

Noviembre 2025

UNIVERSO PENTEO

DATA & AI

2025

PENTEO
www.penteo.com

Índice de contenidos

1	Universo Penteo	3
2	En 1 minuto	5
3	Alcance del Universo	7
4	Mapa del Universo	9
5	Vendor Profile	19

1. Universo Penteo

Penteo es el **analista TI independiente** que **lidera la mayor Comunidad de Conocimiento de España**, y ofrece un servicio especialmente diseñado para Directivos con influencia o responsabilidad en las decisiones TI-Negocio, ayudándoles a garantizar el acierto de sus decisiones, compartiendo conocimiento, asesorándoles y facilitándoles hacer networking.

Para **proveedores tecnología** (integradores), **Penteo aporta información del mercado sobre tendencias y posicionamiento**, y proporciona apoyo experto con el que maximizar el éxito en sus estrategias.

Desde hace más de 30 años damos **servicio a más de 300 compañías** e instituciones de primer nivel del mercado español. Un servicio con el que minimizar riesgo, tiempo y coste, y extraer de las TI y las Tecnologías Digitales el máximo valor para el negocio.



En el **Universo Penteo** se posicionan a los principales actores en España de un servicio TI, previa evaluación independiente de Penteo en **4 dimensiones**: Capacidades, Prestaciones, Proyección y Calidad percibida. Este análisis es un referente que tiene amplia difusión y llega prácticamente a la totalidad de la comunidad TI en España.

Este informe no es publicable ni distribuible. La información que contiene este informe se ha obtenido de fuentes consideradas fiables. Penteo no se responsabiliza de posibles errores, omisiones o inexactitudes que pueda contener este informe, así como del uso que pueda hacerse de las recomendaciones u opiniones que contiene.



2. En 1 minuto

- En 2025, **el dato y la inteligencia artificial se afianzan como los dos grandes ejes de la competitividad empresarial**, impulsando un salto cualitativo en la capacidad de analizar, decidir y anticipar. La IA deja de ser un experimento para convertirse en un componente estructural de negocio y estrategia.
- La **IA generativa** ha acelerado el ritmo de adopción como ningún otro avance tecnológico en décadas. Su madurez ha obligado a las compañías a revisar sus estrategias de datos, su gobierno y su infraestructura, pasando del entusiasmo inicial a la gestión responsable y sostenible de modelos productivos.
- Las **inversiones en Data & AI se estabilizan**, pero se vuelven más exigentes: los presupuestos crecen de forma selectiva, priorizando proyectos con retorno claro, escalables y medibles. El foco se desplaza desde la innovación exploratoria hacia la eficiencia y la captura real de valor económico.
- Las organizaciones más avanzadas están transitando de **pilotos tácticos a soluciones industrializadas**, aplicando prácticas de MLOps, linaje de datos y control de calidad. El dato deja de ser un subproducto técnico para convertirse en un activo gestionado con la misma disciplina que un producto o un proceso operativo.



- Aun así, **la madurez del mercado español sigue siendo desigual**. Grandes corporaciones de banca, telecomunicaciones o industria muestran estrategias de dato consolidadas, mientras que pymes y sectores tradicionales avanzan de forma más reactiva, apoyándose en partners y soluciones empaquetadas.
- **La demanda empresarial se vuelve más pragmática**. Los casos de uso que concentran inversión son aquellos que impactan directamente en ingresos, fidelización de clientes o reducción de costes, y la prioridad ya no es “tener IA”, sino demostrar resultados tangibles en menos tiempo.
- En términos tecnológicos, se consolida un **modelo híbrido y multicloud**, con predominio de ecosistemas Microsoft, AWS y Google, pero con un crecimiento notable del open source y de plataformas especializadas. Las compañías buscan equilibrio entre control, flexibilidad y soberanía de los datos.

