



NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN

Suplemento N.º 189



Pilar del Castillo, eurodiputada y presidenta de la Fundación Europea de Internet, moderó la mesa redonda "Mercado Único Digital", en la que el consejero delegado de Telefónica, José María Álvarez-Pallete (tercero por la izquierda) explicó la estrategia de la compañía en el nuevo entorno digital.

Todo acabará siendo economía digital, en buena medida porque la conectividad será total. Telefónica está firmemente comprometida con este proceso y por eso ha anunciado un paso clave en la digitalización del país, que se traducirá en una cobertura del 97% de los

hogares con fibra óptica y prácticamente del 100% de la población con 4G en 2020. Eso sí, y es algo que pidió todo el sector en el 29 Encuentro Telecomunicaciones y Economía Digital en Santander, siempre que el modelo regulatorio mantenga el apoyo a la inversión.

Europa debe recuperar el liderazgo en innovación con un marco regulatorio único y favorable a la inversión

Telefónica, contra la brecha digital

Todavía hoy escuchamos reflexiones sobre la economía digital y la economía real", como dos realidades diferentes. Sin embargo, estamos en un mundo donde las fronteras entre ambas se difuminan, y todo acabará siendo economía digital. Ningún sector es inmune a la revolución digital, y solamente los que sepan adaptarse a esta realidad, conseguirán sobrevivir en este nuevo entorno". Estas palabras las pronunciaba el **consejero delegado de Telefónica, José María Álvarez-Pallete** en el 29 Encuentro de Telecomunicaciones y Economía Digital, un encuentro que como cada año ha marcado el inicio del curso TIC en la Universidad Internacional Menéndez Pelayo de Santander y que organizan la patronal del sector, Ametic, y la Fundación Telefónica. Las palabras del CEO de Telefónica evidencian que lo que hay en marcha es una verdadera revolución. "Esta revolución significa un cambio tan radical, que ofrece a todos los países una enorme oportunidad.

Una oportunidad que tanto Europa como España deben saber aprovechar". En gran medida, esta digitalización de la economía sería posible gracias a la nueva generación de redes, una fibra óptica que permitirá la conexión rápida, continua y capaz de ofrecer servicios a la carta con calidades hasta ahora desconocidas.

En este sentido, el **presidente de Telefónica España, Luis Miguel Gilpérez**, ha anunciado en Santander un paso clave en el compromiso de la compañía con la digitalización del país, que se traducirá en una cobertura del 97% de los hogares con fibra óptica y prácticamente del 100% de la población con 4G en 2020, siempre que el modelo regulatorio mantenga el apoyo a la competencia en infraestructuras y continúe primando la inversión y la innovación.

Con estos despliegues sin precedentes, España acabaría prácticamente con la brecha digital por motivos geográficos, al disponer de conectividad de ultra banda ancha

en todas las poblaciones de más de 1.000 habitantes y cobertura móvil de última generación para la práctica totalidad de los clientes.

Un hito posible gracias al fuerte compromiso inversor de Telefónica en España, que supera los 10.000 millones de euros en el periodo 2010-2014, de los cuales un 67% se ha destinado a la construcción de las nuevas redes de ultra banda ancha fija y móvil. Telefónica es el operador más inversor del mercado

Telefónica ha anunciado una cobertura del 97% de los hogares con fibra óptica y prácticamente del 100% de la población con 4G en 2020, siempre que el modelo regulatorio mantenga el apoyo a la competencia en infraestructuras

español, con más de un 42% del total de su sector.

"Cuando confluyen el compromiso inversor de Telefónica y un marco regulatorio que apoya un modelo competitivo basado en la inversión y la innovación, España se pone a la cabeza de Europa, y puede ser líder a nivel mundial", afirmó Gilpérez.

El primer ejecutivo de Telefónica España recordó que esta potente inversión, junto con el espíritu transformador de la compañía, que cambió la dinámica del mercado en 2012 con el lanzamiento de Movistar Fusión, su apuesta por la fibra óptica y la televisión, y todo ello en un contexto regulatorio que supo entender el mercado, han hecho posible lograr "resultados excelentes que han posicionado a España como referente en Europa y en el mundo".

Actualmente el mercado español está a la cabeza de Europa en ofertas convergentes, y Movistar lidera este segmento con más de cuatro millones de hogares con Movistar Fusión. En fibra, España es líder

europeo en número de clientes conectados, que superan los dos millones, y en el ámbito de la televisión, Movistar es el operador europeo que más ha crecido en clientes, tras haber conseguido reactivar un mercado estancado gracias a su propuesta diferencial que aúna la mejor oferta de contenidos con las funcionalidades más innovadoras.

