

# Índice

## PRESENTACIÓN

### LA ECONOMÍA DIGITAL COMO VECTOR DE CRECIMIENTO INTELIGENTE .....17

**CARME ARTIGAS BRUGAL** | Secretaria de Estado de Digitalización e Inteligencia Artificial /  
Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital

## ESTUDIO INTRODUCTORIO ..... 20

1. Cuantificación e impacto de la «economía del dato» en España ..... 20
  - 1.1. El valor y el impacto económico del mercado de datos en la Unión Europea..... 20
  - 1.2. El valor y el impacto del «sector económico» de datos en la economía española ..... 23
2. La «economía del dato» en España y su incidencia en los procesos de digitalización ..... 28
  - 2.1. Los datos como claves de la transformación digital en el ámbito del sector público.....30
  - 2.2. Los datos como claves de la transformación digital en el ámbito del sector privado.....33
    - 2.2.1. Los datos como claves de la transformación digital en el sector asegurador y bancario..... 35
    - 2.2.2. Los datos como claves de la transformación digital en el sector de las telecomunicaciones ..... 39
    - 2.2.3. Los datos como claves de la transformación digital en el sector del agua .....41
    - 2.2.4. Las competencias digitales y el marco normativo, claves del proceso de transformación digital orientado por el «dato» ..... 43



## INSTITUTO DE ESTUDIOS ECONÓMICOS

### CUANTIFICACIÓN E IMPACTO ECONÓMICO DEL SECTOR DE «DATOS» EN LA ECONOMÍA ESPAÑOLA ..... 46

#### Introducción ..... 46

1. Metodologías para la valoración económica de los «datos» ..... 48
  - 1.1. Mediciones en el terreno empresarial ..... 48

1.2. Mediciones del valor de los datos personales .....	49
1.3. Otra aproximación: el sector de «visionado».....	49
1.4. La aproximación de la oferta en las cuentas nacionales .....	50
1.5. La estimación de la Oficina Nacional de estadísticas de Canadá.....	51
<b>2. El nuevo sector de los «datos» en la economía española.....</b>	<b>52</b>
2.1. Producción y distribución de los «datos» .....	52
2.2. Tipología preliminar de los «datos» .....	54
2.3. Definición .....	55
2.4. Construcción del nuevo sector .....	55
2.5. El nuevo sector cuantificado.....	65
2.6. Las cifras agregadas del sector de «datos».....	68
2.7. El sector de los «datos» comparado con el resto de los sectores económicos.....	68
2.8. El tamaño del sector .....	70
2.9. Fuentes principales de los «datos» utilizados.....	71
<b>3. El impacto económico del sector de «datos». España, 2018 .....</b>	<b>72</b>
3.1. Multiplicadores de intensidad salarial y de empleo .....	74
3.2. Eslabonamientos sectoriales.....	76
<b>4. Conclusiones.....</b>	<b>78</b>
4.1. El valor económico del «dato» no está medido, en parte, porque no hay mercado .....	78
4.2. Valorar los «datos»: importante para las empresas y para la economía agregada .....	80
4.3. La importancia de los «datos» en los flujos internacionales .....	81
4.4. El «sector económico de los datos» en la economía española.....	81
4.5. El impacto económico del sector de los «datos» en la economía española, 2018.....	83
<b>Referencias bibliográficas .....</b>	<b>85</b>



## I. LA ECONOMÍA DEL DATO EN ESPAÑA

### COMPETENCIAS DIGITALES: ¿QUÉ SON Y QUIÉN LAS TIENE? ..... 90

**ALFONSO ARELLANO** / BBVA Research / Universidad Complutense de Madrid

**NOELIA CÁMARA** / BBVA Research

**GIANCARLO CARTA** / BBVA Research

**JUAN RAMÓN GARCÍA** / BBVA Research

Introducción ..... 91

1. ¿Qué son las capacidades digitales y cómo se miden?..... 91

2. Determinantes de las competencias digitales..... 92

3. Conclusiones y recomendaciones de política económica..... 95

Referencias bibliográficas ..... 97

### LOS RETOS DE LA ADMINISTRACIÓN EN LA ERA DE LOS DATOS MASIVOS: DE LOS INSTITUTOS DE ESTADÍSTICA A LA OFICINA DEL DATO .... 99

