

En esta entrevista, la Presidenta de Hispasat desvela el potencial del grupo, cuya situación actual le sitúa como líder en los mercados de habla hispana y portuguesa. Según comenta Petra Mateos, Hispasat es el principal puente entre Europa y América para la prestación de servicios de comunicación por satélite.

ENTREVISTA A PETRA MATEOS, PRESIDENTA DE HISPASAT

«En la actualidad, Hispasat llega a más de veinte millones de hogares en la Península Ibérica y en Iberoamérica»

—¿Podría hacernos una breve introducción del estado de la industria satelital en Iberoamérica?

En una situación económica caracterizada por un fuerte cambio de tendencia en cuanto a crecimiento y recuperación de las inversiones, la industria satelital en Iberoamérica combina, en los últimos años, una muy fuerte competencia con una creciente expansión del mercado, y la consiguiente aparición de nuevas oportunidades. La agresiva competencia está condicionada, y en parte se explica por la existencia de operadores en situación especial, así como por el proceso de concentración. Sin embargo, los clientes valoran cada vez más la calidad, el servicio, las soluciones, la atención y la garantía de continuidad del operador. En este contexto, nuestra compañía apuesta con fuerza por su desarrollo en América y considera que el compromiso con los clientes y la eficiencia es una baza importante que juega a nuestro favor.



—¿Cómo situaría a su compañía en dicho escenario?

Tras un ejercicio de fortalecimiento y expansión para el grupo, Hispasat ha registrado un gran avance en su cifra de negocio y una importante mejora en sus magnitudes económico-financieras. Con más de 600 canales de televisión y radio en Europa y en América, un crecimiento de los ingresos por capacidad espacial de un 32 por ciento y un resultado que multiplica por 4,42 el beneficio neto alcanzado en el ejercicio 2004, el grupo está consolidado como el operador líder en los mercados de habla hispana y portuguesa, y principal puente de comunicación entre Europa y América para la prestación de servicios de comunicación por satélite.

El grupo Hispasat está preparado para cubrir importantes necesidades nuevas de los mercados corporativos de los gobiernos, que están suponiendo la aparición de nuevas expectativas en la provisión de servicios no sólo audiovisuales, sino también de acceso a Internet en banda ancha en Iberoamérica. Nuestra compañía presta servicios de Internet en banda ancha en doce países de América y tiene adjudicados importantes proyectos para soluciones corporativas así como de «inclusión digital» y conexión de escuelas y entornos rurales que, de no ser por los servicios prestados por el satélite, no tendrían acceso a las comunicaciones. El satélite permite avanzar en la universalización del acceso a las tecnologías y reducir la actual «brecha digital». Hispasat apuesta con fuerza por esta función del satélite, no sólo en Europa sino también y muy especialmente en América, donde las características geográficas de numerosos países dificultan el establecimiento de infraestructuras terrestres de comunicación.

Nuestros satélites permiten ofrecer servicios de comunicaciones con unos elevados estándares de calidad y potencia, tanto en banda C como en banda Ku, con coberturas específicas para América del Norte, América del Sur y Brasil, y capacidad transatlántica. A estas ventajas hay que añadir que Hispasat proporciona a sus clientes garantías de calidad en el servicio, redundancia y sistemas de seguridad y fiabilidad. Cuenta con dos centros de atención al cliente operativos 24 horas al día, siete días a la semana, que funcio-



**El grupo
está consolidado
como el operador
líder en los
mercados de habla
hispana
y portuguesa**

nan en inglés, castellano y portugués, a ambos lados del Atlántico. Hispamar Satélites, compañía brasileña con sede en Río de Janeiro, participada por nuestra compañía y por Telemar, es la sociedad encargada de llevar a cabo la comercialización del satélite Amazonas con el objetivo de construir desde Brasil un operador iberoamericano de satélites de telecomunicaciones.

—En el nuevo panorama de mercado en convergencia, ¿qué papel juega un operador satelital en general e Hispasat en particular?