Telefónica terminará el año con cerca de 14 millones de unidades inmobiliarias pasadas con fibra, y llega con la mejor red móvil del mercado a un 87% de la población, la mayor cobertura del país. "Hemos invertido en activos diferenciales que garantizan a nuestros clientes la mejor experiencia en velocidad y calidad, los mejores servicios y precios muy competitivos", afirmó Gilpérez en Santander.

Gilpérez anunció también el lanzamiento de 300 megas reales tanto de bajada como de subida como oferta de referencia sobre toda la

NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN

Viene de página I

red de fibra de Movistar, lo que pondrá a disposición de millones de usuarios las velocidades más altas del mercado con la mayor calidad y prestaciones. Esta nueva conectividad será implementada en la red de Movistar en España en los próximos meses.

Como recordó Gilpérez, la disponibilidad de una potente red de banda ancha fija y móvil beneficia a los clientes pero también a todos los agentes del mercado y a España en su conjunto. "Cada millón de euros invertido en TICs genera 33 puestos de trabajo directos", apuntó el presidente de Telefónica España. El sector de las tecnologías de la información contribuye a un aumento de la productividad en la industria de un 50%, y la implementación de los compromisos contenidos en la Agenda Digital Europea tendrá un efecto claro en nuestro Producto Interior Bruto, que podría subir un 5% en ocho años.

Europa pierde el paso

Precisamente porque los beneficios para todos son tan reseñables, todos los participantes en el encuentro de Santander, se vieron en la obligación de reconocer que les preocupaba que Europa perdiera el tren de esta economía digital. "No podemos ocultar que la situación en Europa es preocupante-señalaba el consejero delegado de Telefónica, José María Álvarez-Pallete. "Es evidente que Europa no está liderando la revolución digital, porque hemos perdido el liderazgo tecnológico". Y ofrece datos que sustentan este cierto pesimismo. Si observamos el ranking por valor de mercado de las empresas tecnológicas a nivel mundial, solamente 2 compañías europeas están entre las más destacadas, ninguna en el sector de Internet y sólo aparecen 4 entre las 15 mayores empresas de telecomunicaciones. Y aún más preocupante, hoy solamente el 1,7% de las empresas europeas han completado su proceso de digitalización, mientras que el 41% ni siquiera ha comenzado este proceso. Si queremos competir en un mundo global y conectado, tenemos que ir mucho más rápido en el proceso de digitalización de la economía europea.

De acuerdo con él se mostraba el presidente de AMETIC, José Manuel de Riva, que señala que "la UE debe entender que no habrá progreso económico sin una revolución digital", afirmó José Manuel de Riva, presidente de AMETIC, ante el Secretario de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información, Víctor Calvo-Sotelo. "El lento avance digital de Europa es clave en nuestra evolución económica respecto de otras regiones del mundo", alrededor de esta afirmación, de Riva dejó datos muy reveladores como que la inversión en TIC de empresas USA respecto a las de la Unión Europea que ya era superior en un 20% en 2000, es ahora de casi un 50%. "Sólo un 1,7% de las empresas europeas se ha transformado digitalmente de manera intensiva", dijo de Riva quien aseguró que un 41% de las empresas europeas ni tan siquiera han iniciado el camino y que apenas un 14% de las PYME de la UE usan Internet como canal de venta. La desventaja continental por un cierto desapego en el uso de las TIC, las enmarcó en este dato: "entre 2001 y 2011, un 55% del crecimiento del PIB USA se relaciona con la incorporación de TIC, mientras que en el mismo periodo el impacto a nivel europeo quedó en un 30%".

Así, de Riva sentenciaba: "hemos retrocedido mucho y aunque crecemos lo hacemos a un ritmo muy lento; el diferencial de productividad y competitividad no se reduce". Respecto al papel que desarrolla la UE



La cobertura 4G en EE UU llega al 97% de la población, y el 40% del tráfico móvil se cursa sobre redes de alta velocidad. La cobertura 4G es del 74% en Europa, y sólo el 10% del tráfico va por redes 4G.

