

| Departamento | Tipo de dato sensible | Calificación | Razón |
|------------------|---|--------------|--|
| Recursos humanos | Contratos y expedientes de empleados | Alta | Contiene PII (Información de identificación personal) |
| | Datos de nóminas y cuentas bancarias | Alta | Información financiera crítica del personal |
| | Evaluaciones de desempeño | Media | Información interna sensible pero no crítica fuera de la empresa |
| | Registros de salud y seguro médico | Alta | Datos de categoría especial según GDPR |
| | Planes de capacitación interna | Baja | Información operativa de bajo riesgo |
| | Informe de presupuesto y gastos | Alta | Datos estratégicos de la salud de la empresa |
| Finanzas | Información de tarjetas de crédito/pagos | Alta | Riesgo de fraude financiero |
| | Datos fiscales (Impuestos) | Alta | Requisito legal y cumplimiento |
| | Estrategias de inversión | Alta | Ventaja competitiva |
| | Facturas de proveedores | Alta | Relaciones comerciales privadas |
| | Código fuente del software personalizado | Alta | (PI) Propiedad intelectual fundamental |
| I+D | Documentación técnica de nuevos productos | Alta | Ventaja competitiva en el mercado |
| | Resultados de pruebas de seguridad | Alta | Revela posibles vulnerabilidades |
| | Documentación de tecnología futura | Media | Estrategia de producto |
| | | | |

| | | | |
|---------------------|--|-------|--|
| Soporte al cliente | Historial de tickets y problemas técnicos | Media | Podría averiguar información del cliente |
| | Credenciales de acceso de clientes si se comparten | Alta | Acceso a entornos de clientes |
| | Datos de contacto de clientes | Alta | Podría causar problemas de reputación a la empresa |
| | Grabaciones de llamadas de soporte | Media | Extracción de posible información crítica |
| Ventas y Marqueting | Análisis de mercado confidenciales | Media | Estrategia de negocio |
| | Contratos comerciales y acuerdo de precios | Alta | Información sensible de acuerdos legales |
| | Datos de comportamiento de usuarios | Media | Privacidad del consumidor |
| | Planes de campañas de marqueting futuras | Baja | Sensible al tiempo, pero de bajo impacto a largo plazo |