

I Resumen ejecutivo

I DESCRIPCIÓN DE LA COMPAÑÍA

Redegal es una **compañía de ingeniería digital que aplica tecnología, datos e IA para ayudar a sus clientes a vender más, tomar mejores decisiones y construir negocios más eficientes y escalables**. Tiene presencia operativa en nueve países y un equipo de 130 profesionales. La compañía cotiza en BME Growth tras haber debutado en enero de 2025 en el segmento BME Scaleup y completar su salto al mercado Growth el 31 de julio de ese mismo año. Cuenta con 22 años de experiencia en el mercado y ha logrado una **tasa de crecimiento anual compuesta de sus ingresos del 30% desde el 2020 hasta el 2025**, con una **tasa de retención de clientes del 90%** en el último año.

A diferencia de consultoras especializadas en un único ámbito (CRM, ERP o marketing), **Redegal se define como una Smart Digital Company y cubre tecnología, marketing y producto**. Este enfoque **le permite actuar en el tramo final de la cadena de valor digital, donde se materializa la conversión y se generan las ventas**, una fase crítica para la rentabilidad de sus clientes y donde la capacidad de optimización tiene un impacto económico especialmente relevante.

Su amplia experiencia le ha permitido evolucionar de una agencia especializada en marketing digital a una compañía capaz de **abarcAR todo el ciclo de la transformación digital**, ofreciendo servicios de estrategia, diseño, desarrollo, producción de contenidos y posicionamiento de webs y aplicaciones. Estos **servicios se complementan con una cartera de productos propios de software**, desarrollados por la propia compañía y basados en inteligencia artificial, orientados a optimizar el rendimiento de las plataformas de comercio digital mediante el análisis de los datos generados por los clientes. En este sentido cabe destacar, por un lado, **Boostic.cloud, una plataforma que optimiza catálogos de producto mediante modelos matemáticos, generando, según la propia compañía, mejoras de eficiencia de entre el 20% y el 30% en un plazo aproximado de siete días**, y por otro, **Binnacle Data, una plataforma que permite analizar la telemetría de datos de clientes (retailers), evaluando métricas como la eficiencia, la recencia, la frecuencia y la segmentación de clientes**. La combinación de negocio de servicios (más intensivo en personas, pero más fácil de vender inicialmente) con productos propios (más escalables y con mejor margen) le permite diversificar ingresos y reducir la dependencia de un único modelo de facturación.

En ambos casos se trata de **productos con un margen considerablemente superior al del negocio tradicional** y consideramos que **la capacidad de generar caja de Redegal a futuro no se ve reflejada en la capitalización actual** (20 millones de euros) **frente a un EBITDA estimado, por la compañía, de 4,4 millones de euros en 2028** (estimación conservadora desde nuestro punto de vista) con un CAPEX de mantenimiento inferior al millón de euros.

II PRINCIPALES ÁREAS DE NEGOCIO

El negocio de Redegal se organiza en tres segmentos:

- Digital Business** (~75% de la cifra de negocios consolidada del 2025). En 2025 generó 12,6 millones de euros en ingresos, superando el total estimado en sus Previsiones 2024-2028 publicadas en Feb. 2025. Dichas estimaciones prevén unos ingresos en 2028 de 11 millones de euros con un margen EBITDA del 15% para el segmento, es decir una contribución total del 37% al total del EBITDA 2028e (4,4 millones de euros).
- Tech** (~21%). En 2025 generó 3,5 millones de euros en ingresos (ingresos 2028e 7,1MM€, 19% margen EBITDA, 30% de contribución al EBITDA 2028e).
- Product** (~4%). En 2025 generó 0,7 millones de euros en ingresos (ingresos 2028e 3,8MM€, 40% margen EBITDA, 33% de contribución al EBITDA 2028e).