- La **escasez y reconfiguración del talento** se consolidan como el gran cuello de botella del mercado. Los perfiles híbridos —capaces de traducir necesidades de negocio en productos de datos— son los más demandados, y las empresas que invierten en desarrollo interno y comunidades de práctica avanzan más rápido.
- La **gobernanza, la ética y la sostenibilidad** del dato dejan de ser un apéndice para convertirse en el centro de la estrategia. La trazabilidad, el uso responsable de la IA y la eficiencia energética en el entrenamiento de modelos se integran en la toma de decisiones y la comunicación corporativa.
- El **marco regulatorio europeo** —liderado por el Data Act y el AI Act— redefine las reglas del juego, imponiendo nuevas obligaciones de transparencia, interoperabilidad y portabilidad de datos. Lejos de frenar la innovación, estas normas impulsan un entorno de confianza y competitividad responsable.
- El mercado entra en una fase de **madurez operativa y consolidación empresarial**. Las compañías que logren alinear estrategia, datos y organización bajo un modelo de gobierno sólido y medible serán las que escalen primero y capturen la mayor cuota de valor en el nuevo ciclo tecnológico.

En definitiva, **el éxito en la era del dato y la IA no dependerá de la velocidad de adopción, sino de la capacidad de industrializar, medir y sostener el valor** generado a lo largo del tiempo. La ventaja competitiva nacerá de convertir información en decisiones, y decisiones en impacto económico real.



3. Alcance del Universo



Introducción

En **Penteco** desarrollamos este **Universo de Proveedores de Data & AI** con el objetivo de **posicionar y analizar comparativamente a los principales integradores del mercado**, evaluando su madurez, especialización y propuesta de valor en torno al dato y la inteligencia artificial. Este trabajo permite entender **cómo evolucionan sus capacidades, prestaciones, proyección y calidad percibida**, así como identificar las tendencias que están definiendo el nuevo equilibrio competitivo en un entorno donde la IA —en todas sus formas— se ha convertido en una pieza central de la transformación digital:

1. Un ecosistema maduro y en expansión

El universo de integradores de Data & AI ha evolucionado desde la experimentación hacia la consolidación. Hoy, **las compañías proveedoras ofrecen portafolios cada vez más completos**, que combinan consultoría estratégica, ingeniería de datos, desarrollo de modelos de inteligencia artificial (IA) y capacidades de integración con las principales plataformas cloud. La IA se ha convertido en una **palanca estructural para las empresas** que buscan eficiencia, ventaja competitiva y transformación del negocio, mientras que los datos siguen siendo el cimiento imprescindible para su éxito. **Penteco** define a los Integradores de Data & AI como aquellos que ofrecen una aproximación integral y multidisciplinar, capaz de abordar el ciclo completo del dato y la inteligencia artificial: desde la estrategia y la arquitectura, hasta la explotación avanzada y la innovación aplicada.

2. Capacidades clave del integrador moderno

Los integradores actuales combinan capacidades técnicas, metodológicas y organizativas en torno a **seis grandes ejes**:

- **Consultoría e implementación:** Definición de estrategias Data & AI, diseño de arquitecturas, implementación de soluciones y acompañamiento en la gestión del cambio.
- **Data-driven focus:** Gobernanza, modelado, calidad y visualización de datos como base del conocimiento y la toma de decisiones.
- **Inteligencia Artificial:** Desarrollo, despliegue y mantenimiento de modelos de machine learning y deep learning, así como de casos de uso aplicados en negocio.
- **Plataformas y alianzas:** Integración de plataformas propias y de terceros, alineadas con los principales hyperscalers y proveedores de tecnología.
- **Centros de Excelencia y activos Data & AI:** Creación de equipos especializados y frameworks reutilizables que aceleran los proyectos y la innovación.
- **Adopción organizativa:** Cultura del dato, formación y ética aplicada como factores críticos de sostenibilidad.

3. De la IA generativa a la IA agéntica

La irrupción de la IA generativa ha transformado la forma en que las empresas abordan sus proyectos de inteligencia artificial. **Ya no se trata solo de analizar o predecir, sino de crear, sintetizar y automatizar conocimiento y contenido.** Durante 2024 y 2025, el foco ha evolucionado hacia la IA agéntica, donde los **sistemas actúan con mayor autonomía y capacidad de razonamiento**, combinando datos, contexto y objetivos de negocio para ejecutar tareas de forma proactiva. Los integradores más avanzados están ya incorporando estas capacidades en soluciones de automatización inteligente, copilotos sectoriales y agentes especializados.