Todos los participantes en el encuentro de Santander se vieron en la obligación de reconocer que les preocupaba que Europa perdiera el tren de esta economía digital por falta de incentivos a la inversión

Telefónica, Vodafone y Orange piden que las empresas de Internet contribuyan de igual manera en el pago de impuestos, y reclaman que se garantice la seguridad de la información que fluye por las redes

Internet de las Cosas supondrá un volumen de negocio de 6,4 millones de dólares en Europa y 349.000 en España, pero "no todas las empresas serán capaces de capturar este valor, sólo lo harán las empresas que sepan transformarse"

dentro de la economía global, puso de manifiesto el hecho de que en el cuatrienio 2014/2008 el PIB de USA aumentó un 31% y el de China superó el 100%, mientras que Europa lo hacía a un 6,1%. El destino de las inversiones extranjeras se habían reducido en algo más de una década del 40% al 17% en lo que algo tendrá que ver que la presión fiscal de la UE es un 50% más alta que en USA y un 25% mayor que en Japón. A esto añadió que crear una empresa en UE cuesta el triple, tarda el doble y logra peor financiación que en USA. Este cuadro de grises lo acabó de completar con el sistema educativo de UE que calificó de "insuficiente relevancia y escasez de cualificaciones de ciencias y tecnología". La guinda en negro la puso con la demanda privada, "se ha estancado en Europa con la crisis".

Si bien, el presidente de AMETIC dijo que se aprecia un cambio de tendencia, pero que no debemos de errar en el diagnóstico, "el retroceso ha sido enorme y nuestros competidores crecen a mayor velocidad. La innovación y lo digital están en el discurso político, pero no hay acciones efectivas; la regulación -dijo- prima sobre la política industrial".

La regulación ha sido, una vez más. Uno de los puntos polémicos que los expertos han destacado en el encuentro. Según el vicepresidente de Everis, Eduardo Serra, se debe apostar por "más mercado y menos regulación". El vicepresidente

de Everis, Eduardo Serra, ha afirmado que Europa "está en el siglo XX mientras que en Estados Unidos están ya en el XXI" y esto hace que otros "vayan ganando la partida". En este sentido, ha asegurado que Europa cuenta con "grandes" empresas de telecomunicación, pero, a la vez, se ha preguntado cuántas de ellas pueden compararse con las americanas Facebook, Google o Amazon. "Parece que Europa ha dicho 'que inventen ellos'", ha apostillado. Como posible solución, Serra ha aconsejado apostar por "más mercado y menos regulación", como "única manera" de vencer a las OTTs. Según ha afirmado, el regulador "siempre llegará tarde" ante la rápida capacidad de transformación y es que, al final, "los problemas los arregla antes el mercado".

Una regulación para invertir
Según el consejero delegado de Telefónica, es precisamente la capacidad de inversión lo que hará que el diferencial entre Europa y los mercados como el estadounidense se reduzca más fácilmente. "En los últimos años el ecosistema digital está viviendo una transformación espectacular. Y en Telefónica nos sentimos orgullosos de estar a la vanguardia de este proceso, impulsando el desarrollo del sector con significativas inversiones en redes de ultra-banda ancha, tanto fijas como móviles. El despliegue de nuevas

redes de ultra-banda ancha es clave para impulsar las tecnologías que harán posible la digitalización de nuestra economía. Sin embargo, Europa se está quedando rezagada en términos de inversión. En EE.UU., la inversión per cápita en infraestructuras de telecomunicaciones alcanza los 180 euros por cliente, lo que supone casi un 40% más que en Europa (130 euros). La cobertura 4G en EE.UU. llega al 97% de la población, y el 40% del tráfico móvil se cursa ya sobre redes de alta velocidad. Estas cifras comparan con una cobertura 4G del 74% en Europa, donde sólo el 10% del tráfico va por redes 4G. Resulta por tanto esencial disminuir este diferencial y poder capturar así todo las mejoras de competitividad y el potencial crecimiento económico derivados del proceso de digitalización de la economía. Para impulsar las inversiones en redes de nueva generación, la Unión Europea necesita actuar rápidamente y proveer un entorno favorable a la inversión para el desarrollo de las nuevas infraestructuras digitales".

La regulación en general y la europea en particular preocupa al sector. Desde Telefónica señalan que aprecian las propuestas de revisión que está realizando la Comisión, pero ven con preocupación el largo periodo que puede transcurrir hasta que estas propuestas sea una realidad efectiva. Un periodo de 5 años hasta la implementación de una revisión del marco legal de las telecomunicaciones, resulta demasiado largo en un contexto de cambio permanente, tanto en el mercado, como en el entorno tecnológico. La revisión del marco legal de las telecomunicaciones para acomodarlo a la nueva era digital es una necesidad urgente para Europa que debe abordarse en una forma que permita su aplicación a corto plazo, y los reguladores nacionales pueden y deben jugar un papel clave, haciendo una interpretación flexible del marco regulatorio actual para alinearlos con los objetivos fijados en la estrategia del Mercado Digital Único, mientras se lleva a cabo la necesaria revisión.