Ventas 2025: 16,83MM€

EBITDA ajustado 2025: 1,55M€ (9,2% margen EBITDA)

Ventas 2028E*: 22,6M€

EBITDA ajustado 2028E*: 4,4M€ (19,5% margen EBITDA)

* Los resultados obtenidos en 2025 han superado las previsiones recogidas en las Previsiones presentadas, en particular, el primer segmento ha alcanzado unas ventas de 12,6 millones de euros, superando ya el objetivo de 11 millones de euros fijado para 2028 en dicha área de negocio. Este desempeño pone de manifiesto un ritmo de ejecución superior al contemplado inicialmente por la compañía.



DIGITAL BUSINESS

El segmento integra servicios orientados a mejorar la visibilidad, el rendimiento y la conversión de los canales digitales, combinando capacidades de análisis, creatividad, automatización y gestión de campañas para impulsar el crecimiento del negocio.

Es la unidad de mayor tamaño y agrupa los servicios de publicidad online, gestión de redes sociales, analítica web, email marketing, posicionamiento SEO y creatividad y diseño.

- 1) **SEO, SEO + IA y ASO:** Corresponde a servicios de optimización para motores de búsqueda (SEO - Search Engine Optimization) y tiendas de aplicaciones (ASO - App Store Optimization) orientados a incrementar la visibilidad orgánica de páginas web y aplicaciones móviles. Se complementan con herramientas de IA que optimizan la estrategia de posicionamiento mediante el análisis de tendencias, palabras clave y comportamiento de los usuarios.
- 2) **Analítica digital:** Consiste en la implementación de soluciones de medición y análisis de datos para monitorizar el comportamiento de los usuarios y el rendimiento de los activos digitales. La información obtenida permite identificar oportunidades de mejora, optimizar la experiencia del cliente y apoyar la toma de decisiones basada en datos.
- 3) **Estrategia de contenidos:** Se centra en el diseño y planificación de estrategias de contenido alineadas con los objetivos comerciales y de posicionamiento de cada cliente.
- 4) **Diseño gráfico y producción audiovisual:** Se enfoca en el desarrollo de recursos y contenidos audiovisuales destinados a reforzar la identidad de marca y mejorar la eficacia de la comunicación digital. Comprende el diseño de piezas gráficas, creatividades publicitarias, material corporativo y contenidos multimedia para entornos web, redes sociales y campañas de marketing.
- 5) **Email marketing y automatización:** Realiza el diseño, ejecución y automatización de campañas de email marketing para mejorar la captación, fidelización y conversión de clientes.
- 6) **Publicidad online:** Engloba la planificación, ejecución y optimización de campañas de publicidad digital en múltiples plataformas. La gestión se basa en la monitorización continua de resultados para maximizar el retorno y alcanzar los objetivos de negocio.

Hay una oportunidad de crecimiento en gasto de publicidad digital en España y México con tasas de penetración relativas menores (54% y 58% respectivamente frente a 70% mundial).

TECH

El segmento engloba los servicios de diseño, desarrollo, implantación y mantenimiento de soluciones digitales orientadas a mejorar la presencia online, impulsar las ventas y optimizar la experiencia de usuario a través de web, apps y marketplaces.

- 1) **Desarrollo web:** Diseño y desarrollo de páginas web corporativas, sitios promocionales, catálogos online, landing pages (web diseñada específicamente para cumplir un objetivo concreto) y plataformas digitales. El servicio comprende el análisis de requisitos, el diseño de la experiencia de usuario, el desarrollo sobre las tecnologías y gestores de contenidos más adecuados, las pruebas de funcionamiento y el mantenimiento evolutivo de la plataforma.
- 2) **Desarrollo de eCommerce:** Diseño, desarrollo y optimización de tiendas online sobre plataformas como Magento, PrestaShop, Shopify, WooCommerce, BigCommerce o soluciones a medida.
- 3) **Desarrollo de aplicaciones móviles:** Desarrollo de apps nativas e híbridas para iOS y Android. El servicio abarca el análisis de requisitos, el diseño de la experiencia de usuario, la programación, la integración con sistemas externos y microservicios, las pruebas de calidad, la publicación en las principales tiendas de aplicaciones y el mantenimiento evolutivo basado en el análisis de uso.
- 4) **Marketplaces:** Servicios de consultoría, integración y gestión de la actividad comercial en marketplaces (Amazon, Mercado Libre, eBay o AliExpress). Incluye la definición de la estrategia de comercialización, la integración del catálogo y la gestión operativa de productos, así como la optimización del posicionamiento y la gestión de campañas publicitarias para maximizar la visibilidad y las ventas.

