



JORNADA SOBRE LOS DATOS MASIVOS • LA PRESENTACION



Ponentes. Antoni Bibiloni, Óscar Méndez, Julio Cerezo, Ricard Martínez, José García Montalvo, Daniel Gayo, Llorenç Huguet, Mario Tascón, Pedro Rullán, Xavier Varona y José Luis Flórez participaron ayer en la UIB en la jornada sobre el impacto del 'big data' en las empresas organizada por el Club Última Hora y la Fundación Ramón Areces en colaboración con la Universitat de les Illes Balears. Las ponencias tuvieron lugar por la mañana y por la tarde y se trataron aspectos tecnológicos y sociales.

Una nueva era marcada por el 'big data'

► La UIB acogió un acto sobre el impacto de los datos masivos en la empresa con la ponencia de expertos

► El Club Última Hora y la Fundación Ramón Areces organizaron una nueva edición de una jornada divulgativa

M. RAMIS / M.GONZÁLEZ

Para almacenar la información que llega a circular por la red en un solo día se necesitarían 400 millones de DVD. Solo una pincelada: se realizan 3,5 millones de búsquedas diarias, se descargan 47.000 millones de aplicaciones y se suben a la red 1,3 millones de vídeos. Son solo algunos de los datos que dio a conocer Julio Cerezo, uno de los coordinadores de la jornada 'El impacto del 'big data' en la empresa', organizada por el Club Última Hora y la Fundación Ramón Areces en colaboración con la UIB.

Durante la mañana y la tarde de ayer los siete ponentes ofrecieron sus conferencias sobre este fenómeno que está avanzando a gran velocidad. Profesores y alumnos de la Universitat no quisieron perderse la jornada, que inauguraron el consejero delegado del Grup Serra, Pedro Rullán; el rector de la UIB, Llorenç Huguet; el director de la Funda-



Julio cerezo, Pedro Rullán, Llorenç Huguet, Raimundo Pérez-Hernández y Miquel Deyá. ■ Fotos: JOAN TORRES

► **FINALIDAD**
Obtener información de los 'big data' para la toma de decisiones, una de las claves de la jornada

ción Ramón Areces, Raimundo Pérez-Hernández; y el director general d'Educació, Miquel Deyá. El acto, coordinado también por el delegado del rector de la

UIB, Xavier Varona, y José García Montalvo, miembro del consejo de Ciencias Sociales de la Fundación Ramón Areces, contó con la asistencia del director de los centros El Corte Inglés de Mallorca, Pep Ramis.

Pere Rullán, quien dio la bienvenida a los asistentes, tuvo unas palabras de recuerdo para el impulsor de estas jornadas desde la presidencia de la Fundación Ra-

món Areces, Isidoro Álvarez, fallecido recientemente. Asimismo, agradeció a la entidad y a la UIB su colaboración. Recordó la trayectoria de colaboración del Club Última Hora con ambos organismos, que se inició en 1996 con la jornada sobre la Biodiversidad y que este año ha cumplido la decimosexta edición. A lo largo de estos años se han tratado temas como el Alzheimer, la

observación de la Tierra y el cambio global y trabajo e inmigración, entre otros. Sobre el impacto del 'big data', aseveró que se trata de «un nuevo campo de investigación crucial para venirderas estrategias y políticas de gestión empresarial».

El rector de la UIB, Llorenç Huguet, auguró que del fenómeno 'big data' «seguiremos hablando» ya que constituye una nueva forma de analizar datos y su contribución a la toma de decisiones. Aseguró que la tecnología para analizar estos datos «ayuda a sacar conclusiones» en cualquier ámbito y señaló su voluntad de coordinar un postgrado sobre esta materia.

Objetivo

Los ponentes analizaron algunos de los principales elementos que integran el fenómeno de los datos masivos en la economía y en la gestión empresarial. El objetivo es que el uso de estas grandes cantidades de datos de diferente naturaleza permitan optimizar la toma de decisiones, también en la empresa, y favorecer la mejora de los procesos de negocio actuales o la creación de nuevas áreas de oportunidad.



JORNADA SOBRE LOS DATOS MASIVOS • LOS PONENTES



JOSÉ GARCÍA MONTALVO
Miembro del consejo de Ciencias Sociales de la Fundación Ramón Areces

«Existen nuevos modelos de negocio centrados en una mayor satisfacción al cliente»

El catedrático de Economía de la Universitat Pompeu Fabra centró su ponencia en las aplicaciones del 'big data' al sector financiero y aseguró que surge un nuevo modelo de negocio que busca «aumentar la satisfacción del cliente y reducir los costes del sector financiero». Explicó que aplicaciones como las recomendaciones personalizadas de Amazon han supuesto una mejora de la experiencia de compra de los consumidores y que la utilización de los 'big data' se han extendido a la calificación crediticia de los solicitantes de crédito. En este sentido, se refirió a las nuevas maneras de medir que suponen facebook o linkedin, conocidas como reputación social. Aún así, advirtió de los peligros del uso de datos masivos ya que «si no se analizan bien, no tienen ningún rendimiento».



