Publicado en Madrid el 21/06/2018

# [Los Datos Negocio del Ecosistema Digital, según Aemol Consulting](http://www.notasdeprensa.es)

## En la nueva era de la comunicación, los datos personales son el ingrediente imprescindible para la gestión y tecnificación del ecosistema digital. Los principales desafíos en la cesión de datos: de la privacidad a la explotación por los data brokers

 En pleno siglo XXI, los datos personales se han convertido en una materia prima imprescindible y codiciada del ecosistema digital. La gestión y explotación de los mismos ha permitido que empresas relevantes desarrollen productos y servicios atractivos para sus usuarios porque conocen al detalle sus necesidades y gustos gracias a la cesión gratuita de sus datos. En pocos años ha cambiado radicalmente la forma de comunicarse, comprar, entretenerse, informar o crear valor. Prueba de ello son las tecnologías emergentes: los chatbots y los asistentes virtuales (Siri, Alexa, Cortana o Watson) que se han constituido como la piedra angular clave de la comunicación al proporcionar aquello que se necesita con tan solo decírselo. Al dirigirse y comunicarse con las apps, los asistentes virtuales recuerdan en Aemol Consulting,consultora experta Protección de Datos de Carácter Personal, se ceden o facilitan de manera inconsciente, continua, y casi infinita los datos personales. Este hecho plantea, sin duda, notables desafíos y pone en tela de juicio la privacidad de los mismos al ser almacenados, gestionados y posteriormente utilizados para diseñar el estilo de vida, opinión o planes de los usuarios, dado que a nivel genérico conocen la localización o zonificación horaria y a nivel personal están al corriente de las necesidades, hábitos y experiencias del usuario. El nuevo Reglamento Europeo de Protección de Datos ofrece a los usuarios las herramientas necesarias para proteger sus datos a la vez que obliga a implantar a las empresas una actitud preventiva para evitar vulnerabilidades de su privacidad. Los datos son necesarios para mantener una comunicación activa con los clientes. En ocasiones lo que estos clientes no saben que están dando el consentimiento para ceder una información a terceros y que puede acabar en manos de otras empresas. La mayor parte de los usuarios desconocen que forman parte de bases de datos y que están mercadeando con su información. Algo tan simple como compartir una foto en una red social, conlleva ceder libremente no sólo la imagen sino metadatos sobre el lugar, la fecha, la hora, el modelo de teléfono, los contactos, etc. información aprovechada por los data brokers para recopilar, procesar y vender información personal con perfiles ultraprecisos de los usuarios. En otras ocasiones las empresas crean sus sistemas de captación y retención con el fin de mantener a sus clientes activos a través de regalos, ofertas especiales o rebajas con las que logran atraerlos a cambio de rellenar un formulario con sus datos. El nivel de preocupación, explican desde Aemol Consulting por la privacidad aún es bajo en la mayoría los usuarios, en general confían porque desconocen quién o quienes tienen acceso a sus datos, cómo se recogen, para qué se usan o podrían usarse y cual es el valor de sus datos personales. No es un tema baladí la mercadotecnia y mal uso de las bases de datos, se debe recordar que el Brexit no habría existido sin el rol que tuvo la empresa Cambrigde Analytica y lo mismo sucedió en las últimas elecciones presidenciales de Estados Unidos donde tres millones de datos de usuarios fueron filtrados. En las últimas semanas un nuevo escándalo de fuga masiva de información ha saltado a la escena: Facebook, el futuro de la compañía está en entredicho y de momento han suspendido más de doscientas apps sospechosas. La figura del profesional de la privacidad empieza a ser indispensable y necesaria para garantizar los derechos de los usuarios en materia de protección de datos personales. El equilibrio es la clave entre la privacidad y la no privacidad o explotación de sus datos. Los usuarios depositan su confianza digital en las relaciones con organizaciones, empresas o con quienes prestan un servicio; si bien, si el usuario se siente traicionado o esa confidencialidad se rompe normalmente deja de usar ese servicio y se da de baja. Desde Aemol Consulting insisten en la necesidad de sensibilizar a los ciudadanos para convertirse en sujetos activos en cuanto a la gestión de la privacidad y no agentes pasivos a la hora de compartir información en Internet. La privacidad es un derecho que hay que respetar, de ahí la necesidad de establecer unos límites ante la explotación y vulneración de los datos. No todo sirve. Aemol Consulting: consultora con más de 15 años de experiencia, avalada por sus más de 25.000 clientes, procedentes de sectores como la industria, hostelería, construcción o administración pública. Aemol está formada por un equipo humano interdisciplinar que poseen un dilatado conocimiento del mundo del trabajo, aglutina diferentes profesionales, desde la ingeniería informática hasta la abogacía, en continuo reciclaje y aprendizaje para adaptarse a los cambios en el ámbito de las nuevas tecnologías y necesidades planteadas. Aemol experta en Ley de Protección de Datos de Carácter Personal está registrada en INTECO como Consultores y Auditores de Seguridad. WWW.Aemol.com.

**Datos de contacto:**

Francisco Trejo Jiménez

639334787

Nota de prensa publicada en: [https://www.notasdeprensa.es/los-datos-negocio-del-ecosistema-digital-segun](http://www.notasdeprensa.es/educalivecom-disfruta-de-cursos-presenciales-y-clases-particulares-a-traves-de-internet)

Categorias: Derecho Comunicación Madrid E-Commerce



[**http://www.notasdeprensa.es**](http://www.notasdeprensa.es)