



ENCUENTROS **ITDM GROUP**



MODELOS OPERATIVOS Y HERRAMIENTAS PARA UNA GESTIÓN DEL DATO UNIFICADA, EFICIENTE Y SEGURA

©freepik

ORGANIZA



PATROCINADORES GOLD



MODELOS OPERATIVOS Y HERRAMIENTAS PARA UNA GESTIÓN DEL DATO UNIFICADA, EFICIENTE Y SEGURA

Las organizaciones están modernizando sus arquitecturas y estrategias de datos para construir modelos operativos que permitan una gestión unificada, eficiente y segura de la información. Centramos esta edición de los Encuentros ITDM Group en cómo las organizaciones se están apoyando en herramientas modernas, basadas en tecnologías como la inteligencia artificial, para transformar su negocio hacia modelos más inteligentes y guiados por los datos. Para ello, contamos con la colaboración de Lutech, ML Code y SonicWall, y con la visión de Penteo.

El volumen de datos que manejan las organizaciones está creciendo exponencialmente, pero en muchos casos se pierde su valor estratégico, ya sea porque la información crucial queda atrapada en silos, o por la dificultad de aplicar estándares de calidad y acceso que permitan identificarlos y aprovecharlos en beneficio del negocio. Todo ello establece barreras que ralentizan los procesos de analítica, introduce riesgos para el cumplimiento normativo y puede inducir errores que afecten gravemente a la toma de decisiones. Por ello, el reto al que se enfrentan las empresas en su camino hacia un modelo guiado por los datos no es tanto capturar suficiente información, como contar con una estrategia y una metodología que los unifique, los haga confiables y valiosos para el negocio.



A lo largo de esta edición de los Encuentros ITDM Group, titulada [Modelos operativos y herramientas para una gestión del dato unificada, eficiente y segura](#), hemos analizado cómo está evolucionando la estrategia, arquitectura e infraestructura de datos en las empresas españolas para desarrollar nuevos modelos operativos y de negocio data-driven.

CLOUD: MAXIMIZANDO LA EFICIENCIA, EL CONTROL Y LA AGILIDAD DE LA INFRAESTRUCTURA TECNOLÓGICA

Como elemento principal de este evento hemos organizado un en-

cuentro de la Comunidad IT, con el apoyo de Lutech, ML Code y SonicWall, en el que debatimos sobre la evolución de las empresas hacia modelos operativos basados en la información, con expertos en datos y analítica de Acciona, CaixaBank Payments & Consumer, Cajasierte, Codere, Embou, Exera Energía e Ilunion Hotels. En este debate, además, estuvieron presentes Paolo Mioli, CEO de Lutech; Severino Gala, vicepresidente de ventas de ML Code; y Sergio Martínez, country manager de Sonicwall, quienes aportaron su punto de vista sobre cómo la industria tecnológica puede ayudar a las

empresas a modernizar su forma de gestionar y proteger los datos.

OTROS CONTENIDOS PARA LA COMUNIDAD IT

En esta edición de los Encuentros ITDM Group también hemos contado con la visión de otros expertos en la materia sobre la transformación tecnológica que se está produciendo en torno al dato. Para aportar contexto sobre los avances que están llevando a cabo las empresas españolas, Luis Alfaro, asesor de Tecnología y Ciberseguridad en la consultora Penteo, nos ha ofrecido la ponencia “Situación del dato”.

Y, para conocer cómo enfocan la estrategia y arquitectura de datos en la industria financiera, hemos conversado con Jaime Pérez, CDO de Cajasierte, quien ha destacado su avance hacia modelos federados, la importancia que tiene la calidad de la información, especialmente ante el avance inexorable de la inteligencia artificial. ■

MÁS INFO +

» [Encuentros ITDM Group: Modelos operativos y herramientas para una gestión del dato unificada, eficiente y segura](#)



PONENCIA >> Luis Alfaro, de Penteo, analiza la situación del dato en la empresa española, destacando la necesidad de mejorar el gobierno y la calidad de la información frente al rápido avance que está experimentando la inteligencia artificial.



EVENTO >> Analizamos la evolución de las empresas hacia modelos más inteligentes y guiados por los datos con expertos de Acciona, CaixaBank Payments & Consumer, Cajasierte, Codere, Embou, Exera Energía e Ilunion Hotels.



ENTREVISTA >> Jaime Pérez, Chief Data Officer de Cajasierte, analiza la evolución de la estrategia del dato en la entidad, destacando la transición hacia modelos federados, la calidad de la información y el impacto de la inteligencia artificial.

NUEVOS MODELOS OPERATIVOS PARA EXPLOTAR EL VALOR DE LA IA

La inteligencia artificial ha llegado al mundo empresarial para acelerar la modernización de las organizaciones, prometiendo impulsar la eficiencia y la productividad, y habilitando niveles nunca vistos de automatización e inteligencia de negocio. Pero para aprovechar su potencial debe alimentarse con la información adecuada, lo que obliga a replantear profundamente las arquitecturas tecnológicas y estrategias en torno al dato, una asignatura pendiente para muchas empresas.

Desde el lanzamiento de las primeras herramientas de inteligencia artificial generativa la evolución de la IA se ha acelerado y las grandes tecnológicas involucradas en su desarrollo han logrado integrarla en todo tipo de soluciones empresariales. Al principio se planteaba como una herramienta de productividad para el entorno de trabajo, pero con la llegada de los agentes autónomos su potencial se ha disparado, ofreciendo nuevas capacidades para automatizar procesos y tareas más complejas, y prometiendo generar un impacto positivo y medible para el negocio.

Esto ha llevado a muchas organizaciones a invertir grandes sumas para incorporar la IA en sus operaciones, pero no todas están logrando obtener los resultados deseados. El motivo, en muchos casos, es que no cuentan con la infraestructura ni estrategia de datos necesaria, y esto tiene mucho que ver con el enfoque de sus inversiones en TI.