Las líneas de actuación emprendidas nos sitúan como a uno de los operadores más prometedores, en un contexto cada

vez más globalizado y competitivo, en el que la demanda presenta evidencias de un crecimiento orgánico, impulsado principalmente por los nuevos servicios de televisión.

nacional. Es una compañía pionera en soluciones tecnológicas, se ha convertido en una empresa líder en el desarrollo de soluciones para trenes de alta velocidad y trabaja ya para desarrollar sistemas avan-

comunicaciones supusieron un elemento básico para la coordinación de las actividades de salvamento, evacuación y reconstrucción.

Junto a estas iniciativas, nuestra compañía participa en numerosos proyectos encaminados a impulsar la *universalización de las tecnologías* y a extender la Sociedad de la Información. El satélite es el vehículo más apropiado para facilitar el acceso a las tecnologías de la información en zonas alejadas geográficamente o zonas rurales, en las que no se dispone de infraestructuras terrestres. En España, y de la mano de la Entidad Pública Empresarial «Red.es», Hispasat ha desplegado más de 2.000 terminales para la conexión de centros públicos, aulas educativas y escuelas de zonas rurales.

Los servicios de banda ancha son estratégicos para Hispasat, ya que permiten ampliar el abanico de posibilidades

Hispasat mantiene su compromiso con la calidad y la eficiencia en los servicios prestados y en las operaciones, y estudia la puesta en marcha de nuevos proyectos que le proporcionen mayor capacidad en órbita a medio plazo.

—¿Cuáles son los servicios clave de la compañía y hacia dónde va a dirigir su estrategia para mantener su actual liderazgo?

Dentro de su línea de actuación como promotor de soluciones de alto valor tecnológico, nuestra compañía se ha convertido en una referencia en el ámbito internacional por su carácter pionero en *innovación*. El grupo lidera la innovación en servicios de banda ancha por satélite y apuesta con fuerza por la investigación para el desarrollo de nuevos servicios y aplicaciones, entre los que destacan la prestación de servicios de Internet en *banda ancha* en trenes de alta velocidad en Europa, las demostraciones de Televisión en Alta Definición sobre IP, las primeras demostraciones del sistema de procesado a bordo «Amerhis», embarcado en Amazonas, y los trabajos de investigación y desarrollo, que configuran la segunda fase del proyecto europeo de innovación «Satlife».

Para una compañía como Hispasat, los servicios de banda ancha son estratégicos, ya que permiten ampliar el abanico de posibilidades más allá de la pura venta de capacidad espacial. Hispasat ha apostado con fuerza por ello y, en la actualidad, cuenta en Europa con la mayor plataforma DVB en el ámbito inter-

zados a bordo de aviones comerciales, que permitirán Internet de alta velocidad, telefonía móvil y TV en directo.

Hispasat es consciente de la función social que pueden desarrollar los satélites de comunicación en el mundo actual y apuesta por ello por su uso como solución idónea para las comunicaciones ante situaciones de *catástrofes y emergencias*. Los satélites contribuyen al rápido despliegue de infraestructuras de telecomunicación cuando no es posible la utilización de las redes terrestres y se convierten, en estos casos, en la única alternativa viable. En 2005, el satélite Amazonas se ha utilizado para proporcionar servicios de emergencia en Nueva Orleans, después de la catástrofe provo-

—Su compañía está realizando pruebas tecnológicas en el campo de la Televisión en Alta Definición (HDTV), ¿cómo está resultando?

Hemos impulsado numerosas actividades en fomento de la HDTV con la más moderna tecnología. Se han realizado demostraciones utilizando el formato MPEG-2, para distribución profesional por satélite, y el formato MPEG-4, para el servicio de TV multicanal directo al hogar (DTH), transmitiendo eventos deportivos en Alta Definición desde España a Estados Unidos de manera continuada. En 2005, se ha realizado la primera transmisión de Televisión en Alta Definición

Hispatat participa en nuevos proyectos de universalización de las tecnologías y de inclusión digital o reducción de la «brecha digital»

cada por el huracán Katrina. Gracias a la alta potencia del haz sobre América del Norte del satélite Amazonas, a través de una antena transportable de reducidas dimensiones, fue posible el establecimiento de enlaces para comunicaciones de emergencia desde la zona afectada. Estas

en Estados Unidos a través del satélite Amazonas, con ocasión de la feria NAB en Las Vegas. Los satélites de Hispasat distribuyeron, con la Asociación de Cine Digital, películas de cine en Alta Definición de manera simultánea en 75 salas de cine en España en una experiencia piloto.



