

## ENTREVISTA

# Rafael Fernández Campos

“LA LEGISLACIÓN PUEDE REGULAR, PERO NUNCA SUSTITUIR LA EXISTENCIA DE UN CONJUNTO DE PRINCIPIOS ÉTICOS SOCIETARIOS”

**Eres Presidente del Club Chief Data Officer. ¿En qué consiste este club?, ¿cuáles son su misión y objetivos? Agrupáis una figura profesional de relativa reciente implantación en las empresas españolas. ¿Cuál es nuestra situación en el cuidado y gestión del dato en relación a nuestros pares europeos?**

El Club nace de la necesidad de los responsables de datos de las principales compañías de nuestra geografía de disponer de un foro donde resolver problemas y crecer juntos. Este objetivo ha ido evolucionando y en la actualidad, además de celebrar eventos, se genera contenido de alto valor para la comunidad del dato, diseñamos formación en colaboración con escuelas de negocio y se han desarrollado dos herramientas de ayuda a la estrategia de datos: el dataMat, un cuestionario de autoevaluación del grado de madurez de las compañías en términos de datos, y el dataToolkit, un *gaming* que ayuda a los responsables de datos a implantar una estrategia de datos sostenible en sus compañías. Actualmente el Club cuenta entre sus miembros con responsables de 120 compañías de España y Latinoamérica.

**La generalización de la sociedad del dato comporta riesgos y oportunidades en su uso. Conocer más implica poder servir mejor, pero también dominar con mayor capacidad. ¿Andamos sobre el filo de la navaja? ¿Hacia dónde podemos caer?**

Cualquier avance tecnológico o científico es susceptible de ser utilizado para el bien o para el mal, por supuesto suponiendo que fuéramos capaces de encontrar una definición consen-



suada de lo que es el bien y el mal. El uso masivo de los datos no es diferente de otros avances. No es ni bueno ni malo en sí mismo, sino en función del propósito que persigamos con su uso. Hay compañías éticamente modélicas en el uso masivo de datos y, sin embargo, existen otras cuyos objetivos empresariales pisotean cualquier principio moral básico.

En este sentido yo estoy de acuerdo con aquello que decía Hobbes de que la moral es la flor más perfecta pero que para crecer necesita hacerlo a la sombra de una espada levantada.

*El uso masivo de los datos no es diferente de otros avances. No es ni bueno ni malo en sí mismo, sino en función del propósito que persigamos con su uso*

Es por ello que la mejor forma de que las compañías respeten una serie de principios morales es regular el uso ético de los datos, unido a la constatación de que los comportamientos inmorales no compensan, es decir, que las sociedades expulsan del mercado aquellas compañías que conculcan la ética aceptada. No obstante, para ello la sociedad debería estar suficientemente formada, lo que nos llevaría a otros dilemas que sobrepasan la pregunta que me formuláis.

**La salvaguarda de los valores democráticos en lo público y la dignidad en lo privado consiste en retomar el orden ético en la vida pública tanto de las administraciones como de las empresas. Ética y dato deben aprender a mezclar bien. ¿Cuáles son los próximos compromisos que deben afrontar las empresas y las administraciones en este campo? ¿Los ves posibles?**

Como comentaba anteriormente, los retos son relevantes y deben integrar actuaciones por parte de los tres actores principales:

Por un lado, los gobiernos deben ser capaces de encontrar mecanismos de control del uso ético de los datos, no solo a nivel de cada país, sino en ámbitos supranacionales, ya que las compañías que más datos gestionan son globales. Adi-

cionalmente, han de proveer a la ciudadanía de unos conocimientos básicos en términos del uso responsable de nuestros datos.

En segundo lugar, las empresas se enfrentan al mayor de los dilemas: elegir entre generar valor para el accionista y respetar unos principios morales por el bien de la sociedad. La legislación puede regular, pero nunca sustituir la existencia de un conjunto de principios éticos societarios. La acción social, como una suerte de “activismo ético”, puede ayudar a contraponer un poder frente a otro y limitar a las compañías más predatoras.

En último lugar, la sociedad debe asumir una responsabilidad doble. Por un lado, la de su propia formación y, por otro, la certeza de que la mayoría de los datos personales de los que disponen las grandes multinacionales se los hemos proporcionado nosotros mismos. La ley nunca puede subsanar la falta de responsabilidad individual.