4. La base sigue siendo el dato

A pesar del protagonismo de la IA, **el éxito de cualquier proyecto depende de la madurez del ecosistema de datos.** Las empresas con mejores resultados son aquellas que han invertido en gobierno del dato, calidad, interoperabilidad y seguridad, y que han conseguido que sus modelos de datos estén integrados con las operaciones del negocio. Sin esta base sólida, la IA se convierte en un ejercicio teórico. Por ello, los integradores con visión estratégica enfatizan la **alineación entre Data y AI**, garantizando la trazabilidad y el valor real de la información en cada decisión automatizada o asistida.

5. Ética, regulación y responsabilidad

El despliegue masivo de la IA ha traído consigo **nuevos retos éticos y regulatorios.** La llegada del AI Act europeo y las exigencias de transparencia, explicabilidad y control de sesgos han situado la ética como un pilar estratégico. Los integradores desempeñan un papel esencial en trasladar estos principios a las organizaciones, asegurando que la innovación se produzca con **responsabilidad, seguridad y respeto a la privacidad.**

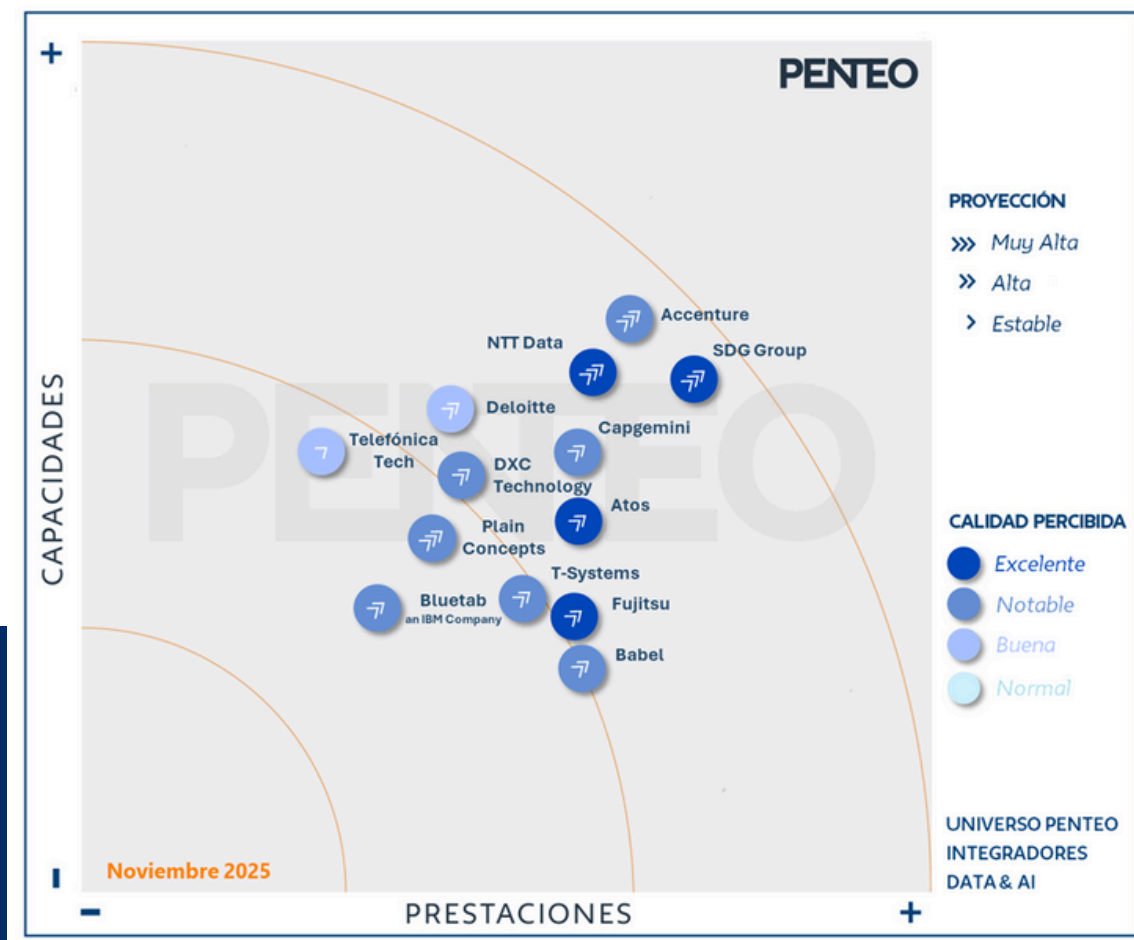
6. Un mercado diverso, traccionado por la gran empresa

