

“La IA puede aportar algo completamente nuevo a la experiencia del retail”

Jacobo Galán, Franc Navarro y David Boja Fundadores de Bagel Affairs

Bagel Affairs es una empresa especializada en ofrecer soluciones tecnológicas creativas para el sector del retail. Hablamos con sus fundadores, Jacobo Galán, Franc Navarro y David Boja, también presidente de Lightsound Group, inversor en el proyecto.



¿Qué les inspiró a fundar Bagel Affairs y cómo identificaron la necesidad de un enfoque centrado en tecnología, creatividad y diseño en el sector retail?

J.G.: Creamos Bagel Affairs porque queríamos cubrir los vacíos que detectamos entre la creatividad, la tecnología y la implementación práctica. Para nosotros, se trata de abordar los desafíos desde múltiples perspectivas y encontrar soluciones que sean tanto funcionales como emocionantes. Franc conecta la creatividad con la tecnología, yo me ocupo de aportar un enfoque único en creatividad y comunicación y, David por su parte, suma su experiencia en hardware, ingeniería e integración desde el foco de una de las mayores compañías tecnológicas europeas para el retail.

FN.: Nos esforzamos por anticiparnos a las necesidades que nuestros clientes ni siquiera saben que tienen, analizando los problemas desde diferentes ángulos. Muchas veces tomamos la iniciativa de resolver sus retos antes de que sean conscientes de ellos. Al combinar nuestras especializaciones, hemos logrado adoptar un enfoque diferente que nos permite crear herramientas y experiencias innovadoras y con un impacto real.

La empresa quiere transformar oportunidades de negocio en productos digitales impactantes. ¿Podrían compartir un caso de éxito?

FN.: Nos encanta tomar grandes ideas y transformarlas en algo tangible y emocionante. Un ejemplo que siempre recordamos es un proyecto que hicimos con

una importante cadena internacional de moda. Querían mejorar la experiencia en tienda, así que desarrollamos una plataforma que utiliza inteligencia artificial y datos en tiempo real para ofrecer recomendaciones de compra personalizadas a los clientes.

J.G.: No se trataba sólo de aumentar las ventas –aunque eso también ocurrió–, sino de hacer que la experiencia fuera orgánica y emocionante para los compradores. No sólo encontraron lo que buscaban, sino que descubrieron cosas que ni siquiera sabían que necesitaban. Para nosotros, se trata de usar la tecnología para crear esos pequeños momentos “¡ajá!” que perduran mucho después de salir de la tienda, esos momentos de los que la gente habla en las cenas familiares.

¿Cómo ayuda Bagel Affairs a sus clientes a mantenerse por delante en un entorno tan competitivo como el retail?

FN.: Nos vemos como algo más que solucionadores de problemas: somos un equipo que ayuda a nuestros clientes a mantenerse frescos y en vanguardia. En el mundo del retail, donde todo avanza a un ritmo vertiginoso, se trata de anticipar desafíos antes de que aparezcan. No solo ayudamos a las marcas a adaptarse a las tendencias; trabajamos con ellas para dar forma a lo que viene. Ya sea a través de herramientas basadas en inteligencia artificial, integraciones omnicanal o diseños creativos que conecten con las personas, nuestra verdadera motivación es la creatividad, a la que respondemos con tecnología para

nuestros clientes. No se trata solo de ofrecer otra herramienta más, sino de destacar de una manera que haga que los clientes quieran volver una y otra vez.

La colaboración con Lightsound es un respaldo significativo. ¿Qué significa para ustedes contar con su inversión y apoyo? ¿Cómo ha influido esto en su crecimiento y estrategia?

J.G.: Aliarnos con Lightsound fue, sinceramente, un gran paso adelante para nosotros. Su inversión no solo respaldó lo que estábamos construyendo, sino que lo potenció. Nos dio la confianza y los recursos para soñar en grande, asumir proyectos más ambiciosos y explorar nuevos mercados. Lo que hace que esta colaboración sea tan especial es que su apoyo va mucho más allá de la financiación. Comparten nuestra pasión por reinventar el retail y han aportado una experiencia increíble. No se ha tratado solo de apoyarnos, sino de construir algo importante juntos.

Cuidar el detalle y la estética es una de las piedras angulares de su propuesta. ¿Por qué consideran es tan importante en la tecnología aplicada al retail?

FN.: Para nosotros, los detalles y la estética no son solo algo bonito de ver, sino lo que transforma buenas soluciones en experiencias memorables. En el mundo del retail, la conexión emocional lo es todo, y el diseño juega un papel fundamental en ello. Ya sea la interfaz de una app o un display en tienda, cada interacción debe sentirse simple, fresca y visualmente

Bagel Affairs se define como un equipo que ayuda a sus clientes a mantenerse frescos y en vanguardia

En el mundo del retail, la conexión emocional lo es todo, y el diseño juega un papel fundamental en ello

impactante. Estos momentos son los que atraen a las personas y las hacen querer volver. Por eso, no diría que se trata únicamente de funcionalidad, sino también de crear algo que realmente se quede en su memoria.

El uso de inteligencia artificial y herramientas avanzadas está en el corazón de su oferta. ¿Qué innovaciones planean desarrollar en los próximos años?

J.G.: Creo que hablo por los tres cuando digo que creemos firmemente que la inteligencia artificial puede aportar algo completamente nuevo a la experiencia del retail, haciéndola no sólo más eficiente, sino también profundamente personal e inmersiva. Pero nunca tuvimos la intención de quedarnos ahí. Estamos muy emocionados con un nuevo software en el que estamos trabajando, con el que queremos reno-

var poco a poco la apariencia del e-commerce.

D.B.: Nuestro objetivo es crear una experiencia híbrida fluida que conecte el mundo físico y el digital, transformando las compras en una experiencia social continua que se integre con la vida diaria de las personas. En lugar de una experiencia de compra online frenética, estamos desarrollando una herramienta que funcione como un compañero diario y personalizado, convirtiendo el comercio en algo que se siente simple, natural y esencial en la rutina de cada uno.

Desde su perspectiva, ¿cómo visualizan la evolución del retail en los próximos cinco años y qué papel jugará Bagel Affairs en ese futuro?

FN.: Imaginamos un futuro del retail donde los mundos físico y digital se integren de forma natural. Las tiendas no serán solo lugares para comprar, sino espacios interactivos donde las personas se sientan inspiradas, conectadas y activamente involucradas. En Bagel Affairs, queremos estar en el centro de este cambio, creando soluciones que no solo funcionen, sino que también conecten con las personas. Para nosotros, se trata de utilizar la tecnología para elevar el nivel de creatividad y fortalecer el vínculo emocional entre las marcas y sus clientes. Estamos aquí para asegurarnos de que la innovación no pierda del todo su toque humano.