

## “El crecimiento de CMC se basa en el talento”

Por Redacción Byte TI - 1 diciembre, 2019



*Jaime Hortelano, presidente y CEO de Grupo CMC*

### ¿Qué objetivos se ha marcado Grupo CMC para este 2020?

Estamos muy orgullosos de ser la empresa del mercado español de consultoría y servicios TIC que ha experimentado el crecimiento más importante en los últimos cinco años. Los últimos dos años han sido especialmente importantes en la evolución de la compañía. En 2018 superamos la barrera de los 50 millones de euros de facturación con un crecimiento del 41%, muy superior al que experimentó el mercado de servicios TI en su conjunto, y este año 2019 nos hemos mantenido en la misma senda con unas previsiones de crecimiento en torno al 15%. De cara a 2020, el objetivo es superar los 70 millones de euros de facturación, lo que nos aproxima al objetivo fijado en nuestro plan estratégico y, de acuerdo con el cual, en el horizonte 2022-2023 alcanzaremos los 100-120 millones de euros, tomando posiciones en el Top 15 del mercado.

<http://tinyurl.com/s6fy5kb>

Para ello hemos mantenido un modelo híbrido basado en el crecimiento orgánico del negocio y la adquisición de empresas diferenciales como, por ejemplo, Brújula Tecnologías de la Información, con la que hemos ganado posiciones en un sector fundamental para la economía española como es el turismo y, más recientemente, la unidad de negocio SAP de Dominion, con la que consolidamos nuestra experiencia probada en esta plataforma para el despliegue, mantenimiento y evolución de sistemas clave de gestión en sectores como industria, automoción, energía y retail. También participamos en compañías tan innovadoras como Jogotech, especializada en el desarrollo de dispositivos inteligentes dentro del mundo IoT y que nos permite ofrecer a estos mismos sectores, soluciones que no solo redundan en un incremento de la eficiencia operativa, sino también en una mejora sustancial de la experiencia del cliente además

de una importante contribución al incremento de ventas.

De cara a 2020, continuaremos con esta estrategia y mantendremos también nuestra política de establecer alianzas con proveedores de soluciones punteras en los entornos que son críticos para el futuro, incluyendo Data Analytics, Inteligencia Artificial y Ciberseguridad, con ejemplos como C3.AI en el primer ámbito o Empow Networks y SecLab, para Ciberseguridad.

*El objetivo de Grupo CMC es superar los 70 millones de euros de facturación, lo que nos aproxima al objetivo fijado en nuestro plan estratégico*

<http://tinyurl.com/s6fy5kb>

Quiero subrayar que en la evolución de Grupo CMC es y seguirá siendo fundamental el talento. A finales de 2019 Grupo CMC suma más de 1.200 profesionales, entre el equipo localizado en nuestras sedes en Madrid, Sevilla, Barcelona, Valencia, Zaragoza, Granada y Palma de Mallorca, y los que desarrollan su trabajo en Italia, Reino Unido, Portugal, México y Colombia. Prevemos que esta cifra esté por encima de las 1.400 personas en 2020.

Apuestan claramente por la incorporación de talento dentro de su estrategia de empresa, ¿realmente es tan complicado conseguirlo? ¿Qué factores impiden encontrarlo?

En el entorno actual es tan importante ser competitivo en la satisfacción de la demanda de los clientes como saber captar y retener el talento y, efectivamente, no es sencillo, debido fundamentalmente a las expectativas de las personas, que son tanto de carrera profesional como de desarrollo personal. No obstante, hoy por hoy, podemos afirmar que somos una de las multinacionales españolas de servicios TI más atractiva para trabajar. Ese espíritu se refleja, entre otras muchas cosas, en los planes que tenemos relacionados con la calidad del entorno de trabajo, donde aspectos como la disponibilidad de tiempo libre, el teletrabajo o la flexibilidad para conciliar vida profesional, personal y familiar, son clave.

Adicionalmente sirva como un gran ejemplo la inversión que hemos realizado en nuestras nuevas instalaciones de Madrid, en las que se agrupa un equipo de 400 profesionales y en las que el espacio de trabajo se ha adecuado a la naturaleza innovadora de nuestra actividad.

Otro ejemplo de diseño moderno de entornos de trabajo es la creación de un nuevo esquema organizativo para la coordinación de proyectos, donde hemos desplegado dentro del grupo nuevos sistemas y herramientas de colaboración en los que ponemos internamente a prueba las tecnologías que forman de las soluciones que ofrecemos a nuestros clientes; y continuamos avanzando en el uso de metodologías como Agile y DevOps.