Este universo de proveedores **opera** principalmente en el **segmento corporativo y gran empresa**, donde existe mayor madurez tecnológica, inversión y orientación a la innovación. Sin embargo, se observa un crecimiento sostenido en empresas medianas, que comienzan a incorporar IA en procesos concretos —automatización documental, predicción de demanda, asistentes internos— apoyándose en soluciones más modulares y asequibles. La **democratización del dato y la disponibilidad de modelos fundacionales** están ampliando el espectro de adopción, marcando una nueva fase de industrialización de la IA.

7. Innovación continua y visión de futuro

El **mercado de Data & AI evoluciona hacia un modelo de co-innovación continua entre integradores, clientes y fabricantes.** Las compañías más avanzadas impulsan ecosistemas colaborativos donde el dato fluye, los modelos se refinan y la IA se integra de manera orgánica en las operaciones. En este contexto, los integradores de Data & AI no son meros ejecutores tecnológicos, sino socios estratégicos de transformación, responsables de convertir la inteligencia artificial en una capacidad estructural y diferencial para sus clientes.

4. Mapa del universo



Lectura del cuadrante

El análisis del cuadrante refleja un **mercado en clara madurez**, donde la mayoría de los integradores consolida ya **capacidades técnicas sólidas y una oferta de servicios amplia**. Se observa una **convergencia progresiva entre capacidades y prestaciones**, fruto de la profesionalización de los equipos, la adopción de metodologías estructuradas y la expansión de alianzas tecnológicas con los principales fabricantes del sector.

En el eje de **capacidades**, destaca la creciente inversión en **estructuras especializadas en datos, inteligencia artificial y analítica avanzada**, así como la incorporación de prácticas de gobierno, ingeniería del dato y MLOps. Los proveedores más avanzados combinan una sólida base técnica con una **estrategia comercial clara y transversal**, orientada tanto al entorno corporativo como a nuevos segmentos del mid-market.

En el eje de **prestaciones**, se aprecia una **ampliación general del portafolio**, que ya no se limita a la analítica o los proyectos de BI, sino que integra **servicios de transformación del dato, automatización, IA generativa y aceleradores sectoriales**. Los casos de uso se han diversificado y las referencias públicas comienzan a cubrir una mayor variedad de sectores, evidenciando **la madurez y escalabilidad de los modelos de entrega**.

Respecto a la **calidad percibida**, el conjunto del mercado mantiene un nivel **alto o notable**, con mejoras visibles en la **flexibilidad, cumplimiento de plazos y valor aportado**. Los clientes reconocen una evolución hacia modelos más colaborativos y resultados más tangibles, aunque persisten diferencias entre los proveedores más industrializados y aquellos con estructuras aún dependientes del talento individual.

Finalmente, en **proyección**, el cuadrante evidencia una **tendencia general de crecimiento sostenido**, con varios actores mostrando una evolución muy positiva en innovación, adopción de IA generativa y posicionamiento de mercado. El dinamismo del ecosistema sugiere que la competencia se intensificará en los próximos años, especialmente en torno a la **capacidad de convertir la IA en valor de negocio medible**.

4.1 Dimensiones evaluadas



Las **CAPACIDADES** evalúan el volumen de negocio en la línea de servicio, las alianzas y activos para proporcionar los servicios, la estructura y cualificación del equipo, y la aproximación al mercado que realiza.



Las **PRESTACIONES** evalúan la amplitud y cobertura del portafolio, el alcance de los servicios ofrecidos, las herramientas y metodologías utilizadas, casos de uso públicos, las referencias, su distribución por segmento y sector de actividad, así como el alcance y variedad de los proyectos en dichas referencias.



La **PROYECCIÓN** evalúa la trayectoria del proveedor en los últimos 3 años combinado con las innovaciones realizadas tanto a nivel de compañía como a nivel de la línea de servicios, y el roadmap previsto, y su reconocimiento y tracción como proveedor de servicios cloud.