EN BUSCA DEL RETORNO DE LA IA

Según una [investigación reciente de Gartner](#), las organizaciones con iniciativas de IA exitosas invierten

hasta cuatro veces más (de sus ingresos) en áreas fundamentales, como la calidad de los datos, la gobernanza, la formación de sus trabajadores en IA o la gestión del cambio, que aquellas que obtienen malos resultados del uso de inteligencia artificial.

En opinión de Rita Sallam, vicepresidenta analista y directora de Investigación de Gartner, “los líderes de Data & Analysis desempeñan un papel fundamental para obtener el valor esperado de la IA en sus organizaciones”. Para lograrlo, co-

menta, su labor hasta el año 2030 será garantizar las condiciones adecuadas en áreas clave, como “nuevos datos confiables, bases contextuales e inteligencia perceptiva”, y considera que “responder a este mandato requerirá cambios en la forma en que el equipo de D&A se organiza, trabaja, desarrolla, escala y crea valor”.

TRANSFORMACIÓN DEL ÁREA DE DATOS Y ANALÍTICA

Según la visión de Gartner, hay seis cambios que los líderes de D&A

deberían hacer para obtener el valor que se espera de la inteligencia artificial en esta área:

- Centrar las iniciativas de datos y analítica en el aprovechamiento de la IA, para alinearlas con los objetivos de negocio.
- Impulsar la colaboración entre personas y agentes en el área de D&A, con equipos de decisión multidisciplinares apoyados por expertos en IA y agentes enfocados a resultados de negocio.
- Situar el contexto como elemento crítico, optando por agentes de IA



con “acceso contextual y controlado a los datos correctos”.

- Apostar por prácticas de ingeniería que conecten datos, IA, contexto e ingeniería de software para impulsar la IA a gran escala en la organización.
- Establecer “una gobernanza dinámica que integre contexto automatizado y controles de sesgo, privacidad y cumplimiento en los flujos de trabajo”.
- Ir más allá del ROI para generar valor compuesto, creando “un ciclo de valor, en el que las mejoras de eficiencia derivadas de inversiones de alto impacto se reinviertan en crecimiento e innovación”.

MODELOS DE NEGOCIO MÁS AUTOMATIZADOS

El impacto de la IA en las organizaciones es cada vez más transversal, a medida que se incorporan herramientas como los agentes autónomos al software y a los procesos. Según [una encuesta realizada por Gartner](#) a 469 altos ejecutivos en todo el mundo, el 80% de ellos afirma que la IA obligará a una profunda transformación de sus capacidades operativas, cambiando el enfoque del negocio digital por el

de negocio autónomo. En palabras de Don Scheibenreif, vicepresidente analista de la consultora, “El negocio autónomo es una estrategia en la que agentes de software de autoaprendizaje y clientes automatizados toman decisiones, actúan y crean nuevos tipos de valor para las organizaciones”. Y señala que “mientras que el negocio digital cambia lo que hace la organización, el negocio autónomo cambia cómo lo hace”.

Por el momento, como indica el 45% de los encuestados, la automatización que aplican se limita a tareas específicas, pero solo el 13% espera que esto se mantenga para el año 2028. A su vez, el 32% espera implementar herramientas de IA adaptables y de autoaprendizaje para apoyar la toma de decisiones y un 27% espera que sus organizaciones operarán casi sin intervención humana, llevando a cabo una profunda transformación hacia ecosistemas empresariales autónomos.

Esto podría mejorar enormemente la eficiencia de los procesos, pero también plantea riesgos importantes. Según David Furlonger, vicepresidente analista de Gartner, “los directores ejecutivos se están dando cuenta de que la IA no es simple-

mente otra capa de automatización”, y un 28% opina que los ingresos transaccionales son los más vulnerables a la IA porque, en sus palabras, “a medida que los agentes de IA automatizan las compras, los precios y las negociaciones, eliminan los pasos adicionales y las ineficiencias que las comisiones por transacción estaban diseñadas para cubrir”, lo que obligará a los directivos a “replantearse sus modelos de negocio y orientarlos hacia los ingresos recurrentes basados en resultados para evitar pérdidas”.

“**LOS LÍDERES DE DATA & ANALYSIS DESEMPEÑAN UN PAPEL FUNDAMENTAL PARA OBTENER EL VALOR ESPERADO DE LA IA EN SUS ORGANIZACIONES**”

RITA SALLAM,
Gartner



GOBERNANZA PARA LA IA AGÉNTICA

Los agentes autónomos de IA se revelan como el camino a seguir en los próximos años para impulsar la automatización de procesos, mejorar las fuentes de información que apoyan la toma de decisiones e incrementar la eficiencia y la productividad. Pero esta tecnología debería operar bajo un marco de gobernanza que proteja los intereses de las organizaciones, algo que todavía está lejos de ser una realidad. Según otra [investigación de Gartner](#), para el año 2028, una empresa promedio de la lista Fortune 500 global contará con

más de 150.000 agentes en uso (menos de 15 en 2025), pero solo el 13% de ellas cree tener la gobernanza adecuada para controlar el uso de esta tecnología.

Max Goss, analista sénior de la consultora, afirma que “a medida que los CIO y los líderes de TI observan una explosión de agentes de IA en sus organizaciones, muchos se enfrentan a una proliferación descontrolada de estos agentes que los expone a diversos riesgos, como la desinformación, el intercambio excesivo de información y la pérdida de datos”. Por ello, opina que “las organizaciones necesitan encon-



trar un equilibrio que les permita gestionar los agentes y controlar su proliferación, al tiempo que puedan empoderar a los empleados para innovar con estas herramientas de forma segura”. ■

CÓMO CONTROLAR LA PROLIFERACIÓN DE AGENTES

Ante la perspectiva de proliferación de agentes autónomos de IA en las organizaciones, los expertos de Gartner han elaborado una lista con seis pasos recomendados para ayudar a los CIO a controlar el uso de IA agéntica en la organización y evitar muchos de los problemas asociados:

- Establecer gobernanza y políticas sobre quién, cómo y para qué se crean y usan los agentes de IA.
- Crear un inventario centralizado de los agentes, con herramientas de gestión de confianza, riesgo y seguridad de la IA (AI TRISM).
- Definir claramente la identidad, los permisos y el

modelo del ciclo de vida de los agentes.