La política tiene también su papel en este escenario de cambio. Así, el director general de Digital Europe, John Higgins, que ha liderado un grupo de trabajo europeo estratégico sobre los retos de la transformación digital por encargo de las autoridades europeas, advirtió que, para favorecerla, debe haber "no sólo liderazgo empresarial, sino también político" de forma que los Estados miembros se fijen objetivos en este asunto. En este sentido, Higgins destacó el hecho de que la Comisión Europea cuente con un vicepresidente, el estonio Andrus Ansip, encargado de supervisar el mercado único digital.

Competir en igualdad de condiciones

Higgins ha puesto también el dedo en la llaga. Con mucho sentido del humor aludió a "las tres canciones" que están sonando en Europa y que se refieren a cuestiones que preocupan. Pues dos de las tres se refieren a los gigantes de Internet. Una es la pregunta de por qué no tenemos una Google en Europa. La segunda es "GAFA, go home" (GAFA es el sobrenombre que se ha adjudicado a las empresas Google, Amazon, Facebook y Apple). La tercera es que "estamos destruyendo nuestros empleos con la economía colaborativa". Para Higgins, "debemos aprender de la Historia" y de situaciones anteriores en las que la no adopción a tiempo de tecnologías supuso posteriores retrasos económicos. "Si no adoptamos ciertas tecnologías ahora, no podremos competir", concluyó.

Desde Telefónica, su consejero delegado también incidió en las ventajas regulatorias que tienen las



Luis Miguel Gilpérez, presidente de Telefónica de España.

compañías de internet (OTT) como Google, Apple o Facebook, y aseguró que una cuestión crucial para impulsar con éxito la digitalización de la economía europea es garantizar la igualdad de condiciones para todos los agentes del ecosistema digital. "Mismos servicios, mismas reglas, mismos derechos, este es el lema que debe aplicarse a toda la campaña de valor", afirmó. Además, pidió que las empresas de internet contribuyan de igual manera en el pago de impuestos, con cargas fiscales compartidas en todos los países europeos, y reclamó que se garantice que la seguridad de la información que fluye por las redes de telecomunicaciones se rija de acuerdo a las reglas y requisitos establecidos a nivel europeo. De igual forma, reclamó que haya una mayor rapidez en todos los cambios regulatorios en el sector. El directivo recordó que Telefónica tardó más de un año en recibir la aprobación de la compra de E-Plus en Alemania, y sin embargo, Facebook adquirió WhatsApp y se lo aprobaron en tres semanas. "Ahora nos encontramos con que WhatsApp compite con nosotros en Alemania, no solo en mensajes sino también en voz", dijo el directivo.

En esta cruzada así como en la de la necesidad de una regulación europea unificada, Telefónica, Vodafone y Orange están de acuerdo. "Necesitamos mucha más "cohesión". No podremos usar el espectro con la frontera alemana porque allí ese espectro todavía se usa por la TV", indicó el **director delegado de Orange, Gervais Pellissier**. En la misma idea insistió el representante de **Vodafone, Phillip Humm, el CEO para Europa** de la compañía británica. "Las reglas de espectro y los reguladores deberían ser europeos en vez de nacionales", declaró.

