

**La OCDE alerta de las “dificultades” de las políticas para adaptarse a la era digital**

**El director adjunto de la dirección de Ciencia, Tecnología e Innovación de este organismo, Dirk Pilat, resalta que la transformación digital ofrecerá nuevas oportunidades laborales**

El **director adjunto de la dirección de Ciencia, Tecnología e Innovación de este organismo, Dirk Pilat**, alertó hoy de las “dificultades” que las políticas están encontrando a la hora de adaptarse a la transformación digital, un retraso que valoró “está lastrando la productividad”.

Pilat, que presentó la iniciativa *Going Digital* promovida por esta organización internacional para generar crecimiento y mayor bienestar, explicó la necesidad de aumentar la productividad en todos los sectores ya que, puntualizó, “muchas empresas aún no han podido descifrar en qué consiste la transformación digital”.

El directivo de la OCDE reconoció en este sentido que España ha alcanzado un “gran progreso” en campos como el de la telefonía móvil, en el que tan solo se ve superado por Japón, Corea y algunos países nórdicos. Pese a esta realidad y el acceso mayoritario a la banda ancha, aseguró que muchas empresas continúan sin utilizar esta tecnología en su actividad diaria.

Asimismo, recordó que el desarrollo digital va a traer consigo muchos cambios en el mercado laboral a corto plazo. “Alrededor del 25% de los puestos de trabajo que existen en la actualidad desaparecerán o serán reemplazados, dijo Pilat, quien reconoció que “el 10% de las actuales tareas pueden ser automatizadas”. Con todo, este experto en políticas de innovación y trabajo invitó a quedarse con el otro lado de la ecuación, la que señala que esta transformación también supondrá la creación de nuevos empleos derivados de las nuevas competencias que plantea un entorno digital. “Hay mucha incertidumbre y va a ver mucha disrupción”, matizó antes de concluir que todavía “hay muchas cosas que aprender unos de otros para enfrentarnos al reto digital”.

**“Las ciudades se convertirán en banco de pruebas para la economía del dato”, afirma José Ignacio Sánchez**

**El director adjunto de ciudades inteligentes y datos abiertos de Red.es presenta en Santander las claves para que una urbe presuma de su digitalización**

El **director adjunto de ciudades inteligentes y datos abiertos de RED.ES, José Ignacio Sánchez**, detalló en el 31 Encuentro de la Economía Digital y las Telecomunicaciones, que hasta el próximo miércoles se celebra en Santander, la estrategia que sigue España en la generación de valor a partir de los datos.

En esa línea, sostuvo que las ciudades son el centro de la implementación a través del *Big Data*. “Las ciudades se convierten en bancos de pruebas para la economía del dato”, incidió Sánchez. Para explicar esa innovación, el representante de Red.es puso sobre la mesa la importancia del concepto *Big data analytics:* analíticas avanzadas que utilizan algoritmos de inteligencia artificial.

Sánchez abrió el turno de intervenciones en la segunda mesa de debate *Economía e innovación de los datos,* que estuvo moderada por el director general de Red.es, José Manuel Leceta.

A juicio de este responsable digital, y a pesar del éxito de la iniciativa *Aporta* de apertura de información en el sector público y del programa de ciudades inteligentes, “España no aparece muy bien posicionada en la economía del dato”.

Sánchez, por su parte, enumeró algunas líneas sobre las que hay que continuar trabajando en el ámbito de los datos: cadena de valor, capacitación, innovación y ecosistema. "En España se hacen muy buenas cosas en datos, pero están dispersas; hay que trabajar en ese ecosistema", reconoció el directivo de Red.es

**José Manuel de la Chica adelanta que "a partir de 2020 va a haber una gran explosión de datos”**

**El director de tecnología –plataformas digitales globales– de Santander Universidades cree que los datos aportarán información de máxima relevancia**

Por su parte, el **responsable de plataformas digitales globales de Santander Universidades, José Manuel de la Chic**a, anticipó que la obtención de datos será uno de los temas más trascendentales en los próximos años. "Hay una serie de industrias que están convergiendo, como la robótica, la inteligencia artificial o el internet de las cosas", recordó de la Chica.

En este sentido, el directivo del Banco Santander reconoció que en 2020 se producirá "una gran explosión de datos" que va a permitir generar nueva información muy importante para la sociedad. A su juicio, las empresas *Q-brain*, las llamadas industrias del trillón de dólares, serán clave ya que “se alimentan de datos o generan datos”.

