

## Compañías

### Energía

# Los fondos blindan su inversión en renovables ante un posible cambio de Gobierno



- Los inversores piden cláusulas de 'earn-outs' para ajustar el precio. Temen nuevos recortes en la rentabilidad de las renovables

ÁLVARO BAYÓN



### Tecnología

La consultora CMC compra el 20% del fabricante de los espejos inteligentes de Inditex y Mango

MARIMAR JIMÉNEZ 25/04/2019 - 09:45 CEST



### Resultados empresariales

Atresmedia gana un 36% más en el primer trimestre

CINCO DÍAS 25/04/2019 - 08:54 CEST



### Energía

Iberdrola sube un 2% en Bolsa tras elevar las previsiones para 2019

CINCO DÍAS 25/04/2019 - 08:50 CEST

<http://tinyurl.com/y29x76be>

## Compañías

### Tecnología

## La consultora CMC compra el 20% del fabricante de los espejos inteligentes de Inditex y Mango



MARJMAR JIMÉNEZ

- La compañía, que elevó su facturación un 41% en 2018, está abierta a invertir en firmas innovadoras para sumar capacidades



Jaime Hortelano, consejero delegado del Grupo CMC, en su despacho en Madrid. Manuel Casamayor



[Ir a comentarios](#)

Madrid | 25 ABR 2019 - 09:15 CEST

**L**a consultora tecnológica española Grupo CMC mantiene un fuerte ritmo de crecimiento. En 2018, su facturación se elevó un 41%, hasta 51,5 millones, y alcanzó el hito de los 1.000 empleados (a cierre de 2017 tenía 820). "Somos una de las empresas que más creció en el sector, que lo hizo entre un 6 y un 8%, según distintas fuentes", señala a CincoDías su consejero delegado, Jaime Hortelano.

<http://tinyurl.com/y29x76be>

Gran parte de su crecimiento vino por la adquisición en marzo de 2018 de la empresa mallorquina Brújula Tecnologías de la Información, que facturaba unos nueve millones y que supuso el desembarco de CMC en el sector turístico. Brújula le aportó 150 profesionales.

Hortelano resalta, no obstante, que solo en términos orgánico impulsaron su facturación un 12%, y que en los últimos cinco años CMC ha tenido una tasa anual de crecimiento media de casi el 30% anual. El directivo no desvela el resultado neto, pero apunta que en ese periodo han tenido un ebitda medio de entre el 8 y el 10%, "lo que demuestra que nuestra capacidad de crecimiento no va en detrimento de la rentabilidad del negocio".

El ejecutivo defiende igualmente que la buena marcha de la compañía tiene que ver con "el conocimiento profundo" que tiene CMC del negocio de sus clientes y su capacidad de innovación y de dar una respuesta ágil a los retos de las compañías en plena transformación digital. También a la capacidad del grupo de atraer y retener talento.

Entre las soluciones más vanguardista que tiene la compañía, Hortelano destaca su plataforma centralizada de intercambio y firma electrónica de documentación (O2.Digital). Esta solución, que ha tenido mucho que ver también con el tirón del negocio de CMC en 2018, permite, por ejemplo, que una persona pueda hacerse cliente de un banco sin desplazarse a ninguna oficina a través de la videoconferencia certificada. Igualmente promete ser muy útil para las empresas de juego online, porque la nueva normativa exige que las personas se identifiquen en las plataformas para ver que son mayores de edad.

Igualmente, destaca el portal analítico DKS para big data, donde la compañía cuenta con múltiples herramientas para todo lo que tiene que ver con inteligencia de negocio (análisis de fraude, de reputación online, de gestión de rutas...), y sus soluciones para el llamado internet de las cosas (IoT).

<http://tinyurl.com/y29x76be>

"Ahí tenemos una gran experiencia en gestión del agua, de la energía y en la gestión inteligente de edificios. En esto último nuestro proyecto más emblemático es el del edificio de la vela de BBVA, en Madrid, donde manejamos más de 100.000 dispositivos y hacemos toda la gestión medioambiental y de eficiencia energética", añade Hortelano.

El directivo avanza a este periódico que el Grupo CMC ha comprado un 20% de la empresa Jogotech, dedicada precisamente al internet de las cosas. "Es una compañía española muy innovadora. Entre sus soluciones está un espejo inteligente con realidad aumentada que utilizan ya Inditex y Mango. Su valor fundamental es que permite la omnicanalidad (integrar la compra online y offline). De este modo, una persona puede iniciar su compra en casa, después ir a la tienda física e ir al probador y, a través del espejo, continuar la operación. Puede incluso pedir desde allí más prendas al dependiente, ver en el espejo cómo le sentaría la misma ropa en diferentes colores y el propio espejo puede recomendarle otros artículos, tras analizar sus gustos", dice el directivo, que ve también un gran potencial para esta tecnología en el sector hotelero, "donde el espejo puede actuar a la vez como mayordomo personal y vendedor 24 horas. Puede servir para hacer el checking digital (mezclándolo con la videoconferencia con certificación), reservar un restaurante, pedir un taxi, o para la venta de excursiones a turistas, entre otras cosas".

Hortelano también resalta otro producto "muy prometedor" de Jogotech, una gaveta inteligente, para controlar stocks en tiempo real de forma totalmente autónoma y que tiene aplicación para hospitales, almacenes de hoteles, etcétera, para gestionar la reposición de miles de referencias.

EL consejero delegado de CMC, que ha pasado a formar parte del consejo de Jogotech, asegura que su compañía está abierta a participar en el capital de más empresas con un gran componente innovador.

<http://tinyurl.com/y29x76be>

"Nosotros llevamos años innovando y dedicamos muchos recursos a ello, pero sabemos que hace falta más innovación porque las ventanas de oportunidad en este mercado no son excesivamente largas, y no podemos pensar tampoco que CMC pueda innovar en todo. La idea es que nosotros desarrollemos servicios y soluciones en torno a las innovaciones que creen estas empresas y llevarlas de forma eficaz al mercado".

## OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

**Facturación.** El Grupo CMC prevé que su facturación crezca este año un 20% y alcanzar los 60 millones. Y acabar el año con unos 1.240 profesionales. Jaime Hortelano avanza igualmente que para 2022 esperan situarse por encima de los 100 millones de facturación y estar en el entorno del top 15-top 20 del mercado español. El directivo no descarta más adquisiciones o incluso la fusión con otra consultora mediana española, aunque "no está planteado como pilar estratégico para alcanzar esos objetivos".

**Expansión.** En la actualidad, la consultora está presente en España, Italia, Portugal, México y Colombia. Ahora analizan otros países como Francia y Alemania y algún otro en América Latina para entrar a lo largo de los próximos tres años. Hoy el negocio exterior representa un 15% del total, y el objetivo es que suponga en torno al 30%. La compañía, que asegura que en su estrategia está "hacer trajes a medida de cada cliente y responder a la singularidad de cada uno de ellos", tiene hoy el 33% de su negocio en el sector financiero, un 17% en el turístico y, luego repartidos en porcentajes iguales Industria, servicios, energía y telecomunicaciones. "Probablemente con 50 clientes hacemos prácticamente el 80% de nuestro negocio", dice Hortelano, que asegura trabajar con las principales empresas de cada sector y tener una oferta que combina los sistemas y servicios más tradicionales con las soluciones de la nueva economía digital

<http://tinyurl.com/y29x76be>