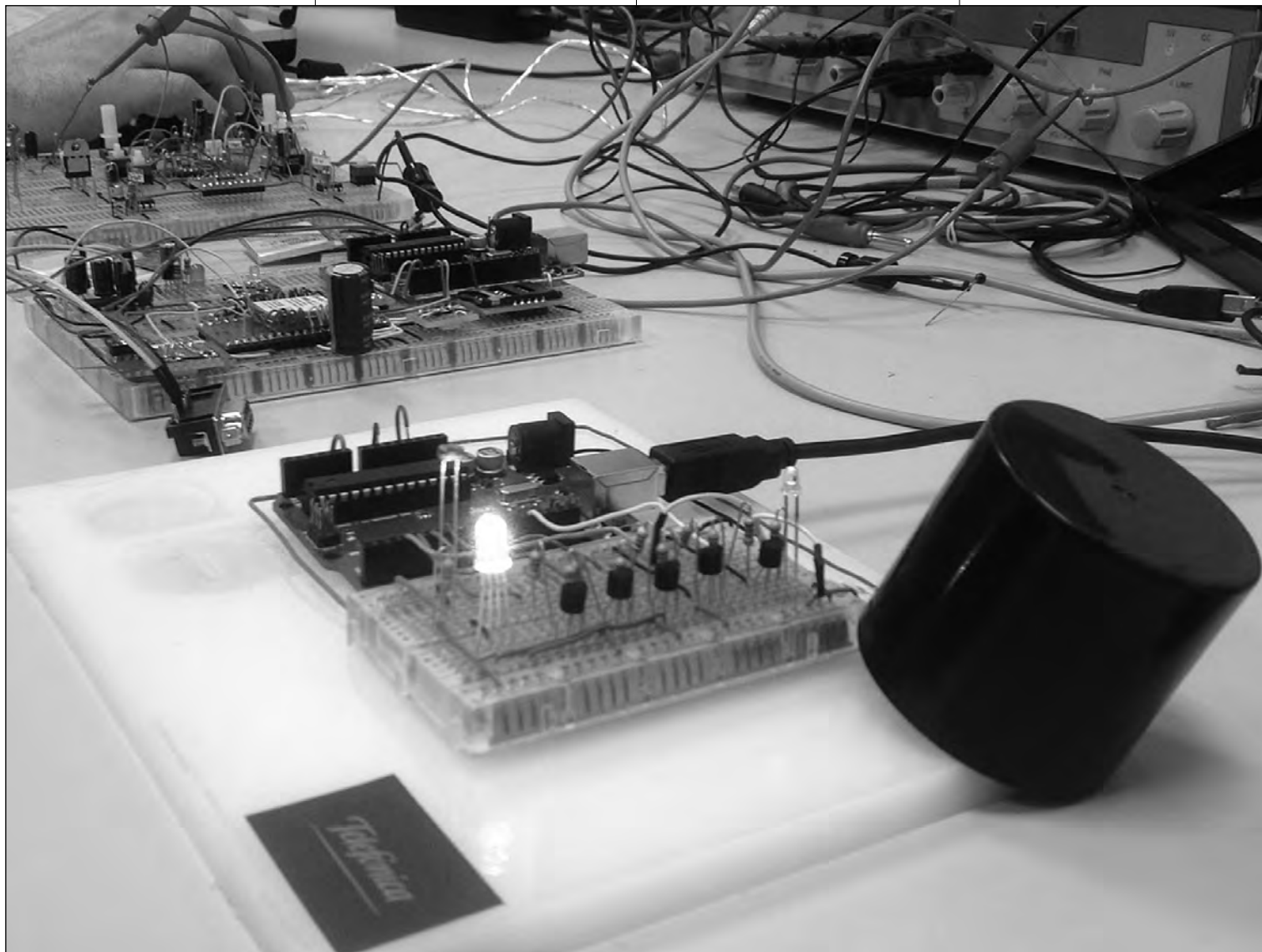
Internet industrial

Sin duda ninguna en esta revolución en marcha, Internet de las cosas o internet de todo, como prefiere llamarla la **directora general de asuntos públicos y relaciones institucionales para Europa, Medio Oriente y África de Cisco Systems, Pastora Valero**, es una de las claves. Valero ha cuantificado su importancia señalando que supondrá un volumen de negocio de 6,4 millones de dólares en Europa y 349.000 en España, pero "no todas las empresas serán capaces de capturar este valor, sólo lo harán las empresas que sepan transformarse". La preparación de España para hacer frente a este nuevo reto ha mejorado y "estamos mejor preparados para asumir esas nuevas tecnologías y hacer uso de ellas", afirmó la ejecutiva de Cisco Systems, pero "queda mucho por hacer" y "el papel de los Gobiernos, los Estados y los reguladores es fundamental". Valero pidió una regulación que responda a 3 "ies": que sea inteligente, innovadora e interconectada.

El **presidente para Europa de ZTE, Ming Xiao** ha destacado en su intervención las diferentes eras que han atravesado y atraviesan las telecomunicaciones. Así, hubo una primera era centrada en la voz a través del teléfono móvil; una segunda, la actual, cuyo protagonista es el dato, con la implantación de la banda ancha; y la tercera y futura era del internet móvil, cuyo epicentro es la máquina y en la que todo estará conectado. En este sentido, ha asegurado que esa futura era, denominada MTIC, va a suponer "posibilidades ilimitadas" a la hora de conectar individuos "con todas las cosas" y, a su vez, recibir feedback.

En esta línea, el experto ha destacado el llamado Internet+, la estrategia digital llevada a cabo por China y que "tiene mucho que ver con el internet de todas las cosas". Y es

Pasa a página IV



Internet de las Cosas traerá la tercera revolución industrial.