**JUAN MANUEL LÓPEZ ZAFRA** | Director General de Economía / Comunidad de Madrid

Introducción .....100

1. La estadística oficial y los datos masivos.....100

2. El gobierno del dato y la Oficina del dato..... 104

3. El reto por venir .....107

### *BIG DATA Y MARKET INTELLIGENCE EN EL BANCO DE ESPAÑA* .....109

**RICARDO GIMENO** | Jefe de División de Análisis e Inteligencia de Mercados / Banco de España

**JOSÉ MANUEL MARQUÉS** | Jefe de División de Innovación Financiera / Banco de España

Referencias bibliográficas ..... 113



## TRATAMIENTO DE LOS DATOS PROCEDENTES DE LOS REGISTROS DE LA PROPIEDAD Y MERCANTILES PARA LA GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO. CENTRO DE PROCESOS ESTADÍSTICOS (CPE)..... 115

**JOSÉ MELÉNDEZ PINEDA** | Director del Centro de Procesos Estadísticos / Colegio de Registradores

Introducción .....	116
1. Recopilación de la información de las oficinas registrales .....	116
1.1. Área Mercantil – Cuentas anuales.....	116
1.2. Área Mercantil – Concursal.....	117
1.3. Área de Propiedad.....	117
2. Tratamiento de filtrado, mejora y formación de la base de datos .....	117
2.1. Área Mercantil – Cuentas anuales.....	117
2.2. Área Mercantil – Concursal.....	118
2.3. Área de Propiedad.....	118
3. Elaboración de publicaciones.....	119
3.1. Área Mercantil – Cuentas anuales.....	119
3.2. Área Mercantil – Concursal.....	120
3.3. Área de Propiedad.....	120
3.4. Informes mixtos del área mercantil y propiedad.....	121
4. Suministro de información a instituciones .....	122
4.1. Área Mercantil – Cuentas anuales.....	122
4.2. Área Mercantil – Concursal.....	122
4.3. Área de Propiedad.....	122
5. Importancia de la protección de los datos personales de naturaleza pública en la economía del dato.....	123

## BIG DATA: ANÁLISIS NORMATIVO Y PROPUESTAS DE MEJORA.....125

**ALBERTO PRIETO DE LEÓN** | Abogado / Aldea Arellano & Prieto Abogados

Introducción .....	126
1. Definición de <i>big data</i> desde el punto de vista jurídico y principios configuradores en la normativa de protección de datos personales.....	126



2. La protección del <i>big data</i> bajo el derecho de propiedad intelectual y su influencia en el descubrimiento de secretos empresariales .....	129
2.1. <i>Big data</i> y propiedad intelectual.....	130
2.2. <i>Big data</i> y secreto empresarial.....	132
3. Fomento del libre acceso a los datos frente a la exclusividad de su utilización .....	135
4. Propuestas de mejora .....	136
4.1. Necesidad de flexibilizar el concepto de «dato personal» .....	137
4.2. Establecimiento de un marco normativo concreto en la prestación del consentimiento de los interesados .....	138
4.3. Mejora de los criterios de transparencia para permitir su cumplimiento efectivo .....	138
5. Conclusión.....	140
Referencias bibliográficas .....	140

## II. LA ECONOMÍA DEL DATO EN LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS

<b>LA ECONOMÍA DEL DATO EN AGBAR. REALIDAD PRESENTE, PERSPECTIVAS DE FUTURO Y PROPUESTAS DE REFORMA.....</b>	<b>143</b>
--	------------