- Desarrollar la gobernanza de la información que utiliza la IA.
- Monitorizar y corregir a los agentes para detectar anomalías y garantizar que se cumplen las políticas establecidas.
- Fomentar una cultura de responsabilidad sobre el uso de la IA.

MÁS INFO +

- » [Las organizaciones con iniciativas de IA exitosas invierten más en fundamentos de datos y análisis - Gartner](#)
- » [La IA obligará a transformar de las capacidades operativas - Gartner](#)
- » [Seis pasos para gestionar la proliferación de agentes de IA - Gartner](#)



COMPARTIR EN REDES SOCIALES





Google Cloud

**El 56% de las empresas
tiene sus datos atrapados en silos.
Sin datos unificados,
tu IA no es inteligencia — es ruido.**

En Lutech cerramos la brecha entre el dato fragmentado y la IA que tu negocio necesita.

DESCUBRE CÓMO



LUIS ALFARO, ASESOR DE TECNOLOGÍA Y CIBERSEGURIDAD EN PENTEО

“La inteligencia artificial avanza más rápido que el dato”

Iniciamos esta edición de los Encuentros ITDM Group, titulada [Modelos operativos y herramientas para una gestión del dato unificada, eficiente y segura](#), con una ponencia ofrecida por Luis Alfaro, asesor de Tecnología y Ciberseguridad en Penteo. En su intervención, el experto analiza en detalle la situación actual de los datos en las organizaciones españolas en los primeros meses de 2026. Además, comenta las tendencias de inversión en tecnología relacionada con el dato, los retos en materia de gobierno y calidad de la información y el impacto de la inteligencia artificial en la analítica avanzada y la toma de decisiones.

CRECIMIENTO E INVERSIÓN EN EL DATO

Luis Alfaro comienza señalando que, a finales de 2025, el dato y la



PONENCIA >> Luis Alfaro, de Penteo, analiza la situación del dato en la empresa española, destacando la necesidad de mejorar el gobierno y la calidad de la información frente al avance de la IA.

analítica ocupaban el tercer puesto en prioridades de inversión, solo superados por la inteligencia artificial y la ciberseguridad. En cuanto al presupuesto, se observa un incremento del 8% en el CAPEX respecto al año anterior. Sin embargo, advierte sobre un cambio de tendencia, ya que tras el auge de la digitalización por la pandemia y la migración al cloud, el ritmo de crecimiento se está relajando. Actualmente, las empresas españolas han entrado en una fase de búsqueda de optimización y eficiencia, exigiendo un retorno claro de sus inversiones ante lo que Alfaro define como una cierta fatiga en la transformación digital de las organizaciones.

EL ROL DEL CDO Y LA CULTURA DEL DATO

Respecto a las aplicaciones prácticas, las prioridades de las empresas se centran en el análisis del comportamiento del cliente, el forecasting de demanda y el control de costes internos. Para gestionar estos activos, la presencia de un responsable de datos (CDO) varía según el tamaño de la organización. Mientras que en empresas de más

de 3.000 usuarios dos tercios cuentan con esta figura, en las pequeñas apenas alcanza el 13%. Y Luis Alfaro destaca que en la administración pública solo el 20% dispone de un CDO. En cuanto a su función, estos responsables parecen priorizar la IA generativa por encima de la propia estrategia o gobierno del dato, un enfoque que, en su opinión, podría generar desequilibrios si no se acompaña de una sólida cultura del dato entre los empleados.

RETOS EN GOBIERNO Y CALIDAD

El panorama del gobierno del dato en España revela que aún queda mucho camino por recorrer. Un 62% de las organizaciones tiene el gobierno definido, pero no implementado, y apenas un 18% cuenta con un catálogo de datos completo. Alfaro subraya que estos procesos se perciben a menudo como burocracia costosa con resultados a largo plazo, lo que dificulta su adopción real. Y cree que esta falta de estructura se refleja en la calidad de la información, ya que más de la mitad de las empresas admite tener una calidad media o baja, y la mayoría confiesa no realizar auditorías de remediación. A

esto, se suma que la tendencia de migrar sistemas legacy sin verificar la corrección de la información está provocando un problema estructural que muchas compañías parecen ignorar.

ANALÍTICA AVANZADA E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Finalmente, Luis Alfaro explica que la analítica en España se debate entre lo descriptivo y lo predictivo, y opina que la inteligencia artificial no sustituirá a la analítica tradicional, tan necesaria para el reporting y la auditoría, sino que la impulsará hacia un modelo de analítica aumentada. Esta evolución facilitará que usuarios no expertos interactúen con la información mediante lenguaje natural, democratizando el acceso al dato en toda la organización. Y señala que el uso de arquitecturas modernas como Fabric o Mesh será clave para acelerar estas predicciones. Por otro lado, señala el gran reto para las empresas de que su interés en la tecnología no eclipse la necesidad de establecer políticas robustas, que hagan que el dato sea accesible, legal y útil para los objetivos del negocio. ■

“ LA IA NO SUSTITUIRÁ A LA ANALÍTICA, PERO SÍ LA IMPULSARÁ HACIA LO QUE SE HA DENOMINADO ANALÍTICA AVANZADA, O AUMENTADA ”

LUIS ALFARO,
asesor de Tecnología y
Ciberseguridad en **Penteo**

MÁS INFO +

- » [Ponencia de Luis Alfaro, Penteo](#)
- » [Encuentros ITDM Group: Modelos operativos y herramientas para una gestión del dato unificada, eficiente y segura](#)



COMPARTIR EN REDES SOCIALES



IA lista. IA en acción.

Despliega agentes inteligentes que piensan, deciden y ejecutan desde el primer momento.