De la Chica expresó asimismo la relevancia de la formación. “Vemos una diferencia abismal en tecnologías como el *machine learning* cuando los datos los manejan expertos en *data science* ya que extraen más información”, reconoció el responsable digital.

Una de las grandes apuestas de la convergencia hacia una explosión de datos, adelantó de la Chica, será el almacenamiento en el ADN humano. “Microsoft trabaja ya en poder almacenar mil millones de TB en el ADN", avanzó el representante del Banco Santander.

**La “masiva” digitalización de los datos a través de la visión de la ‘startup’ CARTO**

**El director de operaciones de la *startup*, Miguel Arias, confía en que España tiene “el talento técnico” para convertirse en referente en la obtención y tratamiento de datos**

La *startup* española CARTO, referente mundial en la geolocalización de forma inteligente, fue una de las protagonistas en la mesa redonda *Economía e innovación de datos,* dentro del 31 Encuentro de la Economía Digital y las Telecomunicaciones.

**Miguel Arias, director de operaciones de CARTO**, defendió la “masiva digitalización y sensorización” que está teniendo lugar en España y en el resto del mundo. A su juicio, “estos datos permiten conocer a los clientes, los flujos de población o, por ejemplo, dónde compra cada persona en un centro comercial”.

En su opinión, es “clave” la optimización de esos datos para convertirlos en una “inteligencia accionable”. El responsable de la *startup* española mantuvo que “el dato debe ser democratizado” y recordó que desde CARTO defienden “los datos públicos”. En su exposición, Arias reconoció que “hay nuevas analíticas disponibles, pero también nuevas audiencias” a las que acercar esa información.

**La privacidad en el nuevo entorno de la economía de datos**

**El consejero delegado de Esri España, Alfonso Rubio, reivindica el papel de “muchas organizaciones que están recolectando datos y poniéndolos a disposición del público”**

Finalmente, el **consejero delegado de Esri España, Alfonso Rubio**, cerró la mesa redonda *Economía e innovación de los datos* dentro del 31 Encuentro de la Economía Digital y las Telecomunicaciones que tiene lugar en Santander.

En su exposición, Rubio reconoció que el "tema regulatorio" con la privacidad como eje central es uno de los asuntos a mejorar en el ámbito de los datos abiertos. “Lo importante ahora mismo es tirarse a la piscina porque tenemos la teoría pero nos falta la experiencia”, señaló el responsable de Esri España.

En otro orden de cosas, Rubio recordó el papel de los datos en la vida diaria de las personas a través de la información en tiempo real del tráfico. Dentro del turno de preguntas, Alfonso Rubio, reclamó que "se debe trabajar más en la información que incide en la vida cotidiana de los ciudadanos" y llamó a Red.es a "hacer proyectos tractores".

Por otro lado, José Ignacio Sánchez, de Red.es, reconoció que la economía del dato “parece en principio un gasto, pero siempre supone un ahorro” y reivindicó el papel de “pequeñas empresas que aportan datos a otras pymes”.

Asimismo, José Manuel de la Chica, de Santander Universidades, afirmó que “es fundamental implantar una cultura del almacenamiento y el intercambio de datos" ya que es sinónimo de "intercambiar conocimiento”. Finalmente, Miguel Arias reclamó que la “administración y las empresas deben ser tractores apostando por las *startups*” y pidió a Red.es que realice “una apuesta fuerte por la economía abierta”.

**Mar España asegura que las nuevas normativas sobre protección de datos representan una “enorme oportunidad” para empresas y autónomos**

**La directora de la Agencia Española de Protección de Datos afirma que “estamos en el momento de escuchar” ante los cambios en el marco regulatorio que serán de aplicación en mayo de 2018**

La directora de la Agencia Española de Protección de Datos (AEPD), Mar España, calificó de “enorme oportunidad” la próxima aplicación en España del Reglamento General de Protección de Datos (RGPD) de la UE, así como de la Ley Orgánica de Protección de Datos, actualmente en fase de anteproyecto, previstas en ambos casos para mayo de 2018.