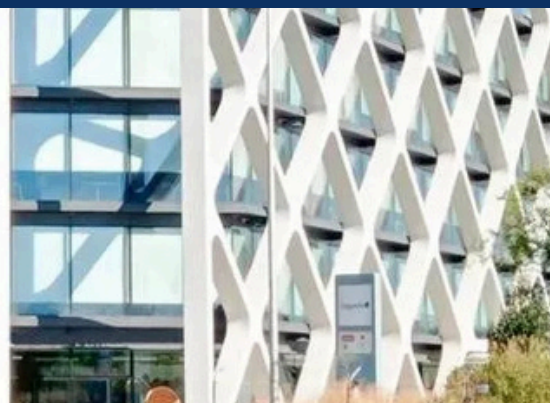
La **CALIDAD PERCIBIDA** evalúa la satisfacción de sus clientes en el proceso comercial, en el delivery del servicio, en la flexibilidad y desviación de precios y tiempos, así como la relación valor precio. También en la incorporación de innovación en los servicios que permitan obtener un valor diferencial o eficiencia en la ejecución de los proyectos o servicios.

5.1 Capgemini

Company Profile



- **Fundación:** 1975
- **Inicio de operaciones en España:** 1975
- **Propiedad:** Capgemini, S.E. (86%), Sogeti, S.A.S. (14%)
- **Ingresos del último año fiscal:**
 - o España: N.D
 - o Global: 22.100 M €
- **Empleados:**
 - o España: 11.000 empleados
 - o Global: 350.000 empleados



OFICINAS



Madrid, Barcelona, Valencia, Murcia, Asturias (Langreo), Málaga, Sevilla, Cádiz, Valladolid, Zaragoza, León, Vigo, San Sebastián y Vitoria.



Más de 50 países con oficinas en todo el mundo.

- **Principales actividades de negocio:** Capgemini ofrece servicios integrales en transformación digital que abarcan consultoría estratégica, integración de sistemas, desarrollo de aplicaciones, modernización de entornos legacy, migración y gestión de infraestructuras cloud, servicios de operación gestionada (managed services), automatización y optimización operativa, ciberseguridad, experiencia digital de cliente (UX/CX) y, cada vez más, Data & AI. En el ámbito de la inteligencia artificial y los datos, sus iniciativas incluyen analítica avanzada, ciencia de datos, aprendizaje automático, inteligencia artificial aplicada, plataformas de datos, gobernanza del dato, big data y visión computacional, junto con metodologías y aceleradores para llevar los modelos a producción en entornos empresariales exigentes. Las soluciones de Agentes AI complementan la propuesta de valor de Capgemini hacia sus clientes dotándolas de una mayor eficiencia y autonomía en la toma de decisiones y permitiendo la interacción con diferentes sistemas, datos y aplicaciones.

o **Red de centros de excelencia y desarrollo de producto Data & AI:** Capgemini dispone de **múltiples centros de excelencia internos** dedicados a datos, IA, automatización inteligente y transformación digital. En España tiene hub(s) dedicados a analítica avanzada, inteligencia artificial e innovación tecnológica. A nivel global, tiene laboratorios de I+D, alianzas con universidades y participación en ecosistemas de innovación (por ejemplo, centros que trabajan con IA generativa, machine learning, automatización, etc.). Estos centros permiten desarrollar frameworks, aceleradores y modelos que luego se reutilizan en clientes, además de servir como motores de innovación y transferencia tecnológica. Algunos ejemplos de estos frameworks permiten:

- Acelerar la adopción del uso de la IA a nivel corporativo de una manera ágil y a escala.
- Dar soporte a las compañías en el despliegue de casos de uso a través de una amplia y completa Galería de Agentes AI organizadas en diferentes categorías de negocio.
- Crear arquitecturas y sistemas de AI / Generative AI / Agentic AI que incluye el registro, catálogo, descubrimiento, orquestación, despliegue, monitorización y operación de este tipo de soluciones en entornos reales, en algunas ocasiones con tecnologías diversas que deben ser gobernadas y orquestadas bajo una visión céntrica.
- Soluciones sectoriales específicas para diferentes ámbitos, por ejemplo en todo lo relativo a Industria Inteligente, Augmented Software Engineering o Testing .
- Facilitar la modernización de plataformas Data y el ciclo de vida del dato.