Despliegue inmediato

Soluciones de IA agéntica listas para usar.



Automatización inteligente

Agentes que piensan, deciden y ejecutan.



Impacto real en negocio

Más eficiencia, mejores decisiones y resultados medibles.



Casos de uso

- ✓ Atención al cliente
- ✓ Análisis de datos
- ✓ Operaciones
- ✓ Finanzas
- ✓ Y mucho más

Descubre cómo →

ML/[CØDE].
AI STRATEGY & EXECUTION



Seguridad empresarial



Integración sencilla



Escalabilidad sin límites



Resultados desde el día 1

MODELOS OPERATIVOS Y HERRAMIENTAS PARA UNA GESTIÓN DEL DATO UNIFICADA, EFICIENTE Y SEGURA

La historia de la transformación digital es la historia de la evolución de los datos en el entorno corporativo. Como elemento central de los desarrollos tecnológicos, clave en el despliegue de la inteligencia artificial, el área de data intenta afianzar el gobierno y la calidad. A los desafíos previos se suma la llegada de la IA agéntica, capaz de poner a prueba las estrategias data... Y de mejorarlas.



ENCUENTRO COMUNIDAD IT >> Hemos hablado del trabajo con los datos con líderes de tecnología, datos y analítica de **Acciona, Caixabank Payments & Consumer, Cajasieta, Codere, Embou, Exera Energía e Ilunion Hotels**, en una mesa redonda que ha contado también con representantes de **Lutech, ML Code y SonicWall**.

“ ANTES DE PENSAR EN EL FUTURO DE LA IA, ESTÁ LA ESTRATEGIA DE LA EMPRESA. A PARTIR DE AHÍ, ¿QUÉ HERRAMIENTAS PUEDEN AYUDARNOS? ”

RAFAEL SOCORRO

head of Data & Analytics,
Acciona

El concepto data-driven lleva más de un par de décadas entre nosotros, pero no empezó a sonar con verdadera fuerza hasta la década pasada. Y, todavía, solo vinculado a las empresas más innovadoras, las que eran nativas digitales o tenían la tecnología en el centro de su modelo de negocio. De entonces a esta parte, el panorama corporativo ha dado un salto gigantesco hacia la digitalización. Un proceso que tiene los datos en su misma esencia. Y ser data-driven, o como mínimo digital, ha pasado a ser relevante para un creciente número de empresas.



Clica en la imagen para ver la galería completa

Ha pasado a ser, casi, una cuestión de estado. Al menos, una cuestión relevante para lograr los objetivos de la Década Digital 2030 de la Unión Europea, teniendo en cuenta que la intención es que, como mínimo, el 75% de las empresas realice analítica de datos, tenga servicios cloud o utilice la IA.

“ A VECES SE QUIERE PONER INTELIGENCIA ARTIFICIAL CUANDO NO LA HAY NATURAL, LO QUE PROVOCA UNAS EXPECTATIVAS QUE NO SE PUEDEN CUMPLIR ”

ÍÑIGO DE JAIME

responsable GICD, **Caixabank Payments & Consumer**

No se trata de que las compañías cambien su esencia porque lo pide la UE; se trata de que se consideren elementos centrales para que el viejo continente mantenga cierto grado de competitividad.

Pero, ¿cuál es impacto real de los datos en las empresas españolas, cuál el grado de evolución y adopción de la cultura data-driven? Hemos hablado de todo ello con líderes de tecnología, datos y analítica de **Acciona, Caixabank Payments & Consumer, Cajasiete, Codere, Embou, Exera Energía e Ilunion Hotels**, en una mesa redonda que ha conta-



Clica en la imagen para ver la galería completa

do también con representantes de **Lutech, ML Code y SonicWall**.

EN BUSCA DE LA CULTURA DEL DATO

La digitalización acelerada que trajo consigo la pandemia puso un peso extra sobre los equipos de tecnología, no solo por las necesidades

“ PUEDES HACER PEQUEÑOS PILOTOS DE IA, PERO SI LOS DATOS NO ESTÁN GOBERNADOS CON LA CALIDAD SUFICIENTE, AL PONER EN PRODUCCIÓN ESOS PILOTOS FRACASARÁN ”

JAIME PÉREZ

Chief Data Officer, **Cajasiete**



puntuales para adaptarse al trabajo remoto, sino porque redujeron a pocos meses una transformación que probablemente habría necesitado años. Desde el 2020, ha habido una impresionante evolución tecnológica; pero incluso con la tecnología “de entonces” la digitalización era posible. Lo que no es tan sencillo es el cambio humano.

Todavía hoy la transformación cultural sigue siendo la principal piedra de toque de la evolución corporativa basada en datos. Replantear el gobierno de los datos... O, mejor dicho,

establecer un gobierno de los datos exige replantear (ahora sí) los procesos de trabajo corporativos y los hábitos de todos los empleados, desde la alta dirección hasta los becarios. No se trata, además, de un cambio pequeño ni de un cambio único, sino que viene acompañado de múltiples elementos, como el doble factor de autenticación o el uso de la nube.

Iñigo de Jaime, responsable de Gobierno de la Información y Calidad del Dato en Caixabank Payments & Consumer, destaca que “el reto más importante para transfor-

“ NOS APOYAMOS EN NEGOCIO PARA QUE PUEDA ACOMPAÑARNOS EN LA CALIDAD DEL DATO, AYUDÁNDONOS A DEFINIR LOS CONTROLES DE ESA CALIDAD ”

JENIFFER CHÁVEZ

data manager, **Codere**

mar una compañía en data-driven es que la principal estrategia en la toma de las decisiones se base en los datos. Si en el momento en que llega la IA todavía no tenemos los datos bien gobernados, ¿en qué se va a basar la IA? La llegada de la inteligencia artificial puede tener el efecto positivo de que se invierta para que el dato esté bien para que sus usos sean buenos. Hay que poner el dato en el centro porque sin él no hay ni IA, ni tecnología, ni decisiones estratégicas. El problema del dato no es tanto técnico como



de conocimiento funcional. Hay que identificar a las personas con conocimiento de la organización para ponerle el cascabel al dato”.

