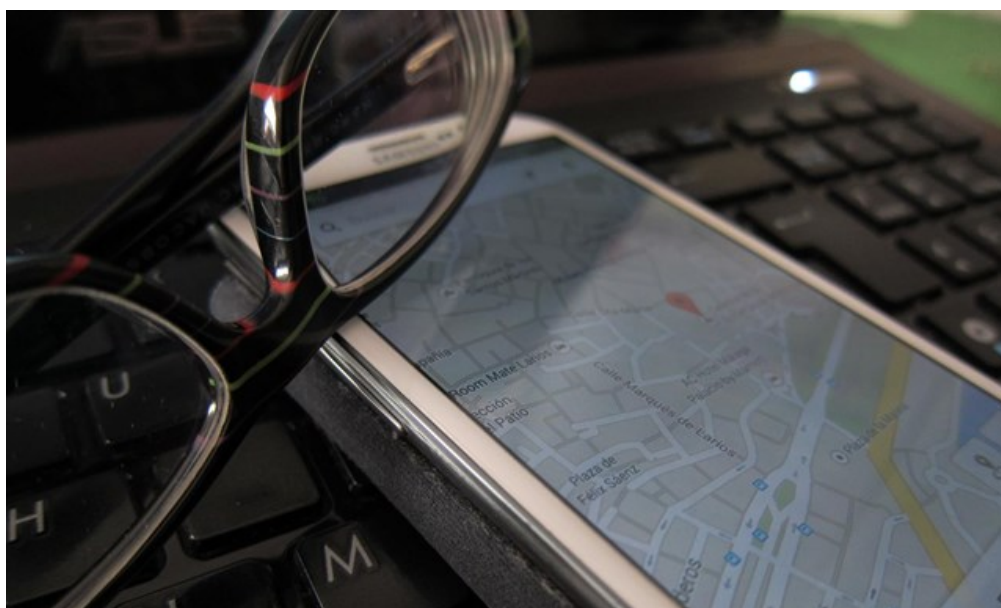


La tecnológica Grupo CMC entra en el sector turístico con la compra de Brújula



EUROPA PRESS - Archivo

Publicado 15/03/2018 16:56:17 CET

MADRID, 15 Mar. (EUROPA PRESS) -

La consultora tecnológica española Grupo CMC entra en el sector turístico como proveedor de soluciones a través de la compra de Brújula, una adquisición que le permitirá pasar de los 1.000 trabajadores en plantilla, según ha informado la compañía.

La integración de Brújula, empresa fundada en el año 2000, también le supondrá al grupo superar los 56 millones de euros de facturación en 2018. La cartera de clientes y el volumen de negocio de Brújula, además, significará que el sector turístico del Grupo CMC pasará a representar el 18% de los ingresos la compañía y se convertirá en uno de los más importantes.

Grupo CMC, que está presente en otros sectores como Banca, Seguros, Telecomunicaciones o Infraestructuras, no ha detallado el valor total de la operación de compra y ha informado de que grupo mantendrá la marca Brújula y operará en el mercado turístico a través de ella.

"El sector turístico es tremendamente atractivo y lo será en los próximos años. Por eso, entendimos que era importante e interesante tener una posición diferencial y significativa en el sector turístico", ha detallado el presidente y consejero delegado de Grupo CMC, Jaime Hortelano.

Gracias a las soluciones de Brújula, que cuenta entre sus clientes a varias de las principales compañías hoteleras, aerolíneas y touroperadores de España, Grupo CMC aprovechará la compra para seguir expandiéndose en otros países fuera de España.

Actualmente, Grupo CMC, que opera en España desde 1993, está presente en Portugal e Italia, así como en Colombia y México. Su plan para los próximos años es introducirse en nuevos mercados de Centroamérica y el Caribe.

La integración entre ambas "tiene sentido" porque, según explican ambas compañías, "el sector turístico tiene una gran oportunidad de conseguir una mayor eficiencia operativa a través de las TIC".

El consejero delegado de Brújula, José Luis Vidal, ha incidido en que la clave de las soluciones que ofrecen, que abarcan el Internet de las Cosas (IoT), el Big Data o la

realidad aumentada, es que "mejoran la cadena de valor" y sirven para "fidelizar", ya que en los hoteles "la competencia ya no es por crecer, sino por mejorar".