<http://tinyurl.com/s6fy5kb>

Uno de los sectores en los que se están centrando, desde la adquisición de Brújula, es en el del turismo, ¿qué están aportando a este mercado? ¿Qué necesidades observan que tienen?

En comparación con otros ámbitos de actividad, el **sector del turismo** se encuentra en una posición de vanguardia en el uso de las TIC y es, al mismo tiempo, muy consciente de las múltiples oportunidades que le ofrecen las nuevas tecnologías. Una de las prioridades del sector es atraer, satisfacer y retener tanto al turista tradicional como al turista digital y, para ello, con Brújula desplegamos un conjunto de soluciones orientadas a conocer el comportamiento de uno y otro.

Somos un actor experto en la generación de contenido personalizado o smart content. Gracias a nuestra plataforma DKS EAP (Enterprise Analytical Portal) somos capaces de analizar y extraer conclusiones de las opiniones de los clientes en redes sociales y en plataformas web de referencia en el sector de los viajes, para crear contenidos digitales exclusivos y personalizados para cadenas y establecimientos hoteleros.

Del mismo modo y también enfocados a procurar experiencias únicas y altamente satisfactorias al cliente, sobre nuestra plataforma O2.Digital diseñamos soluciones de onboarding digital y de dispositivos inteligentes para los huéspedes, agilizando e imprimiendo eficiencia, así como personalización y exclusividad desde el proceso del check-in hasta cualquier otro proceso que este demande, como por ejemplo la solicitud de todo tipo de servicios de habitación, la reserva y gestión de transporte, contratación de eventos, compras, etc.

Una línea de avance con un gran recorrido en el sector turístico será todo lo relacionado con el Internet de las Cosas (IoT), que claramente ofrece muchas posibilidades a nivel de experiencia del cliente a través del uso de sensores y dispositivos avanzados como los espejos basados en realidad aumentada y otros dispositivos inteligentes. Todo ello generará una enorme cantidad de información y ahí será clave la gestión y analítica del Dato para obtener conclusiones diferenciales a la hora de tomar decisiones tanto para reducir costes como para obtener ventajas del lado de las ventas.

También y relacionado con el mundo IoT se obtendrán enormes ventajas en el ámbito de la eficiencia energética, sostenibilidad y seguridad, gestionando adecuadamente sensores inteligentes conectados.

<http://tinyurl.com/s6fy5kb>

## «Una línea de avance con un gran recorrido en el sector turístico será todo lo relacionado con el Internet de las Cosas»

Otra apuesta viene de la mano de las smart cities, ¿se está avanzando en este terreno? ¿la situación de inestabilidad política que vive España afecta a las inversiones?

Aunque probablemente más despacio de lo deseado, por la urgencia de dar respuesta a fenómenos como el calentamiento global o el cambio climático, estamos avanzando. Tenemos como ejemplos a Madrid y Barcelona que, en la última edición del Índice IESE Cities in Motion (ICIM), se sitúan en los puestos 24 y 28, respectivamente, entre un total de 174 ciudades de 80 países. Estas dos urbes españolas aparecen en el índice ICIM junto a ciudades como Valencia, Sevilla, Málaga, Palma de Mallorca, Zaragoza, La Coruña, Murcia y Bilbao, en posiciones posteriores; y, en su conjunto, destacan en las categorías de movilidad y transporte.

Efectivamente, cualquier situación de inestabilidad política afecta a las inversiones, fundamentalmente las dirigidas al desarrollo de nuevas infraestructuras. No obstante, creemos que la eficiencia energética y la sostenibilidad son una prioridad para los diferentes niveles de la Administración y también son un imperativo para el conjunto de las empresas. En este sentido, el Big Data, la analítica, la Inteligencia Artificial y, específicamente, el Internet de las Cosas (IoT) están acelerando el avance.

En este ámbito, Grupo CMC ocupa una posición diferencial en el mundo de los sistemas BMS (Building Management Systems) para la gestión de edificios inteligentes a través de tecnologías SCADAS e IoT. Entre los proyectos que hemos desarrollado hasta la fecha, cabe destacar la gestión inteligente en el edificio «La Vela» de la Ciudad BBVA, donde gestionamos más de 120.000 dispositivos y nos ocupamos de la eficiencia energética y la gestión medioambiental.

También somos un referente en el mundo de la generación de energía y, específicamente, en la implementación de soluciones para la gestión de la generación de energía en plantas fotovoltaicas, basadas en tecnología SCADA y funcionalidades avanzadas de movilidad. Y contamos, igualmente, con soluciones punteras, en el mundo del agua, fundamental desde el punto de vista estratégico y de la sostenibilidad,

<http://tinyurl.com/s6fy5kb>

y donde estamos contribuyendo a la mejora de los procesos de embalsado, potabilización, distribución y comercialización.