Rafael Socorro, head of Data & Advanced Analytics en Acciona, explica que, en su caso, son “una empresa multinacional, convivimos con diferentes sistemas, diferentes legisla-

“ NUESTRO SIGUIENTE RETO ES DEMOCRATIZAR EL USO DE LOS DATOS, HACIENDO LLEGAR HERRAMIENTAS DE EXPLOTACIÓN DE LOS DATOS A LOS CLIENTES ”

ALEJANDRO VELILLA,
CTO, **Embou**

ciones y clientes. Un primer reto es unificar a nivel conceptual nuestros modelos de datos. Estamos en una etapa de construcción de este tipo de dominios y, en paralelo, implementado el gobierno del dato, identificando data owners, procesos, etc., para acompañar el crecimiento de la empresa. Hemos trabajado muchísimo en asegurar la calidad del dato para hacer el mapeo de los procesos de la organización, entender quiénes interactúan y qué datos se manejan. Una labor de identificación para intentar dar al negocio



una visión de los datos no basada en sistemas. No somos un negocio digital, hay una parte importante en torno al dato que es cultural y el gobierno está directamente relacionado con este desafío”.

Por su parte, Jaime Pérez, Chief Data Officer de Cajasiete, señala que, “a corto plazo, hemos optado por go-

“ EL MAYOR RETO AL QUE NOS ENFRENTAMOS ES LOGRAR QUE TODA LA ORGANIZACIÓN, DE ALGUNA MANERA, REME EN LA MISMA DIRECCIÓN Y ESTÉ CONVENCIDA DEL PROYECTO ”

CARLOS OLMEDA
head of O&M Data Centers,
Exera Energía

bernar y centralizar el dato. Una vez esté gobernado, nuestra estrategia es empezar a descentralizarlo, buscando los early adopters o embajadores que ayuden a “vender” internamente el proyecto. Nos enfocamos, sobre todo, en la parte corporativa, mejorando la eficiencia y la disponibilidad de la información. Hemos optado por hacer un cambio gradual y dar soluciones muy tácticas, que tengan impacto en el negocio y ayuden a gestionar las expectativas. La parte de la plataforma de datos es fundamental de cara a poder escalar y gobernar



bien toda la estructura de datos, sobre todo con lo que estamos viendo a día de hoy con la IA. Por otro lado, en cualquier movimiento tecnológico tenemos que contar con la variable normativa. Nos apoyamos en los compañeros que tienen estas competencias, que ayudan a agilizar todo este proceso”.

EL MODELO DE GESTIÓN DEL DATO

Uno de los temas más interesantes que se pusieron sobre la mesa fue, precisamente, el modelo de gestión del dato con el que se está trabajando, distinguiendo entre centralizado, distribuido o híbrido. El consenso generalizado es no decidirse por un modelo específico que vaya a funcionar de forma constante a largo plazo, sino que depende en gran medida del momento en que se encuentre la organización en su evolución hacia los planteamientos data-driven.

Álvaro Avendaño, head of Data & Analytics en Ilunion Hotels, detalla que “un modelo centralizado con un gobierno muy concentrado puede venir bien para sentar unas bases y para generar un proyecto común del que partir. Pero es cierto que es un modelo que al final se tensiona, cuando se empieza a demandar más volumen de datos o más procesos, más cambios. Por contra, el modelo descentralizado reparte las funciones en diferentes áreas, pero puede generar silos. Está más cerca del negocio, pero también se corre el riesgo de tener varios flujos de trabajo que atacan el mismo problema. Nosotros estamos migrando hacia un modelo

“ ESTAMOS EN UN PROCESO DE REMODELACIÓN DE LA ARQUITECTURA DE DATOS PARA INCORPORAR CAPAS DE IA QUE NOS HAGAN MUCHO MÁS EFICIENTES Y EFECTIVOS ”

ÁLVARO AVENDAÑO

head of Data & Analytics,
Ilunion Hotels

más híbrido, intentando centralizar lo que consideramos que hay que centralizar, como la seguridad integrada en una arquitectura unificada que nos garantice tener una única fuente de la verdad, una semántica compartida. Y, por otra parte, descentralizar o federar otras funciones más relacionadas con la aportación de valor del dato y la activación de ese valor, más cerca de las funciones que se realizan desde las distintas áreas del negocio”.

Jeniffer Chávez, data manager de Codere, también señala que están



Clica en la imagen para ver la galería completa

“llevando todo nuestro planteamiento de datos a una nueva arquitectura centralizada con un modelo híbrido en el que el ownership está enfocado a los diferentes países o unidades de negocio. Venimos de silos de información y estamos evolucionando hacia un modelo híbrido, además de una evolución tecnológica. Tenemos una plataforma centralizada con la

arquitectura, la seguridad, las políticas de gobierno del dato y todo lo que consideramos que debemos centralizar. Pero el ownership lo hacemos descentralizado. Nos apoyamos en todos los países y en la gente local. Tenemos personas a las que llamamos link, vínculos, en cada país para que nos ayuden a llevar toda la estrategia de datos. La parte tecnológica sí es muy importante y costosa, pero lo más relevante es que esté alineada bastante bien con negocio, porque son el sponsor, el que le da sentido al dato”.

LA EXIGENCIA DE LOS AGENTES DE IA

Si los equipos de tecnología, de ciberseguridad y de datos manejaban ya entornos de alta complejidad, la llegada de la inteligencia artificial generativa supuso una nueva revolución interna. Muchas empresas llevaban años trabajando en desarrollos de Deep learning y Machine learning, pero la IA generativa trajo complejidades diferentes. Una de ellas, que por una vez era una tecnología que todo el mundo quería, hasta el punto de que el concepto Shadow IT dio paso en seguida a Shadow AI.

