

Entrevista

“Automatización y analítica de datos son esenciales para agilizar el trabajo de los EQUIPOS”

Jorge Vázquez**Fundador y Presidente Ejecutivo de Redegal**

El presidente ejecutivo de Redegal, Jorge Vázquez, analiza algunas de las claves de la transformación digital en la que están inmersas las sociedades modernas y las prioridades digitales que deben seguir las empresas y pymes

S.N.

¿En qué punto real se encuentra la transformación digital del tejido empresarial del sur de Galicia y qué diferencias observa entre sectores y tamaños de empresa?

La tecnología se ha convertido en una palanca estratégica para que las empresas puedan ser competitivas y destacar en el mercado. El proceso de digitalización avanza con fuerza y se percibe como un elemento indispensable para impulsar el crecimiento y la eficiencia. En cuanto a las diferencias, las grandes empresas tienden a mostrar un mayor grado de madurez digital. Cuentan con soluciones más consolidadas, integradas y estables. Respecto a las PYMES, que tienen un peso importante en la economía de nuestro territorio, cada vez están integrando más soluciones tecnológicas por el valor que les aporta.

Las PYMES siguen siendo el núcleo del tejido económico ourensano. ¿Cuáles son, desde su experiencia, los principales frenos que aún encuentran para digitalizarse y cómo se pueden superar sin disparar costes?

La principal barrera que se encuentra es la carencia de perfiles digitales especializados, se crean muchos puestos, pero salen pocos graduados de carreras tecnológicas para cubrirlos. Para superar estos obstáculos, la solución pasa por invertir en la formación del personal que integra los equipos. Además, puede ser de ayuda optar por soluciones digitales que permitan una implementación progresiva. Por ejemplo, este enfoque permitiría a las PYMES invertir

de forma controlada y escalar la inversión en función de los resultados.

La inteligencia artificial ha irrumpido como acelerador de procesos. ¿Qué aplicaciones concretas están adoptando las empresas gallegas y dónde ve el mayor retorno inmediato?

La inteligencia artificial avanza tan rápido que lo que se inicia una semana puede quedar obsoleto a la siguiente, lo que nos obliga a ser ágiles. Sus aplicaciones se están viendo principalmente en la mejora de flujos de trabajo y reduciendo tiempos para crear soluciones innovadoras. En el caso de Redegal, integramos la IA en nuestros dos productos propios que son Binnacle Data y Boostic.cloud. En el primero, facilita la combinación de múltiples fuentes de datos para medir y monitorizar métricas clave en los negocios. Mientras que en el segundo, permite hacer un análisis detallado de cada producto en base a su rendimiento y así redirigir la inversión publicitaria a los que generan un mayor beneficio. En ambos casos, la IA ayuda a los negocios a conocer datos que manualmente llevarían muchas horas y que ahora pueden consultarse en una única herramienta.

Desde la perspectiva de Redegal, ¿qué servicios se han convertido en esenciales para acompañar a las empresas en esta transición digital y cuáles están creciendo con más fuerza en los últimos años?

La automatización de procesos y la analítica de datos son esenciales para agilizar el trabajo de los equipos y facilitar una interpretación precisa de la información. Ese es precisamente el propósito de Binnacle Data y Boostic.cloud, el de ayudar a que las empresas tomen decisiones informadas basadas en datos fiables, y no únicamente en la intuición. Del mismo modo, resulta fundamental desarrollar tecnología propia que permita crear soluciones personalizadas y adaptadas a las necesidades de cada proyecto. En nuestro caso, diseñamos tecnología a medida para negocios, orientados a optimizar el rendimiento, mejorar la experiencia de usuario y potenciar procesos de compra más efectivos. En Redegal integramos todas estas capacidades de forma global a través de nuestras tres unidades de negocio: Digital Bu-



Ficha

Redegal es una consultora full digital que presta servicio a nivel global con una cartera de más de 200 clientes y una experiencia de más de 21 años en el mercado. Cuenta con un equipo multidisciplinar de más de 130 profesionales en sus oficinas de Península Ibérica y México que desarrollan soluciones transversales para sus clientes a través de sus tres unidades de negocio: tech, digital business y product.

siness, Tech y Producto.

Redegal nació en Ourense y hoy opera con una proyección mucho más amplia. ¿Qué hitos marcaron esa evolución y cómo ha cambiado la estructura de la compañía con ese crecimiento?

Redegal es hoy una consultora full digital. Un gran punto de inflexión en nuestra historia fue el año 2011, ya que abrimos nuestro hub en México y supuso el inicio del camino en nuestra expansión, que hoy continúa vigente. Desde hace unos meses, tenemos el foco en el crecimiento en Portugal y en Centroeuropa. Un hito decisivo para impulsar esta etapa ha sido la incorporación a Bolsas y Mercados Españoles, que nos ha ayudado a reforzar nuestra visibilidad y atraer talento. Contamos con un equipo que supera hoy en día los 130 profesionales, repartidos entre distintos puntos de España y México, y mantenemos una tasa de rotación por debajo de la media del sector.

En un ecosistema donde la innovación avanza por ciclos muy cortos, ¿cómo se organiza Redegal internamente para mantenerse competitiva y anticipar tendencias tecnológicas?

Mantenemos la competitividad en un ecosistema digital tan dinámico



gracias al aprendizaje continuo, la inversión estratégica y la profesionalización del equipo. Nos centramos en detectar y anticipar tendencias globales, reforzando la formación constante para ofrecer soluciones tecnológicas siempre alineadas con las demandas del mercado. Además, trabajamos para tener una buena gobernanza con la creación de capas directivas sólidas y también perfiles especializados.

Si tuviera que condensar en tres

prioridades la hoja de ruta digital que deberían seguir las empresas y PYMES del sur de Galicia, ¿cuáles serían y por qué?

Primero, poner al cliente en el centro y digitalizar los procesos que impactan directamente en las ventas para generar un retorno rápido. Segundo, construir una base sólida de datos e integraciones que permita tomar decisiones informadas. Y tercero, automatizar tareas repetitivas y aplicar inteligencia artificial donde aporte un beneficio claro y medible.