

CMC se hace con Brújula para llegar al sector turístico

Pablo Fernández, 16 de marzo de 2018, 10:49 am

ADQUISICIONES Y FUSIONES

EMPRESAS

OUTSOURCING

PROVEEDOR DE SERVICIOS

PROYECTOS



Las sinergias entre ambas compañías permitirán proporcionar al sector turístico una oferta mucho más completa de soluciones basadas en IoT, realidad aumentada, inteligencia artificial y ciberseguridad.

El **Grupo CMC** y la compañía española **Brújula** unirán fuerzas para afrontar un mercado en crecimiento como es el sector turístico. La adquisición de la segunda por parte de CMC ha sido oficializada por sus máximos responsables, que contemplan este movimiento como estratégico para convertirse en principales suministradores de soluciones y servicios para un sector clave en España. Según datos de Exceltur, **el sector turístico español cerró 2017 con un record de 82 millones de turistas**, siendo España el segundo destino a nivel mundial solamente por detrás de Estados Unidos.

Sin embargo, para **José Luis Vidal, consejero delegado de Brújula**, **no se trata de buscar más turistas, sino de atraer turistas de mayor poder económico**. Y esto solamente se consigue proporcionándoles servicios de mayor calidad, algo en lo que ya trabaja CMC junto con la fuerza laboral y la tecnología de Brújula.

Jaime Hortelano, presidente y CEO de grupo CMC, confirmaba que el negocio proveniente de Brújula supondrá en torno al 18% de su facturación

durante este año, con el objetivo de superar los 56 millones de euros. A los 750 profesionales que trabajan en CMC se les unirán unos 150 provenientes de esta compañía, lo que supone superar la barrera de los 1.000 empleados.

De esta forma, el Grupo CMC podrá llevar al sector turístico la tecnología y experiencia que tan buenos resultados le ha dado en áreas como **Banca, Seguros, Telco, Utilities, Infraestructuras, Automoción y Retail**. Por su parte, las soluciones y servicios desarrolladas por Brújula también se podrán aplicar a otros clientes más allá de los relacionados con el Turismo.



Jaime Hortelano, presidente y CEO de grupo CMC y José Luis Vidal, consejero delegado de Brújula, durante el anuncio de la operación

“Al desarrollar soluciones y servicios complementarios, **podremos mezclar fortalezas y proponer a nuestros clientes lo mejor de cada una de nuestras organizaciones**”, declaraba Hortelano en el encuentro con la prensa especializada. “Esto les permitirá acelerar la transformación digital gracias a que potenciaremos las ofertas personalizadas a cada cliente”.

CMC está apostando fuertemente por soluciones tecnológicas relacionadas con el **internet de las cosas, inteligencia artificial, realidad aumentada, big data, analítica avanzada, ciberseguridad...** “En estos momentos estamos en proceso de combinar todas estas tecnologías para poder proporcionárselas a los clientes de forma conjunta, permitiéndoles que puedan elegir las capacidades que necesita cada uno de ellos. Será una oferta muy modular”, nos apuntaba el directivo.

Brújula nació en Baleares en el año 2000 para cubrir una demanda creciente de soluciones y servicios relacionados con el sector turístico, tanto desde las