

“Los datos, bien usados, dan poder real para decidir mejor, anticiparse y crecer”

Reyes Matilla Directora Adjunta de BOOLEA

Boolea lidera la transformación digital uniendo datos, estrategia y creatividad para convertir la inteligencia artificial en resultados reales de negocio. Hablamos con su directora adjunta, Reyes Matilla.

Hace un año del lanzamiento de Boolea como nueva marca tras una trayectoria consolidada como Clarcat. ¿Qué motivó este cambio y qué representa Boolea frente a la etapa anterior?

Boolea nace como evolución natural de lo que veníamos construyendo con Clarcat. Clarcat fue una etapa muy centrada en desarrollo y tecnología, pero con el tiempo nuestros proyectos fueron ganando peso estratégico, hasta convertirnos en un socio transversal para nuestros clientes. El cambio a Boolea responde precisamente a eso: a crear una marca alineada con lo que somos hoy. Una consultora que no solo implementa tecnología, sino que transforma negocios a través de los datos, la inteligencia artificial y el marketing digital. Boolea representa visión, innovación y, sobre todo, soluciones que funcionan en el mundo real, y las organizaciones nos eligen para transformar datos en decisiones, en ventas, en eficiencia real. Hoy, quien no activa la inteligencia artificial está dejando pasar oportunidades: de conocer mejor a sus clientes, de reducir costes, de innovar antes que la competencia. El futuro no es de quien tiene más recursos, sino de quien sabe usarlos mejor. Porque actuar con ese conocimiento es lo que marca la diferencia entre quedarse atrás o liderar.

En un ecosistema donde abundan las consultoras tecnológicas y las agencias de marketing, ¿qué hace diferente a Boolea?

En Boolea no solo hacemos una parte: lo hacemos todo, de principio a fin. Estrategia, datos, tecnología y creatividad, integrados en un solo partner, para que las empresas no tengan que elegir entre consultoras, agencias o especialistas. Muchas consultoras trabajan con datos, muchas agencias lanzan campañas. Pero muy pocas consiguen conectar la tecnología con el negocio de forma real

y tangible. Boolea une todo eso: desde el análisis hasta la activación, desde la estrategia hasta la ejecución. Nuestro diferencial es precisamente ese: no nos quedamos en los informes o en las ideas, activamos los datos para transformar el negocio. Ayudamos a vender más, a automatizar procesos, a entender mejor al cliente y a personalizar cada interacción. Lo hacemos combinando visión estratégica, especialización por sectores y una ejecución impecable que ofrece resultados concretos desde el primer proyecto.

Y además, no nos conformamos con lo que ya sabemos: aplicamos las últimas tendencias en inteligencia artificial e IA generativa, estando siempre a la vanguardia del sector, para que nuestros clientes siempre estén un paso por delante.

Su enfoque cubre todo el ciclo de vida del dato. ¿Qué implica esto en la práctica para un cliente?

Significa que acompañamos a nuestros clientes desde la definición del problema hasta que se ve el impacto en ventas, eficiencia o fidelización. Ayudamos a estructurar bien los datos, a aplicar inteligencia sobre ellos y, lo más importante, a sacar todo su potencial para el cliente. Esa activación puede traducirse en una campaña automatizada en CRM, un modelo predictivo integrado en una app o una recomendación personalizada en e-commerce. No hacemos teoría, hacemos que los datos trabajen para el negocio.

Han trabajado con grandes marcas como Mahou, LALIGA, Bimba y Lola o Grupo Planeta. ¿Qué tipo de retos plantean estas empresas y qué aprendizajes dejado?

Estas colaboraciones nos han llevado a abordar proyectos con un alto nivel de exigencia, tanto tecnológica como estratégica. Nos hemos enfrentado a retos como personalizar experiencias



a gran escala, aplicar inteligencia artificial para optimizar procesos o transformar grandes volúmenes de datos en decisiones valiosas. En este camino, trabajar con compañías como Abanca, Unicaja o Grupo Piñero nos ha aportado una visión más amplia de cómo aplicar soluciones digitales en sectores tan diversos como el financiero o el turístico. En todos los casos, el aprendizaje es el mismo: no existen fórmulas universales, pero sí una forma efectiva de lograr impacto real —entendiendo el negocio, alineando equipos y utilizando los datos con sentido.

¿En qué punto están las empresas españolas en cuanto a adopción efectiva de IA?

Estamos viendo una evolución muy clara. La fase del hype ya pasó, y ahora las empresas quieren aplicar la IA con su caso

Reyes Matilla destaca que Boolea no se limita a la consultoría tecnológica, sino que transforma negocios mediante la activación real de datos.

de uso y ROI trabajado. Algunas ya tienen soluciones en producción; otras están empezando por ordenar sus datos o detectar casos de uso relevantes. Lo importante es que el discurso ha madurado. Ya no se trata de usar IA porque “toca”, sino porque puede resolver problemas concretos. Nosotros ayudamos a traducir esas necesidades en soluciones reales, viables y adaptadas a cada negocio.

Combinan tecnología, estrategia y creatividad. ¿Cómo se equilibra esa fórmula en proyectos que, a priori, podrían parecer puramente técnicos?

Ese equilibrio es justo lo que marca la diferencia. Porque los datos por sí solos no transforman nada si no se conectan con una estrategia clara y una ejecución creativa. En Boolea los equipos multidisciplinares trabajan juntos desde el inicio: analistas, arquitectos, consultores de CRM, creativos... Por ejemplo, podemos detectar una oportunidad a partir de los datos, diseñar una estrategia automatizada con IA, y después aterrizarla en una campaña o en una app. Todo en un mismo equipo. Eso permite coherencia, agilidad y sobre todo impacto.

¿Qué perfil de cliente es el que más se beneficia de sus servicios?

Trabajamos con empresas de sectores como banca, turismo, industria o consumo, que tienen algo en común: muchas decisiones por tomar, muchos datos que ordenar y muchas oportunidades por activar. Nos eligen compañías con cierta madurez digital, que quieren ir más allá del reporting y empezar a tomar decisiones basadas en inteligencia real. No necesitan tener todo perfecto; necesitan tener actitud para transformar. A partir de ahí, nosotros nos encargamos del cómo.

Su eslogan es “Saber es poder”. ¿Qué significa para usted esta frase en el contexto de la transformación empresarial que viven con sus clientes?

Significa que los datos, bien estructurados y accionados, dan poder. Poder para entender lo que pasa, anticiparse, decidir mejor y crecer. Para nosotros, “saber es poder” no es solo un eslogan. Es la base de todo lo que hacemos. Ayudamos a las empresas a ver claro lo que antes era confuso, a tomar decisiones basadas en evidencias y a automatizar procesos que antes eran ineficientes. Saber lo cambia todo. Y lo mejor es que hoy, gracias a los datos y la IA, está al alcance de cualquier organización.