

# 'BIG DATA', LA NUEVA MATERIA PRIMA

La privacidad es cada vez más relevante en un mundo donde el análisis de datos tiñe todas las actividades

OSCAR GRANADOS

En 2010, los empleados de una tienda estadounidense de descuentos recibieron una visita inesperada. Un hombre furioso entró en tromba en el establecimiento, a las afueras de Minneapolis, y exigió ver al director. "Mi hija ha recibido esto por correo", dijo el señor, mostrando unos cupones para ropa de bebé. "Todavía está en el instituto... ¿Acaso intentan animarla a que se quede embarazada?", espetó. No fue un error: la chica iba a tener un hijo. Un patrón de compra y búsqueda en la web la había delatado.

La historia, relatada por Charles Duhigg en su libro *El poder de los hábitos* (Urano, 2012), hace énfasis en uno de los conceptos que han revolucionado al mundo digital: el manejo de datos a gran escala, tema focal del foro *Big Data: ¿oportunidades sin límites?*, organizado por EL PAÍS, el Instituto Vodafone y el Data Pop Alliance. Lo que desconocía el padre enfurecido era que Target había desarrollado un sistema que predice, con estrecho margen de error, la etapa de embarazo de sus clientes en base a su historial de compra. El colérico padre tuvo que pedir disculpas a la compañía.

Los seres humanos constantemente dejamos una estela de información que alcanza cantidades astronómicas. Nos resulta común adquirir un billete de avión o subir una fotografía a la web. Incluso al adquirir ropa hemos dejado algún tipo de rastro. "Vivimos en un mar de datos", afirmó José Luis Zimmermann, director de la Asociación Española de la Economía Digital (Adigital).

Las empresas han puesto la mira en esta nueva materia prima, pues su análisis se ha convertido en una oportunidad para ensanchar sus negocios. "Hoy día, todo lo que viene acompañado de *big data* tiene grandes beneficios", aseguró Francisco Román, presidente de Vodafone España. El director explicó que implementar una solución alrededor de los datos masivos puede acelerar hasta en un 40% el crecimiento de una

EL MERCADO DE EQUIPAMIENTOS PARA EL SECTOR ROZARÁ LOS 45.000 MILLONES EN 2019

SOLO UN 12% DE LOS CONSUMIDORES LEEN LOS TÉRMINOS Y CONDICIONES DE USO DE 'SOFTWARE'



Sobre estas líneas, uno de los debates. A la derecha, Francisco Román, presidente de Vodafone España. / SANTI BURGOS

organización. En este sentido, no resulta fortuito que las expectativas que se generan en torno al *big data* sean millonarias. De acuerdo con la consultora IDC, el mercado relacionado con *software* y equipos que se emplean para descifrar grandes volúmenes de información rozará en 2019 los 50.000 millones de dólares (casi 45.000 millones de euros).

En medio de este océano de cifras, ¿qué beneficio obtiene el dueño de la información? Pilar Torres, directora de operaciones y marketing de Microsoft Ibérica, mencionó que el uso de *big data* ha tenido un impacto positivo para la prevención, detección y tratamiento de algunas enfermedades. La ejecutiva agregó que en temas de movilidad, en algunas ciudades, el análisis de grandes volúmenes de información ha contribuido a detectar los niveles de polución y el nivel de tráfico. El manejo de los datos ha permitido ofrecer servicios a la medida. "Una aseguradora europea motivó a sus clientes a descargarse una aplicación que monitorizaba constantemente al conductor (de un coche)...En función de eso, se le asoció una puntuación y se calculó la cuota del seguro", detalló.

A pesar de las bondades descritas, el 42% de los españoles consideran que el uso de sus datos tiene más desventajas que ventajas respecto a las cuestiones de privaci-



## LA BUENA REGULACIÓN

Los datos se utilizan para tomar mejores decisiones. Al menos así lo consideró Marco Bressan, jefe de análisis del BBVA, durante su participación en el foro *Big Data: ¿oportunidades sin límites?* Para que se logre un buen uso de los datos que esparcimos por la Red, es necesario encontrar un equilibrio legislativo que preserve la privacidad y que al mismo tiempo se pueda sacar provecho de la información, resaltó Esteban Moro, profesor titular del departamento de matemáticas de la Universidad Carlos III de Madrid. En 2015, el Parlamento Europeo y el Consejo alcanzaron un acuerdo sobre el reglamento de protección de datos, cuya

discusión se inició en 2012. Esta nueva normativa otorga a los ciudadanos un mayor control sobre el tratamiento de terceros puedan hacer sobre su información personal a la vez que se reduce la burocracia para beneficio de las empresas del sector. A pesar de este avance, José Luis Zimmermann, de Adigital, explicó que la regulación va detrás de los avances tecnológicos. Para superar este desfase propuso una autorregulación desde las organizaciones que controlan el mar de datos. Bressan indicó que la clave está en la formación. "Falta un mayor esfuerzo educativo en el usuario, los gobiernos y las empresas", concluyó.

dad, según un análisis realizado por el Instituto Vodafone. En Europa, la media alcanza un 51%, de acuerdo con una encuesta realizada entre más de 8.000 ciudadanos de ocho países de la UE. La percepción, sin embargo, es mucho más favorable a medida que desciende la edad. Por ejemplo, los menores de 29 años encuentran muchos más beneficios en el *big data*.

Las claves que mejorarían la percepción sobre el manejo de la información que hacen los gobiernos y las empresas, según José Luis Melero, director de servicio al cliente de TNS (consultora que contribuyó con el sondeo), están relacionadas con una mayor transparencia, un lenguaje claro y con reducir o evitar la letra pequeña. Al respecto, Carlos Saiz, director de Data Privacy Institute, recomendó a las organizaciones utilizar cláusulas mucho más sencillas. "Eso nos da capacidad de defender nuestros datos", recaló. De acuerdo con el análisis del Instituto Vodafone, solo un 12% de los consumidores europeos leen los términos y condiciones sobre el almacenamiento y uso de los datos personales. En España, el porcentaje alcanza un 13%.

"El *big data* nos dará muchos beneficios", resaltó Saiz. Sin embargo, el experto aseguró que hace falta un gran debate entre todos los integrantes de la sociedad para regular y transparentar su uso. Saiz hizo hincapié en que los usuarios tienen que ser más conscientes de lo que implica el uso de Internet. "Hoy día no tenemos control de nuestros propios datos".