El Mercado Único Europeo, una prioridad

■ El sector TIC en pleno está de acuerdo en que avanzar en la construcción de un **Mercado Digital Único** tal y como publicó la Comisión Europea el pasado 6 de mayo es una prioridad si Europa no quiere perder el paso y quedarse relegada en el crecimiento futuro. Se estima que el desarrollo del Mercado Digital Único impulsará el crecimiento en la Unión Europea en 340.000 millones de euros, con una contribución de al menos el 4% del PIB de la UE en el año 2020.

El consejero delegado de Telefónica, José María Álvarez-Pallete, ha explicado que "en Telefónica creemos que la estrategia de la Comisión Europea sobre el Mercado Digital Único va en la buena dirección al priorizar temas tan relevantes como la confianza digital la desregulación de las telecomunicaciones, los servicios audiovisuales y los derechos de propiedad intelectual. Sin embargo, en la economía digital existen otros puntos que también son críticos. Puntos relacionados con nuevos cuellos de botella en la cadena de valor, que pueden bloquear las posibilidades de elección de los usuarios y dificultar la competencia. El despliegue de nuevas redes de ultra-banda ancha es clave para impulsar las tecnologías que harán posible la digitalización de nuestra economía. "Apreciamos las propuestas de revisión que



El Mercado Único Digital se ha metido, por fin, en la agenda de la Comisión Europea.

está realizando la Comisión, pero vemos con preocupación el largo período que puede transcurrir hasta que estas propuestas sea una realidad efectiva. Un período de 5 años hasta la implementación de una revisión del marco legal de las telecomunicaciones, resulta demasiado largo en un contexto de cambio permanente, tanto en el mercado, como en el entorno tecnológico".

El **subsecretario de Economía y Competitividad, Miguel Temboury**, destacaba asimismo la importancia del Mercado Único Digital, punto central del encuentro. Entre otras cosas, ha señalado que la legislación

no puede ser "entorpecedora" de la nueva realidad que ha producido la revolución tecnológica. Por eso, hay que superar diversos problemas regulatorios para lograr crear empleo y ofrecer servicios "más baratos y competitivos"

Por su parte, el **vicepresidente de Qualcomm Spain, Félix González Quesada**, sostuvo que el Mercado Único Digital "es un camino con unos ejes fijados hasta el 2020, pero las tecnologías que lo permiten ya existen, están disponibles y seguirán progresando hasta esa fecha", de forma que abren a Europa la oportunidad de "retomar el liderazgo digital

que una vez tuvo".

Para González Quesada, el sector se enfrenta a varios desafíos, como el crecimiento del consumo de datos por las personas, que, según sus datos, se multiplicará por 1.000 en los próximos 6 ó 7 años, una tendencia que "exige espectro, pero además requiere su utilización eficiente y densidad, con disponibilidad de muchísimos puntos de acceso". Para hacerle frente, están utilizando tecnologías como LTE Broadcast, que permite acceder a vídeo con un consumo de datos muy inferior y más eficiente.

Otro de los aspectos que el nuevo Mercado Único Digital tendrá

especialmente en cuenta es el de la experiencia segura que garantice su privacidad, su seguridad y la protección de sus datos. "La estrategia de Mercado Único Digital reconoce claramente este desafío -señala Álvarez-Pallete- y hace referencia a la Regulación sobre Protección de Datos como base para lograr este objetivo, y para avanzar en una nueva iniciativa sobre la libre circulación de datos en la Unión Europea. Creemos que estas dos iniciativas son complementarias, y que de hecho ambos tienen por objeto ayudar a Europa a lograr que los datos sean un recurso esencial para el mercado único digital. Las nuevas normas de protección de datos deben garantizar la armonización de la aplicación de la ley en todos los países de la Unión Europea, y su aplicación en los mismos términos a cualquier empresa que preste servicios digitales a ciudadanos europeos, sean o no empresas europeas. Las actuales asimetrías regulatorias en el área de protección de datos no tienen justificación, y perjudican la capacidad competitiva y la capacidad de innovación de las empresas europeas. El mantenimiento de una directiva de privacidad específica para el sector de las telecomunicaciones, la directiva ePrivacy, no puede justificarse una vez que se apruebe la nueva normativa de protección de datos aplicable a todo el ecosistema digital.

Viene de página III

que su objetivo fundamental es conectar internet con las industrias tradicionales y “dar más oportunidades de desarrollo al mundo TIC”. Según ha explicado, la relación entre internet e industrias tradicionales es de desarrollo colaborativo y no tanto de competición

entre ellas.

El presidente de ZTE para Europa también ha resaltado la importancia del big data y la necesidad de que toda esa cantidad de datos existente “circule” para dar valor y proporcionar servicios. El reto es averiguar ese valor para, entre otras cosas, mejorar la eficiencia y la producción.

