

EL DATO COMO ACTIVO ESTRATÉGICO

Keyrus, la consultora tecnológica especializada en el dato, ha sabido hacer frente al desafío de la pandemia, apoyando y escuchando a sus clientes desde la comprensión de sus verdaderos pains.

Kathy Contramaestre, que lidera junto a Óscar Quintas la dirección general de la compañía en España, nos habla sobre cómo los datos se han convertido en un activo estratégico imprescindible para la supervivencia y crecimiento de las compañías:

¿Cómo está Keyrus ayudando a las organizaciones? En esta época de incertidumbre actual y de claros cambios de comportamiento en los usuarios, las empresas han descubierto en los datos a un grandísimo aliado. Sin embargo, lidiar y trabajar con estos no es coser y cantar, y ya no digamos crear casos de uso con impacto inmediato en negocio. Por ello, hemos logrado posicionarnos como partners estratégicos, facilitadores y aceleradores de nuestros clientes, gracias al expertise global que tenemos del sector del dato como multinacional, al tiempo que trabajamos de manera ágil e iterativa al estilo lean startup.

Actualmente ¿qué retos está afrontando el sector? Pasamos por un momento donde la inflación está encareciendo tanto los servicios como los procesos operativos y la falta de talento tecnológico específico se está viendo agravada por la globalización del mercado tras la pandemia.

Muchas empresas internacionales más potentes económicamente están pujando también por los mismos perfiles que nosotros lo que ha provocado que apostemos por iniciativas innovadoras en términos de atracción y retención del talento.

¿Cómo habéis solventado el problema que mencionas de falta de talento tecnológico y la amenaza de la globalización del mercado? Por un lado, mencionaríamos la reconversión de perfiles con la metodología “learn by doing”. Dado que existe ese gap de conocimiento de lo que hay en el mercado y lo que necesitamos, valoramos otro tipo de skills como conocimientos en otras tecnologías, soft skills e incluso conocimientos en otras disciplinas.

Les incorporamos desde un

segundo plano a proyectos que se estén ejecutando para que aprendan dando apoyo a mentores tecnológicos. De esta manera, creamos perfiles híbridos y equipos multidisciplinares que encajan a la perfección con nuestro portfolio y el tipo de proyectos que está necesitando el sector. Y por otro lado, tenemos los KeyLabs, que se trata de espacios sandbox donde nuestros empleados pueden crear y experimentar sin miedo y, además de generar proyectos en pre-producción de cara a potenciar nuestros casos de uso o servicios más innovadores, potencian sus habilidades para dar el salto directamente a proyectos con cliente.

Por último ¿podrías hablarnos sobre el papel que está jugando Keyrus promoviendo el liderazgo femenino en España? Este año hemos puesto el foco en acciones relacionadas con la motivación e inspiración de mujeres jóvenes de cara a su empoderamiento, liderazgo futuro y a creer en ellas mismas sobre todas las cosas. Sinceramente, creo que estamos en el buen camino hacia un futuro de igualdad de oportunidades y Keyrus será, sin duda alguna, uno de los principales players del mercado que promoverá e inspirará a ese talento femenino.



«Las empresas han encontrado en los datos a un grandísimo aliado»