Y, por supuesto, no podemos olvidar la ciberseguridad y la protección de infraestructuras críticas, fundamentales en el correcto funcionamiento de las ciudades inteligentes y otra de las áreas en las que nuestra participación es muy activa y donde contamos con soluciones y servicios punteros.

Uno de los factores relevantes de la actualidad es el referente al apartado de los datos. ¿Cómo cree que evolucionará? ¿Por qué la apuesta de CMC por el entorno del dato? ¿Qué ofrecen a sus clientes?

El uso de las tecnologías de Big Data y analytics no es una opción, sino un imperativo. De hecho, y según la consultora IDC Research España, la mitad de la inversión tecnológica en 2019 estará relacionada con los datos y esta misma consultora vaticina que en 2022 el 80% del negocio de las organizaciones se generará con el desarrollo y la puesta en marcha de nuevos servicios digitales basados en los datos. En cuanto a las perspectivas de evolución, el camino de avance lo marcan las tecnologías de Inteligencia Artificial y Machine Learning.

Nuestra apuesta en este entorno es, por lo tanto, tan natural como estratégica y, además de contar con plataformas propias y diferenciales, para la gestión y el análisis de los datos, como la ya mencionada DKS EAP (Enterprise Analytical Portal), estamos desarrollando nuevas soluciones que hacen uso de soluciones como por ejemplo IBM Watson y de C3.AI, aplicadas a actividades directamente relacionadas con la explotación y el análisis de los datos como la relación con el cliente, el análisis de riesgo y la detección del fraude, el mantenimiento predictivo o la optimización de la cadena de suministro.

En este ámbito y, de acuerdo con nuestro ADN, ofrecemos a nuestros clientes soluciones perfectamente adaptadas a sus necesidades y retos, incluso cuando operan en el mismo sector de actividad, ya sea banca y seguros, turismo, energía y utilities, telecomunicaciones, industria, infraestructuras o retail, porque cada empresa tiene realidades y desafíos diferentes.

<http://tinyurl.com/s6fy5kb>

¿Qué aporta CMC en lo que se refiere a la seguridad de los datos? ¿Son conscientes las empresas de salvaguardar los datos de sus clientes?

La concienciación de las empresas sobre la importancia de garantizar la seguridad de los datos nunca ha sido tan profunda como en la actualidad. A ello ha contribuido, por un lado, el número creciente y la sofisticación de los ciberataques y, por otro, las nuevas exigencias regulatorias y, específicamente, el Reglamento General de Protección de Datos (GDPR), que ha dinamizado de forma notable el mercado de soluciones de ciberseguridad.

En el ámbito de la ciberseguridad, que es transversal a todas las unidades de negocio, contamos con un equipo que supera los 60 consultores expertos en seguridad y más de 20 en el campo de la automatización industrial, y hemos configurado, con productos propios y de terceros, una oferta de soluciones que ofrece una respuesta completa a los requerimientos de GDPR, desde cuatro vertientes: datos, perímetro, acceso y movilidad.

Destacaría, específicamente, nuestro conocimiento y experiencia en gestión de identidades, en protección de la información y gestión de los derechos de acceso y en seguridad industrial. Para ello contamos con nuestra propia plataforma IRM, Prot-On, e integramos y adaptamos soluciones de partners como Fortinet, Nozomi Networks, Empow y SecLab.

Finalmente, ¿qué distingue a CMC de sus competidores?

El mercado de servicios TIC es muy competitivo y es necesario diferenciarse. De hecho, en Grupo CMC siempre hemos buscado la diferenciación en el mercado. Para ello, nuestra estrategia se basa, en primer lugar, en un profundo conocimiento del negocio y de los desafíos de nuestros clientes. A través de este conocimiento y comprensión profundos, proponemos respuestas a estos retos de forma efectiva, ágil y eficiente. En la práctica, se trata de hacer trajes a medida en respuesta a estos desafíos, en base al conocimiento que tenemos del cliente y a la expertise tecnológica necesaria en cada caso.

Dentro de esta expertise tecnológica, buscamos que las soluciones estén siempre respaldadas por un componente de innovación muy importante y por profesionales altamente cualificados, con pasión por hacer las cosas bien. Nuestro slogan

<http://tinyurl.com/s6fy5kb>

“Connecting Talent & Technology”, refleja la importancia que otorgamos a contar con los mejores profesionales y a mantener, así mismo, una mirada atenta a la vanguardia de la tecnología para dar respuesta a las necesidades y desafíos de los clientes.

<http://tinyurl.com/s6fy5kb>