración de los servicios, mejor.

Resulta fundamental saber cómo obtener esos datos. No es lo mismo hacer llamadas puntuales que cruzar información y sacar conclusiones.

Es imprescindible también trabajar con agilidad. De eso se ocupa el llamado

ACTOS COTIDIANOS

● **Casi cualquier acto** de los ciudadanos se puede medir. La cuestión es cómo aprovechar las métricas. Pablo Sánchez Chillón pone el ejemplo del acto de tirar la basura. “No es difícil saber quién tira qué. Eso podría recompensarse o penalizarse con impuestos escalables”.

big data, especialización de Víctor Manuel Izquierdo, de la EOI, que consiste en la gestión y el análisis masivo de datos. “Se calcula que en 2015 harán falta 4,4 millones de profesionales de esta disciplina en todo el mundo”, apunta.

“La gestión de los procesos de información es vital. Si tardas mucho en procesar los datos, tomas las decisiones demasiado tarde”, corrobora el alcalde de Córdoba, José Antonio Nieto. “Ahí deben entrar necesariamente empresas que aporten la tecnología adecuada para poder hacerlo”, subraya.

“Las *smart cities* van a propiciar un cambio importante: se pasará de diseñar las actuaciones públicas de acuerdo con la opinión de ciertos colectivos, ya sean partidos políticos o grupos de presión, a la universalización de la participación”, indica Nieto. El cambio ya ha arrancado, en su ciudad y muchas más. Y no parece que pueda ser reversible.

tiene unas decisiones específicas”, sugiere José Luis Díez Huber, gerente de *smart cities* de Telefónica. “El grueso de los servicios a poner en marcha seguramente sean los mismos, pero la clave va a ser la priorización que se haga en cada ciudad. Habrá que identificar si lo más importante es regular el tráfico, mejorar la eficiencia energética o el estado de la infraestructura del agua, los parques, las escuelas, etcétera”, apunta.

Colaboración público-privada

La fórmula de la colaboración público-privada, que gana cada vez más peso en sectores como las infraestructuras, encaja bien en este tipo de proyectos. “Las Administraciones deben acotar con nitidez el ámbito de actuación y los objetivos de las iniciativas. A partir de ahí, a escuchar ofertas”, opina Nieto.

Recurrir al capital privado para prestar servicios ciudadanos no es una invención reciente. FCC lo lleva haciendo más de un siglo, tal y como recuerda Juan Pablo Merino, director de marketing corporativo y marca de la multinacional que preside Esther Koplowitz Alcocer. “Los ayuntamientos prestan muchos servicios, aunque a menudo no son

‘SMART CITIES’

EL CONCEPTO, TODAVÍA EN DESARROLLO, INCLUYE ESTOS ELEMENTOS:

- **Administraciones públicas.** Es el agente que propicia y dirige la transformación de las ciudades. El objetivo es ofrecer nuevos y mejores servicios a los ciudadanos.
- **Ciudadanos.** No solo son los destinatarios de los servicios, sino que deben adoptar un papel activo en el proceso aportando opiniones y datos.
- **Eficiencia energética y sostenibilidad.** Los proyectos deben perseguir el equilibrio con el entorno y optimizar el uso de recursos naturales.
- **Tecnología.** Las TIC son una herramienta fundamental para desarrollar los nuevos servicios.

percibidos”, explica. FCC llevó a cabo en 2011 una gran encuesta en varias ciudades españolas preguntando cuál sería la localidad ideal en la que vivir y qué prestaciones debería tener de cara al ciudadano. “En ningún caso se mencionaba en las respuestas el servicio de agua potable en las casas, el alcantarillado, la recogida de basuras o la limpieza urbana. El ciudadano da por hecho que esos servicios están ahí”, subraya.

El futuro de las ciudades inteligentes pasa necesariamente por darle entrada al capital privado en el diseño y prestación de servicios, opina Díez Huber. “A fin de cuentas, se trata de hacer más con lo mismo o con menos, por lo que la participación del sector privado es imprescindible para conducir el cambio”.

Queda por ver qué tipo de acuerdo es el más indicado para reflejar la colaboración entre las entidades locales y las empresas. “Creo que más que colaboración hay que hablar de implicación público-privada”, arguye Joaquín Larrosa, director de alumbrado exterior de Philips Lighting. Las compañías deben ser proactivas y no tener miedo al fracaso. “Que te rechacen una propuesta nunca es perder el tiempo. Seguro que el tra-

bajo que has empleado en ello te sirve más adelante para otro proyecto”.

“En los proyectos relacionados con las ciudades inteligentes predominan los contratos aislados, verticales”, indica Víctor Manuel Izquierdo, experto en *big data* de la Escuela de Organización Industrial (EOI). “Para afrontar los retos de las *smart cities* habría que trabajar de forma más colaborativa, en el marco de una arquitectura común que pueda generar todas las sinergias posibles”, reflexiona. Sánchez Chillón coincide en ello. “Estamos hablando de un cambio de paradigma, que implica cambios transversales: urbanismo, infraestructuras e implicación ciudadana deben coordinarse”, sentencia.

Izquierdo pone cuatro requisitos antes de asesorar algún proyecto vinculado a las ciudades inteligentes. “Tienen que ser innovadores, no se puede seguir haciendo lo mismo. También deben conducir a ahorros, nunca a gastos. Tienen que promover la apertura de datos, esto es, hacer visible y aprovechar toda la información que se recoge a través de distintos sistemas. Y es imprescindible también aprovechar los casos de éxito de otras ciudades”, resume.