El grupo ha sabido combinar su amplio conocimiento en innovación tecnológica con su liderazgo en soluciones de banda ancha y ha sido capaz de llevar a cabo, de manera pionera, demostraciones de vídeo sobre IP (*Internet Protocol*) con unidades móviles, así como pruebas técnicas y demostraciones de Televisión en Alta Definición sobre IP.

—¿Qué importancia tiene para ustedes la comercialización de la HDTV?

La comercialización de la Televisión en Alta Definición en España y en Europa supondrá un importante hito estratégico para el grupo Hispasat que afronta, con espíritu innovador, los nuevos retos y las nuevas oportunidades de este cambio tecnológico.

El lanzamiento comercial de la Televisión de Alta Definición en España supondrá un hito en el desarrollo estratégico de la compañía. El satélite es el medio natural por excelencia para el desarrollo de los servicios de Alta Definición, debido a sus prestaciones óptimas para la radiodifusión de gran cantidad de ancho de banda.

Nuestros satélites ofrecen ventajas competitivas para las transmisiones TVAD gracias a su alta potencia, tanto para transmisiones profesionales como domésticas.

La implantación de la televisión digital y la comercialización de la Televisión de Alta Definición marcarán el rumbo del sector audiovisual en los próximos años

y, por tanto, su configuración. Hispasat, consciente de las novedades que se acercan, trabaja para ofrecer nuevos servicios a sus clientes. El satélite es un elemento fundamental en el despliegue de la TDT y puede considerarse como un aliado estratégico dentro del proceso de implantación de la televisión digital. Su cobertura global le permite configurarse como el vehículo más potente capaz de desplegar muy rápidamente una red de transporte para alimentar los reemisores de la red de difusión terrestre TDT, mediante enlaces de muy alta calidad y con una disponibilidad superior al 99,99%. Los satélites de

Hispasat son utilizados como red de transporte primaria, aportando, entre otras ventajas, la cobertura global, el rápido despliegue, una muy alta fiabilidad y costes optimizados.

—Cambiando de tema, ¿se han cumplido las expectativas depositadas en el satélite Amazonas?

El impulso dado al proceso de comercialización del satélite Amazonas nos ha permitido irrumpir con éxito en mercados distintos de los tradicionales, al tiempo que ha facilitado la captación

de clientes estratégicos y el refuerzo de su posición competitiva en el mercado iberoamericano.

El proceso de comercialización se ha desarrollado con rapidez. El satélite registraba, a cierre de 2005, una tasa de ocupación en permanencia superior al 65%, nivel que supone todo un récord en el primer año de explotación comercial de un satélite. Para el cierre de 2006, se prevé una tasa de ocupación en permanencia de este satélite del 77%.

Como ya he indicado, el proyecto Amazonas se organizó a través de Hispamar Satélites, sociedad participada por el Grupo Hispasat y por el operador de telecomunicaciones brasileño Telemar. La participación de Telemar en este proyecto es de gran relevancia, ya que se trata de la mayor empresa de telefonía de América del Sur, que utiliza de manera intensiva el satélite para ofrecer sus servicios de comunicaciones. El satélite Amazonas se presenta como un instrumento muy importante para su desarrollo estratégico y de negocio.

Hispamar Satélites ha realizado un esfuerzo sin precedentes en la búsqueda de nuevos mercados y clientes. En Brasil tenemos como clientes a grandes empresas como Petrobrás, así como a las principales operadoras de telefonía fija y móvil del país. Hispamar es además líder en la prestación de servicios de comunica-

El satélite es el medio natural por excelencia para el desarrollo de los servicios de Alta Definición

ción para sistemas de tele-enseñanza. Se han llevado a cabo importantes migraciones de redes de telecomunicaciones al nuevo satélite, entre las que destacan la red de comunicaciones de Telemar, la red de distribución de telefonía y datos de Telefónica CTC Chile, así como nuevos despliegues de redes (VIVO) y enlaces para servicios corporativos avanzados.