‘Smart communities’: ciudades más sostenibles

■ En el encuentro de Santander, **Marieta del Rivero, Directora General Adjunta al Chief Commercial Digital Officer de Telefónica**, se refirió a las cuatro megatendencias mundiales a tener en cuenta: globalización, crecimiento, confianza y sostenibilidad de los modelos económicos. “Hay que entender que las Smart Communities son una oportunidad para conseguir economías de escala, eficiencias en la compartición de inversiones y acelerar la ejecución e innovación conjunta como en los proyectos europeos Lighthouse en donde varias ciudades europeas desarrollan proyectos alrededor de áreas estratégicas y esas soluciones se reutilizarán en otras regiones. El proyecto de Costa del Sol, presentado por Málaga, es un buen ejemplo también de cómo crear una Smart Community alrededor del eje turismo”, resaltó Marieta.

Catálogo de soluciones
“Telefónica dispone de un catálogo de soluciones digitales en torno a 6 áreas que cubren las principales necesidades que demandan hoy en día los clientes: movilidad, sostenibilidad, ciudadanía, educación, economía y gobierno, soluciones que permiten gestionar de forma más eficiente la ciudad, a través de una plataforma de gestión, una plataforma IoT con capacidades cloud, big data, real time basada en tecnología europea Fiware que asegura la interoperabilidad y los entornos open data. “Proyectos como Ciudad de Valencia, Puerto de Sevilla, Aguas de Sao Pedro,

Santander, Málaga son ejercicios de ejecución de los que nos sentimos muy orgullosos”, comentó Marieta. En su intervención, subrayó que el desafío no es otro que “conseguir velocidad y pasar a la ejecución. Podemos perder la oportunidad, en una Smart Community de más de 500 millones de ciudadanos (Unión Europea), de crear una economía de los datos como elemento clave de la economía digital”.

Cloud
En este sentido, Marieta hizo alusión a las tres iniciativas clave dentro del plan europeo de Mercado Digital Único para lograrlo, esto es: iniciativas como la libre circulación de datos y almacenamiento cloud, el desarrollo

Marieta Rivero (Telefónica): “Las cuatro megatendencias mundiales a tener en cuenta son la globalización, crecimiento, confianza y sostenibilidad de los modelos económicos”

El CEO de Altitude Software, Alfredo Redondo, introdujo en su discurso la idea del “ciudadano como sensor”, ya que éste puede generar información de alto valor

de un marco de estandarización e interoperabilidad y la creación de una sociedad netamente digital.

Para el **CEO de Altitude Software, Alfredo Redondo**, “la ciudad inteligente es un gran contact center” y puede gestionarse como si fuera uno de ellos. Para Redondo, las bases de una smart city son la información, los sensores que la captan y el análisis de los datos para obtener conclusiones que ayuden a tomar decisiones también inteligentes.

En su opinión, este análisis ha pasado

de ser estático a dinámico: “pasaremos de perfiles de ciudadanos a patrones de ciudadanos y de ahí a servicios personalizados para los ciudadanos”.

El CEO de Altitude Software introdujo en su discurso la idea del “ciudadano como sensor”, ya que este puede generar información de alto valor y definió 3 indicadores que es preciso medir en la gestión de una ciudad inteligente: eficacia, coste y sostenibilidad. El **director general de Ikusi Velatia, Iñaki Maiz**, explicó algunos de los proyectos de ciudades inteligentes en los que trabaja su empresa, como *Star*, un sistema de telegestión y automatización para Iberdrola; una red

privada de internet para la Administración pública con la Comisión Federal de Electricidad de México; o el proyecto *Spider*, una solución propia implementada ya en la ciudad de San Sebastián que se emplea para medir y gestionar la ciudad en tiempo real y que “está permitiendo mayor eficiencia, seguridad y conocimiento de lo que está ocurriendo”.

Para Maiz, las smart cities “no van de sacar datos, sino de obtener información que sirva para tomar decisiones estratégicas sobre la ciudad”.

Entrevista

“La única vía de ganar competitividad y poder subir salarios gracias al incremento de la productividad, es la transformación digital de todo” señala José Manuel de Riva, presidente de Ametic. La eco-

nomía real se transforma en digital y el que no lo vea, quedará fuera del crecimiento futuro. El Mercado Único Europeo será el acicate para que en 2020 sea una realidad.

José Manuel de Riva, presidente de Ametic

“El sector necesita certidumbre regulatoria y menor presión fiscal y en precios”

■ N. D.