**GUILLERMO PASCUAL GISBERT** | Director de Operaciones y Transformación Digital / Agbar

1. La economía del dato en la estrategia de transformación digital de Agbar .....	144
2. Datos a buen recaudo, unificados, accesibles y abiertos .....	146
3. Telelectura como palanca de transformación digital de los servicios a la ciudadanía .....	150
4. Transformación digital en plantas de tratamiento de agua .....	152
5. Propuestas de reforma para acelerar la transformación .....	154
6. Conclusiones.....	154



**LA ECONOMÍA DEL DATO EN LAS ENTIDADES ASEGURADORAS ESPAÑOLAS: ANÁLISIS DEL PRESENTE, PERSPECTIVAS PARA EL FUTURO Y REFORMAS NECESARIAS.....156**

**NURIA CASTAÑER CARRASCO** | Head of EU Office & International Affairs | Coordinadora del Grupo Transversal Digitalización e Innovación / UNESPA

1. La digitalización de la economía europea .....157

2. La transformación digital del sector asegurador .....159

3. El principal reto: la necesaria revolución jurídica ..... 161

4. Datos abiertos .....163

5. Data act .....165

6. La inteligencia artificial (IA) y la ética.....166

7. Blockchain.....167

8. Conclusión.....168

Referencias bibliográficas .....169

**LA REALIDAD CAMBIANTE DEL DATO EN EL SECTOR BANCARIO ESPAÑOL Y PROPUESTAS PARA PONERLO EN VALOR .....170**

**LUIS ECHAVARRI LASA** | Dirección de Datos /Banco Sabadell

**LAURA FERNÁNDEZ CABALLERO** | Dirección de Estudios / Banco Sabadell

**JUAN RAMÓN PUJOL POLA** | Dirección de Datos / Banco Sabadell

**MARTA RIVEIRA CAZORLA** | Dirección de Estudios / Banco Sabadell

Introducción ..... 171

1. Mapa de valor ..... 171

2. Realidad presente .....172

3. Perspectivas de futuro .....174

4. Reflexiones a nivel agregado .....176

5. Propuestas de reforma .....177



**LA EVOLUCIÓN DE TELEFÓNICA COMO COMPAÑÍA DATA-DRIVEN.....180**

**ELENA GIL LIZASOAIN** | Directora global de producto y operaciones de negocio de IoT y Big Data / Telefónica Tech

1. Contexto del sector de las telecomunicaciones ..... 181

2. Transformación Data-Driven del grupo Telefónica.....182

3. Creación de LUCA y lanzamiento de Telefónica Tech.....183

4. Oportunidades y desafíos .....185

**LA ECONOMÍA DEL DATO, UN PASO MÁS EN LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL.....188**

**ANA LLEDÓ TARRADELL** | Directora de Negocio & Relaciones Institucionales / Inversis

**LAURA BOTE SANZ** | Chief Data Officer (CDO) / Inversis

1. Introducción: Inversis como compañía.....189

    1.1. Plataforma de Fondos de Inversión. Informes de valor añadido para gestoras internacionales. Explotación de los modelos de consumo y hábitos de compra y *asset allocation* de clientes..... 189

2. Transformación digital..... 191

    2.1. Motivación y planteamiento de la transformación digital ..... 191

    2.2. Implicaciones de cumplimiento normativo y seguridad en la decisión de transformación (protección de los datos personales) ..... 192

    2.3. Primeros pasos para la implementación: plan como empresa y selección de la plataforma..... 193

    2.4. Opciones técnicas..... 194

    2.5. Fase de transformación..... 195

    2.6. Plan de transformación: adaptación a la empresa..... 195

    2.7. Papel del Chief Data Officer..... 196

3. Economía del dato.....196

    3.1. Centralización de la información ..... 196

    3.2. Calidad de los datos y trazabilidad..... 197

    3.3. Disponibilidad..... 197

    3.4. Gobernanza..... 198

    3.5. Estrategia..... 198