“ PARA LA IA, HACEN FALTA PERSONAS CON FANTASÍA, QUE PIENSEN FUERA DE LOS ESQUEMAS; PARA DATA, PERSONAS QUE ASEGUEN LA CALIDAD Y LA SEGURIDAD ”

PAOLO MIOLI
CEO, Lutech

La inteligencia artificial generativa ya removi6 las aguas corporativas, pero los agentes de IA suponen una escalada que exige una revisi6n de todo el trabajo realizado con los datos. Si un asistente basado en IA no te da una respuesta del todo cierta, el da1o es relativo. Pero un agente al que se le da la capacidad de realizar una tarea de forma completamente aut6noma no puede tener esa ineficacia. As6 que antes que nada hay que preguntarse si nuestros datos est6n preparados para la IA ag6ntica.

Severino Gala, vicepresidente de ventas de ML Code, recuerda que “la



compa1a naci6 inicialmente con el objetivo de gestionar las iteraciones que se hacen con el dato pasado por la IA, con el foco puesto en la prevenci6n y el tratamiento de la informaci6n personal. Esto es, el gobierno y control de la IA. A partir de ah6, montamos una plataforma de desarrollo ag6ntico, dise1ada

RESPONDIENDO A LOS RETOS DEL SECTOR

PAOLO MIOLI, LUTECH

“Ayudamos a estructurar los datos de una forma l6gica, con los metadatos necesarios, que puedan ser utilizados por la inteligencia artificial”



Paolo Mioli, CEO de Lutech, explica que la compa1a cuenta con tres a1os de presencia en Espa1a, enfocando su actividad en los 6mbitos de SAP e inteligencia artificial. Su objetivo principal es ayudar a las organizaciones a estructurar y catalogar la gran cantidad de datos generados para que la tecnolog6a pueda “producir un resultado positivo”. Seg6n se1ala, el modelo tradicional de centralizaci6n presentaba fallos operativos, provocando la “descentralizaci6n de la responsabilidad y del valor del dato”.

Para solucionar esto, la firma propone organizar la informaci6n

de forma l6gica mediante metadatos, tratando “el dato como un verdadero producto”, que sea accesible y 6til para diferentes departamentos, como marketing o contabilidad, que a menudo tienen visiones distintas de un mismo concepto. El enfoque actual se desplaza de la cantidad a la calidad y la seguridad. En este sentido, Mioli subraya que “el dato es un activo, un producto que tiene la empresa” con un valor estrat6gico esencial, ya que “en funci6n del dato se toman decisiones estrat6gicas” fundamentales para el negocio.

“ CON PERSONAS Y MÁQUINAS HABLANDO UN LENGUAJE COMÚN, UN LENGUAJE NATURAL, SE ELIMINAN MUCHAS BARRERAS: LAS POSIBILIDADES QUE ABRE LA IA SON INFINITAS ”

SEVERINO GALA

vicepresidente de ventas,
ML Code

con un punto de vista absolutamente abierto y desde la perspectiva de los microservicios para que los clientes elijan las capacidades que necesitan. Ofrecemos un alto nivel de atomicidad en la construcción de las piezas, con elementos con un recorrido breve antes de la siguiente evolución. Un planteamiento mucho más dinámico”.

FLEXIBILIDAD Y CIBERSEGURIDAD

Para Carlos Olmeda, head of O&M Data Centers en Exera Energía, “como organizaciones, tenemos



Clica en la imagen para ver la galería completa

que movernos hacia un modelo con mayor peso preventivo y predictivo. Y, por otro lado, hacia organizaciones mucho más flexibles. Estamos en un ámbito tecnológico, en el que la tecnología habitualmente avanza mucho más rápido de lo que creemos y de lo que somos capaces de asumir o asimilar. Desde arriba

RESPONDIENDO A LOS RETOS DEL SECTOR

SEVERINO GALA, ML CODE

“Dotamos nuestra plataforma de capacidades adicionales para que se pueda desplegar e incorporar la IA en los procesos previos de la compañía”



Para Severino Gala, vicepresidente de ventas de ML Code, se observa un “momento efervescente” en el ámbito empresarial actual, donde las organizaciones buscan aprovechar la inteligencia artificial para “poner el dato en valor”. Esta tendencia afecta a todo el espectro corporativo: mientras las grandes empresas con carga administrativa han avanzado primero, la IA también está “calando en las empresas medianas y empresas pequeñas” al identificar sus posibilidades de futuro.

La estrategia de ML Code se centra en “dotar a nuestra plataforma de esas capacidades adicionales” para que las compañías puedan aprovechar las ventajas de la inteligencia artificial incorporándola a sus propios procesos. En la etapa actual, el objetivo principal es la creación de “casos de uso que generen la confianza dentro de las propias compañías”. Estos casos actúan como un “catalizador y revulsivo” esencial para fomentar el despliegue continuo de la tecnología y ganar la seguridad necesaria para su adopción integral.

“ LOS MALOS USAN LA IA PARA COSAS MUY PROSAICAS: LOCALIZAR VULNERABILIDADES O AUTOMATIZAR ATAQUES, PERO SOBRE TODO PARA HACER PHISHING CONVINCENTE ”

SERGIO MARTÍNEZ
country manager, **SonicWall**



Clica en la imagen para ver la galería completa

hasta abajo, en cascada, hay que impulsar organizaciones flexibles, porque de lo contrario no te vas a poder adaptar a la actualidad. La IA hay que verla como una herramienta. El dato, además analizado a través de la inteligencia artificial, puede mostrar tendencias y ayudar a la toma de decisiones basadas en