— En estos días de encuentro en Santander, ha insistido mucho en la relación directa entre revolución digital con economía y crecimiento. ¿Hasta dónde es necesaria la economía digital?

— El elemento crítico que debe entender Europa es que no hay dos economías alternativa, sino una transformación de la economía tradicional que crece gracias a una serie de eficiencias: la reducción del coste de la energía, la reducción de los costes logísticos, y —desafortunadamente— lo que está ocurriendo es que la competitividad se mantiene por la bajada de los salarios. La única vía de ganar competitividad y subir salarios gracias al incremento de productividad, es la transformación digital de todo. No hay una economía y una economía digital en paralelo. Es una transformación y el que no lo vea así, está perdiendo el paso del futuro. La propia UE ha estimado que gracias a esta transformación se podría incrementar el PIB europeo del orden del 4%, con un incremento masivo de puestos de trabajo de alta cualificación. Por eso insistimos mucho en esto en Ametic.

— También ha ofrecido datos sobre un cambio de tendencia en el sector... ¿Se ha dicho adiós definitivamente a la crisis?

— Hemos presentado los datos del sector de 2014 y después de seis años de caída se produce, por fin, un primer signo de optimismo con un crecimiento del 2,1% pero también hemos señalado que, cuando uno hace el análisis por subsectores, la electrónica del consumo y especialmente el de telecomunicaciones, sigue en profunda recesión. El equilibrio del sector equivale al de todas sus fuerzas. Especialmente en Europa, donde el retroceso tecnológico de la última década en materia de telecomunicaciones ha sido enorme. En definitiva, sí hay un cambio de tendencia, si hemos verificado que el resto de economías del mundo están creciendo a mayor velocidad, y por supuesto tenemos que insistir en que hay que acelerar la transformación digital.

— ¿Dónde de están las fortalezas de este hipersector y dónde las debilidades que persisten?

— Este año, en nuestro 29 encuentro, hemos insistido en que el problema es de definición política. No es culpar a la administración pública, es que es un problema político en su más amplia extensión. Un problema de concepto general de la sociedad europea, de definición de hacia donde queremos ir. Nosotros hemos dicho en muchas ocasiones que hemos tenido un sector tecnológico europeo de primer nivel, fuimos líderes solo hace 15 años pero que ahora estamos en retroceso. Hay que apostar por la demanda desde el sec-



EL PERFIL DEL EXPERTO

José Manuel de Riva es Ingeniero Industrial. Comenzó su trayectoria profesional en el año 1975, después de una breve estancia en IBM, pasa a Unión Eléctrica.

En el año 1985 crea Informática Gesfor, empresa matriz del Grupo Gesfor, un grupo multinacional enfocado a la consultoría y servicios en las Tecnologías de la Información y

RRHH. En 2011 se integró en la multinacional LOGICA. Con antelación a su elección como presidente de Ametic ya era miembro de su Junta Directiva.

tor privado, las administraciones y la sociedad en su conjunto. Tenemos buenas capacidades latentes y es necesario ordenar el mercado, de ahí el concepto de unidad de mercado, un único mercado no fragmentado que tenga la masa suficiente para que todo funcione.

— Entiendo que la regulación sigue siendo un tema polémico. ¿Qué pide Ametic al gobierno y al regulador en este sentido?

— Como también hemos mostrado a lo largo del encuentro, un índice sintético internacional reconocido del *World Economic Forum* (WEF) sitúa a España en el puesto 34 de 143 países analizados. No debemos sentirnos satisfechos con esa posición. Deberíamos ambicionar mucho más. Cuando uno analiza los componentes de este índice hay aspectos en los que estamos bien situados, pero en otros destacamos por su negatividad. Por ejemplo, en el regulatorio. Los propios miembros del WEF que analizan esta situación en España señalan que el marco regulatorio, con la frag-

mentación del mercado que impere, dificulta el progreso digital en nuestro país.

Ametic pide al gobierno y al regulador, a ambos, velocidad, definición, certidumbre y muy importante, que se empiece a entender que estas tecnologías no son una *commodity*, no se puede abordar este mercado solo desde el punto de vista de la reducción de precios, porque es algo que está destruyendo valor. Pedimos por tanto certidumbre regulatoria, y menor presión fiscal y en precios.

— ¿Qué nos deparará el nuevo ejercicio en lo que a economía digital se refiere?

— No puedo por menos que despedir esta charla con un tono de optimismo. Esperamos que el incremento del consumo interno, y sobre todo que la apuesta europea por un mercado digital único europeo se lleve a cabo y sea un factor de arrastre y veamos, lo más tarde en 2020, la transformación de la economía europea en una economía digital europea.