

Organizadores:



EDUCACIÓN EJECUTIVA

Sponsors:



NTT DATA

# "NINGUNA CANTIDAD DE HERRAMIENTAS Y TECNOLOGÍA ARREGLARÁ UNA CULTURA QUE NO RESPETA LOS DATOS"

DJ Patil, ex Chief Data Scientist de Estados Unidos y Keynote Speaker del Data & AI Summit 2022, este año denominado "La economía de la inteligencia artificial: creando valor exponencial con la data de las organizaciones", resalta la importancia que tiene la ética en la gestión corporativa de datos y uso de tecnologías, y el impacto que se genera en la sociedad.

## ● Cómo pueden asegurarse las empresas de que la tecnología funciona a su favor?

Se puede comenzar con tácticas sencillas, que pueden incentivar que la cultura de una empresa tenga una posición más crítica sobre la responsabilidad de sus acciones. Por ejemplo, desarrollar una lista de verificación de elementos antes del lanzamiento de un producto para garantizar que no haya impactos desproporcionados en ninguna población; o asegurarse de que exista una política sobre qué hacer si se descubre un daño después del lanzamiento.

## ¿Qué más pueden hacer?

Facilitar que aquellos que reconocen los

problemas expresen sus preocupaciones y sean tomados en serio. Una forma de lograr un impacto es que a cada persona entrevistada en la empresa se le debe hacer una pregunta de ética para ver cómo piensa. De manera similar, todos los empleados potenciales deben preguntar durante su proceso de entrevista o evaluación cómo maneja la empresa los problemas éticos.

Debemos asegurarnos de que la generación que aún no se ha capacitado tenga las habilidades para manejar las complejas preguntas que se avecinan. Esto comienza con la enseñanza de la ética en todos los programas de ingeniería, informática, ciencia de datos, diseño, etc.

## En un escenario donde se espera que las empresas estén más involucradas con la comunidad, ¿cómo asegurar que el uso que le dan las empresas a la tecnología beneficie también a la sociedad?

Es importante tener en cuenta que muchos de los productos que pueden causar daño también brindan beneficios sustanciales. Las empresas, como ciudadanos del mundo, deben trabajar en estrecha colaboración con grupos locales que comprendan las necesidades de sus comunidades para "pensar fuera de la caja" y encontrar formas de brindar un beneficio directo.

## ¿Cuáles son los errores más comunes en las empresas que implementan roles de datos?

El mayor error es que no les dan suficiente visibilidad o contexto a los problemas con los que está luchando la empresa. Esto resulta en una tremenda frustración, ya que los equipos van y vienen tratando de obtener contexto para poder brindar la respuesta o solución adecuada.

Otro factor importante es que las herramientas y técnicas para la ciencia de datos están cambiando rápidamente.

Como resultado, se requiere flexibilidad y paciencia. Es probable que la solución que implemente hoy quede obsoleta en unos años. Escuchar eso puede ser frustrante para un CEO, pero si desea aprovechar la ciencia de datos, necesita un conjunto diverso de científicos

de datos con herramientas e infraestructuras actualizadas.

## ¿Qué recomendaciones puede dar para la gestión de la data y uso de las nuevas tecnologías?

El mayor consejo es desarrollar una cultura basada en datos. Es decir, los datos son un ciudadano de primera clase en la organización en lugar de una ocurrencia tardía. La mayoría de la gente quiere recurrir a las herramientas y la tecnología en lugar de la cultura. Ninguna cantidad de herramientas y tecnología arreglará una cultura que no respeta los datos. Y aquellas culturas que lo hagan van a atraer a los mejores talentos. Hemos analizado cientos de organizaciones que consisten en empresas, organizaciones sin fines de lucro y gobiernos y todo se reduce a la cultura. ■

“  
El mayor consejo es desarrollar una cultura basada en datos  
”



# "HAY QUE PENSAR EN LOS DATOS PERSONALES COMO UN BIEN TÓXICO"

**Carissa Véliz, profesora asociada en la Universidad de Oxford y Keynote Speaker del Data & AI Summit 2022, este año denominado "La economía de la inteligencia artificial: creando valor exponencial con la data de las organizaciones", advierte sobre los retos de privacidad que implica la recolección y gestión de datos personales y que enfrentan las organizaciones actualmente.**



## ¿Qué rol juega la privacidad en la economía de datos?

La privacidad jugará un papel cada vez más importante, no solo como una ventaja competitiva —algo que los ciudadanos cada vez valorarán más— sino también como una pieza clave en los juegos geopolíticos que se están desarrollando: quien tenga más datos personales cargará con más riesgos.

## ¿Cuáles son los principales errores que comenten las organizaciones respecto al reto de privacidad?, ¿Cómo evitar estos errores?

El error más importante es creer que recolectar más datos personales es mejor, y la privacidad viene después. Las empresas suelen subestimar lo difícil que es proteger los datos personales. Lo más importante es recolectar los menos datos personales posibles.

## ¿A qué se refiere?

Demasiadas veces se recolectan datos que parecen necesarios, pero no lo son. La empresa que tiene más datos de los que necesita está generando su propio riesgo. Hay que pensar en los datos personales como un bien tóxico. Lo segundo más importante es borrar esos datos cuanto antes. Los datos personales son una bomba de relojería: tarde o temprano van a acabar siendo hackeados o mal utilizados; y, por eso, hay que deshacerse de ellos cuanto antes.

## ¿Qué herramientas tecnológicas ayudan a elevar los niveles de privacidad de datos y pueden ser de mucha utilidad para las organizaciones?

La más importante es una herramienta con aspectos tecnológicos, pero, sobre todo, social: el no recolectar más datos de los estrictamente necesarios. Borrar esos datos lo antes posible es otra práctica muy importante. Y cifrar los datos personales usando contraseñas seguras. Eso como mínimo.

## ¿Qué recomendaciones les puede dar a las organizaciones para asegurar una adecuada gestión de privacidad de datos?

No hay que tener un modelo de negocio que dependa de la explotación de datos personales. Ese modelo de negocio tiene fecha de caducidad. Y hay que contratar profesionales que realmente tengan por vocación proteger la privacidad: no solo ingenieros e informáticos, sino también politólogos, sociólogos y filósofos.

## ¿Qué ejemplos de adecuada gestión de privacidad y mala gestión de privacidad puede mencionar?

Signal es un gran ejemplo porque solo recolecta como datos el número de teléfono y la primera vez que alguien se conecta al servicio, nada más. Facebook es una de las empresas que peor gestiona los datos personales, como pudimos ver en el escándalo de Cambridge Analytica, y tantos otros.

## ¿Qué responsabilidad tienen las organizaciones frente a la protección de los datos a los que acceden?

La privacidad no solamente es un derecho, sino también un deber cívico. Y, por tanto, todos —ciudadanos, empresas, y, por supuesto, gobiernos— tenemos una responsabilidad de proteger nuestra privacidad y la de los demás.

Por supuesto, las instituciones que acceden, guardan y analizan datos personales tienen una responsabilidad todavía mayor. El recolectar datos innecesarios o el no guardar

de manera segura datos sensibles puede tener consecuencias catastróficas: desde interferencias electorales, hasta amenazas a la seguridad nacional, extorsiones, robos de la identidad, y más. ■

“  
**La empresa que tiene más datos de los que necesita está generando su propio riesgo**  
”

El Data & AI Summit 2022 se desarrollará los días **27, 28, 29 de abril**. Para mayor información escribir a: [informes@seminarium.pe](mailto:informes@seminarium.pe).