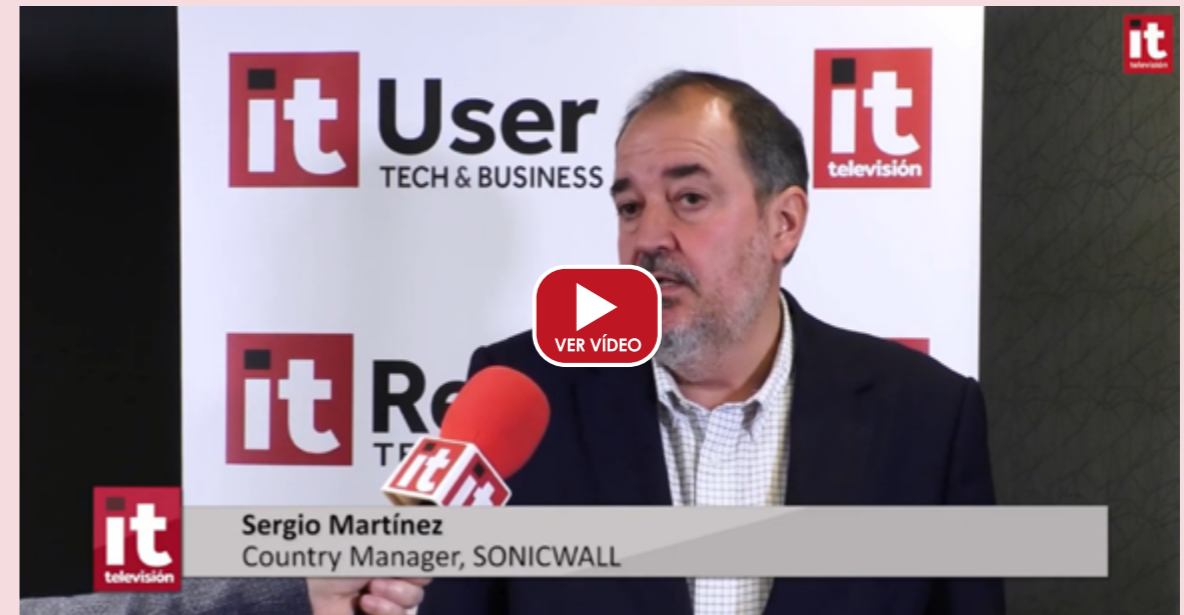
esas tendencias que nosotros, como seres humanos, no somos capaces de ver o de anticipar. Y, por tanto, ese tipo de decisiones van a estar mejor informadas y por tanto serán de mayor calidad y más acertadas”.

Paolo Mioli, CEO de Lutech, coincide en que “una de las palabras del día es la flexibilidad. Tenemos que adaptarnos a la realidad, a la normativa. Por un lado, debemos ser flexibles para adaptarnos al entorno, a la tecnología. Y, por otro, hay que saber aprovechar las oportunidades que nos brinda la tecnología. En

RESPONDIENDO A LOS RETOS DEL SECTOR

SERGIO MARTÍNEZ, SONICWALL

“Estamos entrando en un nuevo entorno en el que el despliegue de estrategias Zero Trust es imprescindible en todas las organizaciones”



Sergio Martínez, country manager de SonicWall, recuerda el informe de amenazas de la compañía, según el cual las tendencias actuales en ciberseguridad suponen un “retorno a los basics”, ya que no se observan grandes sorpresas respecto a años anteriores. El principal problema detectado es que “el robo de identidades constituye el 85% del origen de la mayor parte de las brechas”, sumado a que aproximadamente el 75% de estos incidentes proviene de un “deficiente acceso remoto a los sistemas y a los datos”. Ante este escenario, Martínez señala

que es imperativo el despliegue de estrategias de Zero Trust, “es decir, de máxima desconfianza y mínimo privilegio”, junto con la modernización del acceso remoto. El experto advierte además que los atacantes suelen pasar “180 días durmiendo en la organización esperando su momento”, dejando pistas que a menudo se ignoran, pues “el 44% de las alertas no se analizan”. Por ello, la solución que propone radica en monitorizar y contar con “servicios de seguridad, servicios de SOC, para saber qué es lo que ocurre y poder detectar y responder a tiempo”.

nuestro caso, estamos utilizando la IA para completar y mejorar la calidad del dato. Creo que todas las organizaciones, todas, aunque vengamos de sectores distintos, tenemos problemas similares para lograr que la organización se haga responsable del dato, de su calidad; y, al mismo tiempo, que sea capaz de adaptarse a los cambios”.

Todos ellos son elementos compartidos, en mayor o menor medida, por todas las empresas. Aunque, como es habitual, las peculiaridades de cada compañía son las que marcan sus propios desafíos. Alejandro Vellilla, CTO de Embou, explica que para ellos “el mayor reto ha sido el crecimiento constante. Cada año nos ha llegado una nueva empresa con un partner distinto, un entorno diferente, otra directiva. No se trata solo de la aparición de shadow IT o silos de información, sino de nuevas empresas con su propio legacy. Por supuesto, nuevas empresas que hay que abrazar e integrar de la mejor manera posible... Y en el menor tiempo posible. Tenemos iniciativas transformadoras; por ejemplo, cada área tiene personas clave que están impulsando la inteligencia artificial. También hay otras medi-

das transversales. Por ejemplo, por ciberseguridad, las VPN con SSL se han quedado obsoletas, están descartadas en la política empresarial”.

La ciberseguridad de esta digitalización acelerada es sin duda el común denominador para diferentes tipos de empresa. Sergio Martínez, country manager de SonicWall, explica que “el cibercrimen está utilizando cada vez más lo de siempre. El 85% de todos los incidentes y las brechas de seguridad parten de un compromiso de identidad. Más allá de la protección del dato está quién accede al dato, que es uno de los temas clave. La identidad es la clave

para garantizar que quien accede a los datos es quien tiene que acceder. En la pandemia explotó el acceso remoto a través de VPN, sobre todo con protocolos tipo SSL, con un diseño vulnerable. El 70% de los incidentes de ciberseguridad ahora mismo están vinculados al acceso a través de una VPN insegura. Si no haces un profiling de los usuarios y metes una capa de tecnología para identificarlos bien, corres un gran riesgo. El camino pasa por desplegar los múltiples factores de identificación, hacer un profiling de usuarios y luego monitorizar y saber qué es lo que pasa en las redes corporativas”.