**En tus libros planteas el dato como activo personal que pueden y deben rescatar los ciudadanos. Esto es fácil de declarar, pero algo más complejo de gestionar para el particular. ¿Qué ayuda es necesario ofrecer para facilitar la recuperación del dato por parte del particular?**

La ciudadanía, empezando por los niños, debe ser consciente del inmenso poder que otorgamos a las compañías cuando compartimos datos personales. Las grandes tecnológicas realmente no pelean por el dinero, pelean por el poder. Y ese poder se lo damos cada vez que exponemos nuestras vidas y, lo que es peor, no reaccionamos ante conculcaciones flagrantes de la privacidad.

Sin embargo, para ello la formación es fundamental. Realmente es la vieja sentencia (de Jesucristo) recogida por San Juan “la verdad os hará libres”, actualizada y demostrada de forma incontestable, ya que, en este caso, la ignorancia nos convierte en esclavos de la manipulación.

En todo caso, son una minoría (aunque muy extendida) las compañías que actúan de forma irresponsable. La mayoría de ellas comprende que, sin ética, no hay futuro posible.

**Las revoluciones industriales y tecnológicas han tenido también influencia sobre las estructuras sociales y la organización institucional.**

**Con el desarrollo tecnológico y económico del dato, ¿esperas cambios sociales?**

Los cambios sociales suelen ser lentos y, en todo caso, producirse a muy diferentes ritmos en función de multitud de factores como la geografía, los sectores productivos, la clase social... Claramente estamos asistiendo a un cambio en las formas de interacción social y en las fuentes de generación de valor, si bien no veo muy factible que todo ello vaya a tener un alto impacto en la distribución de la riqueza generada o del poder.

No obstante, en mi opinión, los países que sean capaces de fortalecer la creación de oportunidades para todos, el incentivo al emprendimiento y la creatividad unido a la protección de los más desfavorecidos, conseguirán salir vencedores de la disrupción digital. Y para ello, nada mejor que la cooperación entre países.

**Acabamos nuestros encuentros pidiendo a los entrevistados un esfuerzo de imaginación. ¿Cómo ve la sociedad española dentro de 20 años? Denos un temor, una prioridad y un deseo para España.**

Soy un optimista irredento, así que mi visión para los próximos 20 años es positiva. Creo que si algo

ha demostrado el ser humano en su historia es que es capaz de crear el futuro que se proponga.

*Los países que sean capaces de fortalecer la creación de oportunidades para todos, el incentivo al emprendimiento y la creatividad unido a la protección de los más desfavorecidos, conseguirán salir vencedores de la disrupción digital*

Respondiendo a tu pregunta, mi principal temor es que no aprovechemos los desarrollos tecnológicos derivados del uso masivo de datos para disminuir las desigualdades existentes. Es una oportunidad única la que se nos presenta.

Por este motivo, la prioridad que veo impostergable es la formación de la ciudadanía para vivir en un mundo digitalizado. La transformación de la fuerza laboral pasa por un esfuerzo inmenso de reorientación de tareas basado en una formación continua, para lo cual la colaboración de las empresas es crítica.

Y en cuanto al deseo, pues que seamos capaces de castigar la incapacidad de nuestros dirigentes para alcanzar acuerdos de país. No es culpa de los políticos, es culpa de los que les elegimos. ●

## RESEÑA BIOGRÁFICA



Rafael Fernández Campos, doctor *cum laude* en Economía y Hacienda Pública por la Univ. Autónoma de Madrid y licenciado en Administración de Empresas por la misma universidad. Máster en Dirección de Entidades Financieras por la Univ. Francisco de Vitoria.

Chief Data Officer de Bankia entre 2015 y 2021, actualmente es el Director de Estrategia Informacional y Reporting Regulatorio de CaixaBank.

Desde el año 2019 ocupa el cargo de Presidente del Club de CDOs de España & Latam.

Es co-autor del libro *El Valor del Dato* (2020) ([www.valordel dato.es](http://www.valordel dato.es)), donde los autores proponen una metodología para valorar el impacto de la gestión de datos en el valor de una compañía.

Tiene una experiencia de más de 25 años en Banca, como Director Financiero y Director de Control de Gestión, es decir, siempre vinculado a la información y al dato.

Desde un punto de vista académico, es Profesor en la Escuela de Finanzas Aplicadas, Coordinador Académico de la Certificación en Gobierno y Estrategia del Dato del Instituto de Empresa, además de profesor en otras escuelas de negocio, conferenciante, articulista y escritor.

Asimismo, es miembro del Consejo Asesor de la Revista Índice y de la Revista de Actuarios de España, así como miembro del Consejo Académico de Ethosfera.