El comercio electrónico mantiene un sólido crecimiento en los principales mercados de Redegal. En España, la facturación alcanzó los 28.346 millones de euros en un trimestre, un 22,6% más que el año anterior, impulsada por sectores como el turismo, la moda y el mercado de segunda mano (CNMC, 2025). En México, el e-commerce creció un 19,2% interanual hasta los 914.000 millones de pesos, con 77,2 millones de compradores digitales, de los cuales el 98% finaliza sus compras desde el móvil (AMVO, 2025).



PRODUCT

El tercer segmento muestra el ritmo de crecimiento más acelerado y el mayor potencial estratégico con dos soluciones Software as a Service (SaaS) de desarrollo propio, orientadas a la analítica avanzada de datos y a la optimización automatizada del comercio electrónico mediante IA. Ambos productos permiten transformar los datos operativos y de marketing en información accionable para mejorar el rendimiento de los canales digitales.

Incluye las plataformas **Binnacle Data**, comercializada desde 2023 y orientada a la analítica integral del canal de venta digital, y **Boostic.cloud**, lanzada en febrero de 2025 como herramienta de optimización automática de catálogos de comercio electrónico. Se trata del área que la compañía identifica como **palanca central de mejora de márgenes**, dado su modelo de ingresos recurrentes por suscripción y su escalabilidad, habiendo iniciado además su comercialización en mercados de centroeuropa como Holanda, Italia y Alemania.

- 1) **Binnacle Data:** Es una plataforma de analítica digital inteligencia de negocio en retail e e-commerce que centraliza, integra y analiza datos procedentes de múltiples fuentes (herramientas de analítica web, plataformas publicitarias y sistemas de comercio electrónico) en un único entorno, con IA integrada. La solución monitoriza automáticamente indicadores clave de negocio, detecta anomalías mediante modelos de IA y genera recomendaciones para facilitar la toma de decisiones. Asimismo, permite unificar más de un centenar de métricas, automatizar el seguimiento del rendimiento de campañas, productos y conversiones, y reducir significativamente el tiempo dedicado al análisis de datos.

Q1 2025

Refuerzo comercial e-commerce mediano/grande retail mediano

LÍNEA TEMPORAL – IMPLEMENTACIÓN DE PRODUCTO



Fuente: Redegal

- 2) **Boostic.cloud:** Es una plataforma de optimización inteligente para comercio electrónico que analiza de forma automática el catálogo de productos para identificar oportunidades de crecimiento y maximizar la rentabilidad de la inversión publicitaria. Mediante algoritmos de inteligencia artificial, evalúa el rendimiento de cada referencia, agrupa los productos en segmentos inteligentes según su potencial y reasigna automáticamente la inversión hacia aquellos con mayor capacidad de conversión. Además, genera etiquetas dinámicas para plataformas publicitarias como Google Ads y Meta Ads, optimizando la segmentación de campañas y contribuyendo a incrementos estimados del retorno de la inversión (ROI) de entre el 15 % y el 30 %. Ha sido galardonado como mejor SaaS del año.

LÍNEA TEMPORAL – IMPLEMENTACIÓN DE PRODUCTO

Q1 2025

Bootstrap venta 1-a-1 e-commerce mediano ES / MX agencias e-commerce



Fuente: Redegal



III PROPUESTA DE VALOR

La compañía actúa como un proveedor único (one stop shop) para la estrategia digital de sus clientes, integrando el conjunto de sus servicios y productos en una misma relación comercial. Este modelo favorece la venta cruzada, la fidelización y la generación de ingresos mediante una combinación equilibrada de modelos de facturación recurrentes y no recurrentes.