Service Profile

- **Inicio de prestación de servicios Data & AI en España:** 2.005
- **Plantilla dedicada a servicios Data & AI:**

- España: 504
- Mundo: 23.504

◦ **Servicios, soluciones y metodologías propias:**

- Capgemini ofrece un portfolio que integra servicios estratégicos de Data & AI (con la marca Capgemini invent) con capacidades técnicas acabadas. Esto incluye definición de estrategia del dato, consultoría en gobierno del dato y cumplimiento normativo (privacidad, ética, regulaciones europeas), construcción de plataformas de datos (data lakes, lakehouses, data warehouses modernos), implementación de pipelines de datos, integración de fuentes heterogéneas, despliegue y mantenimiento de modelos de machine learning y deep learning, visión computacional, soluciones NLP, analítica en tiempo real (streaming), automatización inteligente de procesos de negocio y creación de ecosistemas de agentes AI a nivel corporativo.
- Para soportar la operación industrial de estos servicios, dispone de metodologías internas de DataOps, MLOps y DevOps, así como de marcos de aceleradores tecnológicos propios –componentes modulares, librerías, plantillas, modelos adaptados– que reducen la complejidad y el tiempo de implementación.
- Capgemini también ha desarrollado adicionalmente herramientas de generación de insights visuales, dashboards, BI moderno, storytelling del dato, y soluciones sectoriales adaptadas (por ejemplo, para banca, telecomunicaciones, energía, salud), lo que permite combinar predicción con acción operativa. El business inteligente aumentado posibilita a usuarios de negocio la creación y acceso a insights en lenguaje natural, a través de la definición de diccionarios y capas de datos semánticas.

Segmentación de la cartera de clientes de servicios Data & AI:

- | | |
|----------------------------------------|-----|
| • Pequeña empresa (< 100 M €/año): | 2% |
| • Mediana empresa (100 – 500 M €/año): | 6% |
| • Gran empresa (500 – 1.000 M €/año): | 10% |
| • Corporación (>1.000M €/año): | 82% |



Fortalezas

o Capgemini cuenta con una **presencia internacional de primer nivel** y con una trayectoria consolidada en España, donde mantiene relaciones estables con clientes estratégicos en sectores como **banca, telecomunicaciones, energía, retail e industria**. Esta dualidad entre proyección global y capacidad local se traduce en un ecosistema de confianza que respalda proyectos críticos de transformación digital y Data & AI. La fortaleza de su marca, unida a su extensa red de recursos humanos y tecnológicos, le permite abordar iniciativas de gran escala que requieren no solo expertise técnico, sino también capacidad de gestión, continuidad y resiliencia a largo plazo. Además, su papel recurrente como partner de referencia en cuentas complejas refuerza la percepción de Capgemini como un **socio estratégico más que como un simple proveedor**, algo que resulta especialmente valioso en proyectos donde la gobernanza y la alineación con el negocio son claves.

o **Oferta integral y capacidad de innovación aplicada:** Una de las mayores fortalezas de Capgemini es disponer de una oferta integral y diversificada en torno al dato, que va desde la **estrategia y el gobierno del dato**, pasando por la modernización de plataformas tecnológicas, hasta la implementación avanzada de soluciones de inteligencia artificial, automatización e IA generativa. Esta cobertura end-to-end le permite acompañar a sus clientes en cualquier punto de madurez en Data & AI, facilitando la evolución desde fases iniciales de consolidación de datos hasta proyectos de disrupción tecnológica. A ello se suma una clara apuesta por la innovación, que se materializa en su red de Applied Innovation Exchanges y laboratorios especializados, donde se exploran casos de uso reales en sectores concretos. Al mismo tiempo, su tejido de alianzas estratégicas con hyperscalers y grandes fabricantes tecnológicos (Microsoft, Google Cloud, AWS, SAP, Salesforce, entre otros) garantiza acceso a tecnologías punteras y acelera el despliegue de soluciones. Esta combinación de **cobertura integral, innovación aplicada y alianzas sólidas** consolida a Capgemini como uno de los actores con más capacidad de diferenciación en un mercado altamente competitivo.