España, encargada de moderar la mesa de debate en la que se analizaron los cambios que se avecinan con este nuevo marco regulatorio, ahondó en la necesidad de alcanzar la seguridad jurídica necesaria para conseguir una aplicación homogénea del RGPD en todos los Estados miembros de la UE, al mismo tiempo que, indicó, se garantiza la coherencia de las normas y el equilibrio en las obligaciones de los distintos actores de la economía digital.

En este sentido, la directora de la AEPD, que insistió en referirse a estos cambios normativos en términos de “oportunidades y no de amenazas”, explicó que el organismo que dirige “está en un momento de escuchar” para trabajar en el borrador del anteproyecto de la nueva ley. “Como dicen los chinos, un momento de cambio es un momento de oportunidad” reiteró.

En parecidos términos se expresó el **director de la cátedra de Privacidad y Transformación Digital de Microsoft en la Universitat de Valencia, Ricard Martínez**, para quien el desafío de la privacidad es también una oportunidad.

Así, coincidió en que la norma presenta una “enorme oportunidad”, pero siempre y cuando, matizó, “que sepamos aprender de los errores del pasado”. Tras indicar que el RGPD no puede ser una “arma arrojadiza”, Martínez destacó que Microsoft ha destinado más de 1.000 millones de dólares y 500 ingenieros para cubrir los requisitos de diseño de esta privacidad en la que, enfatizó, la calidad de los datos es fundamental”.

Por último y tras señalar que con este reglamento “se apuesta por la seguridad desde el diseño”, este académico mostró su confianza en que “sea verdad que en mayo de 2018 todos los Estados miembros tienen una normativa común”. Por último, anunció que en materia de privacidad se está generando una “marca Europa” caracterizada por la confianza del usuario.

El panel de esta tercera mesa del 31 Encuentro de la Economía digital y las Telecomunicaciones que tiene lugar en la sede santanderina de la UIMP, se completó con la presencia del **director de política de privacidad de Facebook, Nicolas de Bouville**, quien explicó que el enfoque en este ámbito pasa por “entender a las personas y conocer cuáles son sus necesidades”.

Según dijo, los usuarios reclaman saber qué hacen las empresas con sus datos, una petición que, subrayó, obliga a éstas a un ejercicio de transparencia. “La seguridad tiene mucho que ver con la confianza”, indicó Bouville, quien apostó por diseñar herramientas innovadoras que ofrezcan “transparencia y control a los usuarios”.

Para ello, defendió “sentar en la misma mesa” a juristas, policía, ingenieros y académicos” y que “todas” las empresas, con independencia de su tamaño, “se pongan al corriente”.

**Miguel Álava: “La innovación continua es la única forma de ser relevantes”**

**El director de Amazon Web Services defiende un modelo empresarial basado en la innovación como resultado de la cultura y los mecanismos**

La clausura de la primera de las tres jornadas del 31 Encuentro de la Economía Digital y las Telecomunicaciones, que se celebra hasta miércoles en el Paraninfo de la Magdalena, en Santander, corrió a cargo del **director de Amazon Web Services, Miguel Álava.**

El directivo español trabaja en Israel dentro del área de servicios digitales de Amazon. De su experiencia en el gigante de las ventas *online* tiene claro que “la innovación continua no es una opción, es la única forma de ser relevante”.

En este sentido, Álava reconoció que “cada persona que entra en Amazon tiene la oportunidad y la obligación de innovar” y definió esa innovación como la “conjunción entre cultura y mecanismos”. La cultura de la compañía, desveló Álava, reúne 14 principios de liderazgo entre los que destacan inventar es simplificar, pensar a lo grande o aprender y ser curiosos.

Por otro lado, el directivo español reiteró la importancia de los mecanismos para llevar a cabo esos principios de liderazgo. “Detrás de cada microservicio en la web de Amazon hay un equipo de dos pizzas”. Pero, ¿en qué consiste esta definición? Álava responde: “son dos equipos que gestionan el desarrollo y la implementación de las estrategias en la empresa”. La característica de estos equipos de dos pizzas es conseguir que, si alguno de los servicios de Amazon cae, la experiencia del cliente no se degrade.

En su exposición, Miguel Álava defendió que la innovación “también es posible en entornos pesados como la robótica”. Del mismo modo, el directivo de la compañía dirigida por Jeff Bezos puso énfasis en el exitoso proyecto Amazon GO, cuyo principio básico es “eliminar los procesos que no añaden valor en una compra, como la cola, en la que se pierde una media de nueve minutos”.