Tecnología agéntica agnóstica al proveedor de inteligencia artificial lo que permite flexibilidad para adaptarse a la estructura tecnológica existente del cliente sin interrupciones. Sus herramientas no están limitadas a un modelo de lenguaje concreto, sino que pueden operar sobre cualquier LLM (genéricamente conocido como lenguaje de IA) del mercado (Google, OpenAI, Microsoft, etc.). Esto le otorga flexibilidad comercial, ya que puede adaptarse a los acuerdos tecnológicos que sus clientes ya tengan cerrados, en lugar de imponer una dependencia tecnológica adicional.

Dificultad de sustitución técnica frente a soluciones alternativas del mercado. Replicar internamente las capacidades de Binnacle Data exigiría a un cliente contratar y coordinar varias licencias de herramientas distintas. Esta complejidad de sustitución, sumada al rendimiento medible de Boostic convierte a estas soluciones en un activo difícil de igualar mediante alternativas dispersas.

Alta retención y diversidad de clientes, sustentada en relaciones de largo plazo y en un modelo one stop shop que acompaña al cliente desde la definición de su estrategia digital, integrando de forma gradual nuevos servicios y productos en función de la evolución de sus retos estratégicos.

Integración vertical de líneas de negocio con servicio 360 en el ciclo completo de transformación digital del cliente. Esta integración operativa reduce el riesgo de que el cliente la sustituya por un proveedor puntual, ya que reemplazarla implicaría descomponer un servicio que hoy recibe de forma unificada.

Relación comercial de largo plazo con efecto de expansión de cuenta. Los clientes permanecen en promedio entre 5 y 6 años, renuevan contratos de forma anual y tienden a duplicar su facturación con la compañía a lo largo del tiempo. Este patrón indica que el crecimiento no depende principalmente de captar nuevos clientes, sino de profundizar la relación con la cartera existente mediante venta cruzada progresiva de servicios y productos.

Cartera de clientes diversificada y de alto perfil corporativo. Cuenta con clientes relevantes en sectores tan distintos como retail, banca, gran consumo, moda e industria, incluyendo nombres como Inditex, CBNK o BFF Banking Group, lo que reduce su exposición a la ciclicidad de un único sector y refuerza su conocimiento transversal del mercado para adaptar soluciones a distintas tipologías de negocio.

Credibilidad técnica avalada por certificaciones de proveedores tecnológicos de primer nivel. Mantiene el estatus de Google Partner Premier durante cinco años consecutivos, una categoría que agrupa solo al 3% de las agencias de Google Ads en España según criterios de rendimiento e inversión gestionada. Esta acreditación, junto con acuerdos con Meta, Microsoft Advertising, Adobe, Salesforce, Shopify y BigCommerce, le da acceso anticipado a funcionalidades en fase beta y soporte técnico prioritario, lo que traslada una ventaja tecnológica tangible a sus clientes antes de que esté disponible de forma generalizada.

Refuerzo de la internacionalización, con expansión selectiva en Portugal, Centroeuropa y México y la consolidación de relaciones de largo plazo con los clientes.