La ciberseguridad, la protección y la privacidad de los datos son el telón de fondo de las estrategias data-driven. Los datos, por supuesto, son la materia prima que alimenta la digitalización y el elemento sin el que todo lo demás pierde el sentido. Un “todo lo demás” que incluye ese otro factor que puede transformar radicalmente las compañías: la inteligencia artificial. Más vale hacer bien los deberes del dato para que la IA tenga sentido. Como se dijo en la mesa, si la alimentas con basura, lo que sale es basura. ■



MÁS INFO +

- » [Encuentros ITDM Group: Modelos operativos y herramientas para una gestión del dato unificada, eficiente y segura](#)
- » [Entrevista Jaime Pérez, CDO de Cajasiete](#)






COMPARTIR EN REDES SOCIALES



SONICWALL®

Nunca solo.
Seguridad
inquebrantable.

Soluciones de
ciberseguridad para

-  Red
-  Nube
-  Endpoint
-  Servicios XDR
gestionados



Descubra cómo impulsar sus ingresos: visite [SonicWall.com](https://www.SonicWall.com) o escribanos a spain@sonicwall.com.

JAIME PÉREZ, CHIEF DATA OFFICER DE CAJASIETE

“Queremos migrar la plataforma hacia un modelo federado que permita el autoconsumo de datos”

Cerramos los [Encuentros ITDM Group: Modelos operativos y herramientas para una gestión del dato unificada, eficiente y segura](#) con una entrevista a Jaime Pérez, Chief Data Officer de Cajasiete. Nos explica cómo la entidad financiera canaria ha transformado su arquitectura informacional, pasando de silos aislados a una arquitectura centralizada que continúa evolucionando hacia un modelo federado. Además, identifica los principales retos relacionados con la calidad del dato, la gobernanza necesaria para implementar la IA y señala cómo las normativas europeas actúan como guías estratégicas para el negocio en la industria financiera.

ESTRATEGIA DE MADUREZ Y CENTRALIZACIÓN

Jaime Pérez explica que el punto de partida en Cajasiete fue un



ENTREVISTA >> Jaime Pérez, CDO de Cajasiete, analiza la evolución de la estrategia del dato en la entidad, destacando la transición hacia modelos federados, la calidad de la información y el impacto de la inteligencia artificial.

análisis profundo de madurez que reveló niveles muy heterogéneos, según el área o unidad de la entidad. Aunque existía un alto grado de autoconsumo de información, este carecía de una estrategia de gobierno normalizada y segura. Para solventar inconsistencias y ganar la confianza de los usuarios, la organización optó por una fase inicial de centralización del dato. Este proceso, explica, ha sido un reto técnico y cultural, orientado siempre a aportar valor real al negocio y mejorar el servicio al cliente. Tras estos primeros años de recorrido, el objetivo actual de la compañía es evolucionar hacia un modelo federado que fomente la autonomía de las áreas con capacidades analíticas, especialmente dentro de la particular estructura del Grupo Caja Rural, donde diversas cooperativas independientes comparten sistemas y tecnología.

RESPONSABILIDAD Y CALIDAD DEL DATO

Respecto a la calidad de la información, Jaime Pérez sostiene que la mayor responsabilidad recae en el usuario inicial y en el diseño de los sistemas de origen para evi-

tar errores de entrada. Y comenta cómo identificar deficiencias en las etapas finales del ciclo de vida del dato resulta extremadamente costoso y genera impactos no deseados en la toma de decisiones. Por ello, en Cajasierte la estrategia se centra en automatizar la gobernanza y la auditoría desde las fases más tempranas, mediante plataformas especializadas. Aunque advierte que la perfección en la calidad es inalcanzable, opina que el auge de la inteligencia artificial ha convertido este factor en algo crítico, bajo la premisa de que datos de mala calidad solo producirán resultados erróneos.

GESTIÓN DE EXPECTATIVAS EN INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Al abordar proyectos de inteligencia artificial, Jaime Pérez identifica la gestión de las expectativas como el principal desafío, incluso por encima de las limitaciones técnicas. Aunque crear pilotos o pruebas de concepto es hoy más accesible y democratizado, escalar estos modelos en una corporación altamente regulada es complejo, y sin una base de datos bien gobernada y auditada, el paso a producción

de la IA puede derivar en fracasos significativos. Por ello, defiende un enfoque de “vísteme despacio que tengo prisa”, señalando que la rapidez tecnológica no debe eclipsar la necesaria madurez cultural de la organización.

SEGURIDAD Y REGULACIÓN COMO GUÍA ESTRATÉGICA

La seguridad del dato en Cajasierte se gestiona como un objetivo estratégico de toda la entidad y no solo como una decisión técnica de arquitectura. Jaime Pérez valora normativas como la AI Act o DORA no como impedimentos al negocio, sino como metodologías que proporcionan una guía clara para escalar y gobernar la tecnología de forma adecuada. En cuanto a la inversión tecnológica, destaca que cada iniciativa debe presentarse como un plan de negocio particular con métricas de retorno claras. Además, destaca que utilizar un lenguaje orientado a la eficiencia y productividad, en lugar de términos puramente técnicos, ha sido fundamental para obtener el respaldo de la alta dirección en la actualización de sus plataformas de información. ■

“CENTRALIZAMOS EL DATO PARA DARLE NORMALIZACIÓN, GOBIERNO Y CALIDAD, Y SOBRE TODO PARA QUE LOS USUARIOS TENGAN CONFIANZA EN EL MISMO”

JAIME PÉREZ,
Chief Data Officer de **Cajasierte**

MÁS INFO +

- » [Entrevista a Jaime Pérez, Cajasierte](#)
- » [Encuentros ITDM Group: Modelos operativos y herramientas para una gestión del dato unificada, eficiente y segura](#)



COMPARTIR EN REDES SOCIALES



MODELOS OPERATIVOS Y HERRAMIENTAS PARA UNA GESTIÓN DEL DATO UNIFICADA, EFICIENTE Y SEGURA

¡VER AHORA!