La comercialización del nuevo satélite ha facilitado el posicionamiento del grupo Hispasat como empresa líder en la prestación de todo tipo de servicios de telecomunicaciones de calidad en el continente americano. El satélite Amazonas,

además de situarse en una posición orbital privilegiada, es el primer satélite que contiene, a bordo, un sistema de procesamiento inteligente «Amerhis», la tecnología más avanzada para comunicaciones multimedia por satélite. El grupo ha desarrollado dos plataformas de banda ancha, una en Madrid y otra en Río de Janeiro, desde las que ofrece servicios y soluciones multimedia en banda ancha en doce países de América.

—¿Tienen previsto aumentar la flota de satélites en breve?

En la actualidad, Hispasat está analizando posibilidades estratégicas de crecimiento, que pasan tanto por la construcción de nuevos satélites como por la realización de alianzas o el alquiler de capacidad, siendo el satélite Amazonas una de nuestras vías de crecimiento natural.

En 2005 hemos avanzado también en el desarrollo de otras áreas. Se ha hecho realidad el programa español de comunicaciones por satélite del Ministerio de Defensa español. El lanzamiento con éxito de los satélites Xtar-eur y Spainsat, en febrero de 2005 y en marzo de 2006, respectivamente, a través de HISDESAT Servicios Estratégicos, ha permitido un gran avance en la prestación de *servicios gubernamentales* ofrecidos al Ministerio de Defensa español y a otros gobiernos de países aliados y amigos. Este sistema de comunicaciones gubernamentales seguras por satélite ofrece cobertura en dos terceras partes de la superficie terrestre y permite triplicar la capacidad en cuanto a potencia, ancho de banda, seguridad y flexibilidad. En el programa de esta nueva generación de satélites ha participado la industria aeroespacial española generando retornos industriales de alto valor tecnológico.

En Europa se está trabajando en uno de los proyectos más importantes del sector, el proyecto Galileo, para el desarrollo de un Sistema Global de Navegación por Satélite, como réplica al GPS norteamericano. El proyecto ha superado ya la fase de definición y se encuentra actualmente en fase de desarrollo. Hispasat aportará su amplia experiencia y capacidad en la gestión y operación del sistema, al tiempo que permitirá la generación de

retornos de calidad y muy alta cualificación, no sujetos a deslocalización para la industria española, tanto en el desarrollo de infraestructuras como en la prestación de servicios de soporte en los que la industria española ofrece condiciones muy competitivas. La participación española en el proyecto supone un paso más en el papel de Hispasat de dinamizador de la industria aeroespacial española. Nuestra compañía es miembro fundador del Consorcio Unificado, que se convertirá en la futura empresa concesionaria y miembro fundador de OpCo, empresa que se encargará de las operaciones del sistema. Hispasat participará desde su Centro de Control de Arganda en la operación de los 30 satélites de la constelación Galileo. La función del grupo puede ser también determinante en la expansión de Galileo en Iberoamérica.

En *investigación y desarrollo tecnológico*, la compañía es una pieza clave en el desarrollo de la industria aeroespacial y de telecomunicaciones de España, al impulsar el crecimiento de los citados

En la actualidad, Hispasat llega a más de veinte millones de hogares en la Península Ibérica y en Iberoamérica

sectores y el acceso a nuevas tecnologías de elevada sinergia y valor añadido. Hispasat facilita además la utilización y el desarrollo de tecnología espacial, con importantes efectos inducidos directos en los sectores de la comunicación, seguridad, localización y navegación, e indirectos de la industria tradicional. A lo largo de sus más de quince años de experiencia Hispasat ha generado más de quinientos millones de euros en retornos para la industria española. ●

Pilar Gascón Zapata,
Directora de Comunicación de AhiCiet