IV EQUIPO DIRECTIVO

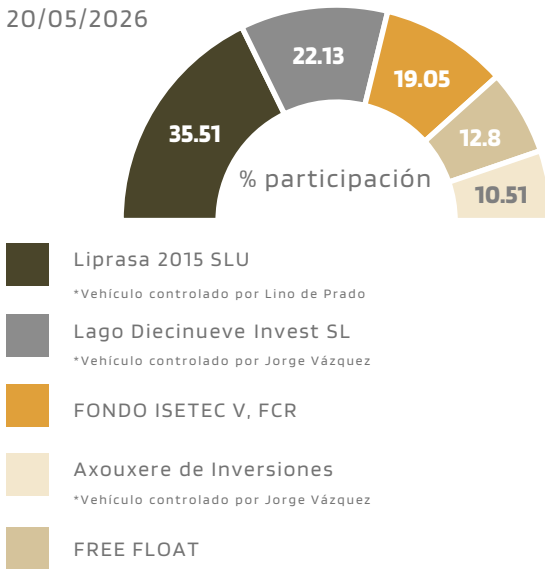
Redegal fue fundada en 2004 por Jorge Vázquez, quien continúa al frente de la compañía como presidente ejecutivo y consejero delegado. Además de su función ejecutiva, mantiene una posición accionarial significativa, lo que refuerza el alineamiento entre los intereses del equipo directivo y los del resto de accionistas. A mayo de 2026, el principal accionista de Redegal es Liprasa 2015 S.L.U. (familia de Prado), con una participación del 35,5% del capital. Jorge Vázquez controla un porcentaje relevante del accionariado a través de Lago Diecinueve Invest, S.L., titular del 22,1% del capital, y de Axouxere de Inversiones, sociedad en la que ostenta una participación mayoritaria y que posee un 10,5% de Redegal. Considerando conjuntamente estas participaciones, Jorge Vázquez mantiene una exposición económica aproximada del 32,6% del capital social de la compañía.

El resto de los accionistas de referencia lo completa el fondo Isetec V FCR, con un 19,1% del capital, mientras que el capital restante, aproximadamente un 12,8%, corresponde a otros accionistas, entre ellos el free float bursátil. La compañía ha manifestado su intención de incrementar progresivamente dicho free float en un horizonte temporal razonable.



ESTRUCTURA ACCIONARIAL

20/05/2026



La compañía plantea su crecimiento futuro apoyado en dos vías complementarias: por un lado, el crecimiento orgánico, y por otro, el crecimiento inorgánico mediante adquisiciones selectivas a múltiples atractivos de compañías con experiencia relevante y una cartera de clientes consolidada, con el objetivo de ampliar capacidades y escala sin necesidad de desarrollar internamente todas las competencias requeridas.

V CAPITALIZACIÓN DE MERCADO

Vemos una ineficiencia clara de mercado. Dada las estimaciones que ya ha comunicado al mercado la compañía y la buena evolución del negocio por el lado operativo, estimamos que durante los próximos años la capitalización se irá acercando a los 60 millones de euros.

Texto legal: Este documento ha sido elaborado por Tenvalue Platform, S.L. (de aquí en adelante "Tenvalue").

Al preparar este documento, Tenvalue se ha basado y ha asumido, sin verificación independiente, la exactitud e integridad de toda la información disponible de fuentes públicas. Además, nada de lo contenido en el documento pretende ser una valoración de los activos, acciones o negocios de la compañía o de cualquier otra entidad.

Tenvalue no hace ninguna declaración sobre el valor real que puede recibirse en relación con una transacción ni los efectos legales, fiscales o contables de consumir una transacción. La información contenida en este documento no considera los efectos de una posible transacción que involucre un cambio de control real o potencial, que puede tener una valoración significativa y otros efectos.

Este documento solo pretende brindar información general sobre la empresa y no pretende formar la base de ninguna decisión de inversión para adquirir parte o la totalidad de los intereses, acciones o participaciones en la empresa. Este documento no puede interpretarse como una oferta o invitación a realizar una oferta para adquirir intereses o acciones de la empresa bajo ninguna jurisdicción. Los destinatarios de este documento deben asegurarse de cumplir con toda la legislación y normas de valores pertinentes que les puedan ser aplicables. No se realiza ninguna representación ni garantía (expresa o implícita), y no se debe confiar en la información contenida en este documento, y no se acepta responsabilidad alguna por los errores, omisiones o declaraciones erróneas contenidas en este documento y, en consecuencia, ni la empresa, ni los propietarios de la empresa, ni Tenvalue, ni ninguno de sus directores o empleados aceptan responsabilidad alguna que surja del uso de este documento.

Al aceptar este documento, acepta estar sujeto a las condiciones y limitaciones anteriores.