JOSÉ LUIS FLÓREZ
Asesor Internacional de Accenture en materia de Análisis Avanzado de Datos

«Ahora podemos anticiparnos a las necesidades de los individuos»

Doctor por la Universidad Europea de Madrid, José Luis Flórez habló del 'big data' y la toma de decisiones en la empresa. Señaló que si bien el cliente es importante, también lo es el contexto de modo que «las fuentes de información cambian con mucha rapidez». En este aspecto, defendió que ahora es posible «anticipar las necesidades, entender las características de cada individuo» y señaló que actualmente los 'big data' permiten incorporar la perspectiva social. De este modo, habló de un nuevo impacto metodológico fábrica versus laboratorio ya que, al existir información que procede de diferentes lugares, es necesario establecer filtros para. El objetivo es generar nuevo conocimiento que pueda tener impacto en el negocio.



La sala de actos del edificio Gaspar Melchor de Jovellanos de la UIB acogió la jornada, a la que asistieron profesores y alumnos de la universidad.



OSCAR MÉNDEZ
CEO Stratio
«Dato es igual a dinero y obtener el máximo valor de los datos es una necesidad»

Este fundador de una empresa de tecnología especializada en productos 'big data' con presencia en Silicon Valley, dejó claro que dato es igual a dinero y que «las empresas que obtienen mayor valoración son aquellas que hacen un buen uso de los datos». Puso como ejemplo a Google, como la compañía que más bien utiliza el 'big data' y defendió que obtener el máximo valor de los datos «es una necesidad y no una opción» aunque «hay que usarlos de forma adecuada». Para este emprendedor, el futuro pasa por el análisis de millones de datos en un milisegundo, por lo que animó a las empresas a lanzarse al mundo del 'big data': «o compites o desaparecerás», advirtió. En este contexto, señaló que las tecnologías de análisis de datos masivos posibilitan la «democratización del dato», al tiempo que recomendó su buen uso: «El 'big data' debe entenderse como un medio, ya que como un fin en sí mismo no aporta nada, más que una simple marquesina de publicidad».



RICARD MARTÍNEZ
Presidente de la Asociación Profesional Española de Privacidad-APEP
«No se deben vincular datos con su origen para preservar la intimidad»

El uso masivo de datos conlleva a las dudas sobre la privacidad. No es una novedad que a través de las nuevas tecnologías se puede conocer mucha información del usuario, que incluso éste desconoce. Martínez abogó por renunciar a la privacidad para cosas buenas, como una investigación médica, si bien apostó por buscar un equilibrio. Respecto de la legislación vigente, señaló que se deben anonimizar los datos, no vincularlos con su origen.



DANIEL GAYO
Profesor del Departamento de Informática de la Universidad de Oviedo
«Sería un error no aprovechar la fuente de datos de Twitter»
«Twitter es 'big data'», afirmó

este ingeniero, especializado en la recuperación de información en la web. En su charla sobre 'Big data, Twitter, opinión pública y mercados' dejó claro que no está de acuerdo con la capacidad predictiva que muchas personas le conceden a esta red social —«quién va a ganar unas elecciones, Eurovisión o quién será el próximo papa»—, en la que se vierten 500 millones de mensajes al día. Pero también dejó claro que, aunque la mayor parte de Twitter es «cháchara inútil» y sea costoso, sería «un error» no intentar aprovechar el valor de esa enorme fuente de datos.



ANTONI BIBILONI COLL
Profesor del Dpto. de Ciencias Matemáticas e Informática de la UIB

«Para aprovechar los datos el problema grave es el contexto»

Disertó sobre «'Big data' para el análisis de la opinión social» y expuso el proyecto que desarrolla la Cátedra Sol Melià para su aplicación comercial por parte de esta empresa, por el que se pueden ofrecer métricas concretas a partir de las ideas, sentimientos o intenciones que los usuarios y empresas vierten en las redes, en este caso relacionadas con el turismo. «El problema más grave al tratar-

los es conocer el contexto», dijo. Bibiloni cedió parte de su tiempo a Antoni Carmona, responsable de Desarrollo de Negocios de Informática El Corte Inglés, quien explicó el proyecto del 'Escaparate turístico de Balears', adjudicado por el Govern a esta empresa.



MARIO TASCÓN
Socio Director de Prodigioso Volcán
«Con los meros datos no obtenemos información»

Este especialista en medios digitales y redes sociales habló sobre 'Periodismo y big data', una charla en la que introdujo en el periodismo de datos, la fusión entre el periodismo y el 'big data'. «Con los meros datos no obtenemos información —dijo—, ésta surge cuando estos se procesan, se organizan y se construye un mensaje». Para ello, advirtió, hay que tener en cuenta la cuadruple 'v' de los datos: variedad, velocidad, «cada vez prima más el tiempo real», volumen y visualización. Sobre esta última 'v' enfatizó que es vital que sea comprensible y sobre ello puso numerosos ejemplos de cómo se hace en el periodismo actual y en el no tan actual, pues «la visualización de datos tiene una larguísima historia», recordó Tascón.