o **Experiencia sectorial y capacidad de generar valor tangible:** Capgemini posee un **profundo conocimiento sectorial**, acumulado a lo largo de décadas de colaboración con organizaciones líderes en diferentes industrias. Este expertise se refleja en soluciones específicas para cada sector, que no solo cumplen con requerimientos técnicos, sino que responden a necesidades regulatorias, operativas y de negocio concretas. En banca, por ejemplo, ha desarrollado modelos para detección de fraude y gestión de riesgos; en industria, destaca en mantenimiento predictivo y optimización de la cadena de suministro; en retail, en la personalización de experiencias de cliente mediante analítica avanzada. Esta especialización le permite entregar resultados tangibles en plazos más cortos, incrementando la percepción de valor por parte de sus clientes. Además, esta capacidad de **traducir la tecnología en impacto directo en negocio se convierte en un argumento clave** de diferenciación frente a competidores más centrados en el componente puramente técnico.



A tener en cuenta

o **Reforzar la diferenciación y la narrativa de valor en un mercado saturado:** En el ecosistema actual de Data & AI, muchos grandes integradores tienden a ser percibidos como actores con ofertas amplias, pero poco diferenciadas entre sí. En este contexto, una de las principales áreas de mejora para Capgemini es reforzar su narrativa de valor y la diferenciación frente a competidores directos. Esto implica no solo comunicar con mayor claridad las capacidades diferenciales (innovación aplicada, expertise sectorial, compromiso con la sostenibilidad tecnológica), sino también demostrarlo en la forma en que diseña, ejecuta y entrega los proyectos. Posicionarse con un discurso más claro, audaz y orientado a resultados permitirá a Capgemini ganar visibilidad en un mercado saturado, fortaleciendo su rol como partner estratégico en proyectos de transformación crítica.

o **Capturar mayor cuota en el segmento medio del mercado:** La dimensión y escala de Capgemini le sitúan como un actor natural para grandes corporaciones, donde es percibido como un socio confiable para proyectos complejos. Sin embargo, el segmento de empresas medianas (100-500M€) en España representa una oportunidad creciente, dado que muchas de estas compañías están acelerando la adopción de soluciones de datos e inteligencia artificial.

A menudo, este perfil de cliente demanda proyectos más ágiles, con un ROI rápido y con propuestas económicas más ajustadas, lo que exige modelos de servicio más flexibles y paquetizados. A pesar de que **Capgemini dispone de una oferta flexible y escalable**, plenamente capaz de adaptarse a organizaciones de cualquier tamaño, y que cuenta con metodologías ágiles y propuestas paquetizadas que permiten desplegar proyectos con plazos ajustados y retorno rápido de la inversión, atributos muy alineados con las necesidades del segmento medio, muchas empresas medianas no la tienen aún en su “**Top of Mind**”. Es por ello que el reto pasa por comunicar mejor esta propuesta de valor para consolidar su presencia en este espacio, además de adaptar sus metodologías de entrega y su portfolio comercial para reducir la percepción de que su oferta está exclusivamente diseñada para grandes corporaciones. Aprovechar este nicho no solo abriría nuevas oportunidades de negocio y equilibraría su base de clientes aprovechando el potencial de crecimiento de las medianas empresas en España, sino que también diversificaría su base de clientes y casos de éxito en el mercado español.

o **Impulsar la visibilidad de la innovación en el mercado local:** Aunque a nivel global Capgemini invierte de manera significativa en innovación y cuenta con laboratorios reconocidos internacionalmente, la percepción del mercado español no siempre asocia a la compañía con esa faceta disruptiva, sino más bien con su rol de gran integrador tradicional. Existe una oportunidad clara para aumentar la visibilidad y el reconocimiento de su capacidad innovadora, mediante la difusión de casos de éxito locales, la colaboración con universidades, hubs tecnológicos y foros sectoriales, así como reforzando su voz de liderazgo en tendencias como la IA generativa, la ética del dato o la sostenibilidad digital. Este esfuerzo de posicionamiento permitirá a Capgemini consolidar su reputación como actor innovador en España, incrementando su atractivo no solo para clientes actuales, sino también para captar talento especializado que busca trabajar en proyectos de vanguardia.

UNIVERSO PENTEO

DATA & AI



GRACIAS

Para más información sobre este informe, o cualquier consulta, puedes contactar con:

 penteo.forum@penteo.com