

Y TÚ, ¿CÓMO INNOVAS?

[TELEVÉS]

La innovación como referencia en la Galicia de las comunicaciones

▶▶▶ La multinacional gallega Televés acaba de implantar un sistema integral de televisión en el templo Dhammakaya de Bangkok

LUISA LÓPEZ

Hablar de innovación en Galicia es hablar de Televés. La multinacional gallega tiene en su haber cientos de proyectos de I+D desarrollados por todo el mundo que la han hecho convertirse hoy en lo que es: una empresa tecnológica de referencia mundial. «Solemos decir que la innovación forma parte del ADN de Televés y no es un cliché», introduce Sergio Martín, director de Comunicación de la compañía. Televés nació hace más de 50 años, vinculada al nacimiento de la tecnología de la televisión en España y, desde entonces, su crecimiento se ha apoyado siempre en el desarrollo de tecnología innovadora y fabricación. A lo largo de su historia, ha lanzado al mercado más de 1.500 productos propios y ha registrado un buen número de patentes de invención. «En nuestro caso, la innovación no solo se aplica al desarrollo de productos, sino también a la implementación de procesos de fabricación punteros. En este sentido, fuimos pioneros en nuestro sector en la introducción de líneas robotizadas hace ya más de 25 años y ahora volvemos a serlo liderando procesos vinculados al concepto de la Industria 4.0», apunta Martín.

La empresa acaba de lanzar al mercado TForce, que es la tecnología de Televés para diseñar, fabricar y montar sus propios componentes MMIC (Monolithic Microwave Integrated Circuits). «Se trata de un gran salto adelante en miniaturización electrónica, que nos otorgará una gran libertad a la hora de diseñar nuevos productos, ya que desarrollaremos nuestros propios circuitos, sin dependencia de proveedores externos. La innovación es el vector que permite a Televés estar a la vanguardia en sectores

globalizados, muy competitivos e intensivos en tecnología».

La empresa acaba de implantar un sistema integral de televisión en el templo Dhammakaya de Bangkok. «Proyectos como este son soluciones integrales para la distribución de servicios de telecomunicaciones en edificios especiales, que abarcan desde hoteles hasta centros de convenciones o estadios. Tenemos una gran experiencia en ese segmento, con proyectos en todo el mundo, y de hecho es uno de nuestros nichos de crecimiento dentro de lo que es nuestro ámbito de actuación clásico, que es el de las infraestructuras de telecomunicaciones», apunta. Sergio Martín explica que Televés ha decidido apostar por el sector socio-sanitario, con el producto CareLife, desarrollado para el cuidado y mejora de la calidad de vida de personas mayores y dependientes desde una perspectiva del fomento del envejecimiento activo. «Aquí estamos aplicando el concepto vanguardista de *Teleasistencia Ubicua*, con dispositivos capaces de aprender de las personas monitorizadas para prestarles el mejor cuidado, respetando en todo momento su intimidad y fomentando su independencia. Al mismo sector se orienta nuestro concepto de habitación inteligente, que hemos

desarrollado para el Sergas en colaboración con Indra, en el marco del proyecto Sisens, que ya ha merecido el premio de la Fundación Ad Qualitatem en la categoría de aplicación TIC a la mejor iniciativa en Calidad, Sostenibilidad e Innovación en el sector socio-sanitario». Y añade: «Toda esta línea de diversificación hacia nuevos sectores, que marca el presente y, sobre todo, el futuro de Televés, dará un gran salto adelante con la tecnología TForce, que nos abrirá las puertas de ámbitos sectoriales como la aeronáutica, la energía o la automoción».

LA COMPAÑÍA DEDICA UN 7 % DE SU FACTURACIÓN A I+D+i

Los recursos de innovación están actualmente concentrados en el propio Centro Tecnológico de Televés. Anualmente, la compañía dedica a I+D+i una inversión media de 7 % de su facturación. «Nuestros proyectos se alinean, por una parte, con los resultados de nuestra escucha permanente al mercado y, por otra, con las pautas que establece la Agenda Digital Europea y el programa marco de innovación de la UE Horizonte 2020», señala el director de comunicación.

Claves para innovar

▶▶▶ **ESTRATEGIA.** La innovación conlleva un proceso de análisis del entorno indispensable para poner en marcha acciones que aporten cambios a la realidad empresarial. Es necesario pensar en la repercusión que impliquen esos cambios y las nuevas situaciones.

▶▶▶ **INVESTIGACIÓN.** Innovar obliga a dar un paso antes: investigar, analizar el tejido empresarial y estudiar bien el mercado. Es necesario conocer la competencia para diseñar una estrategia en la que se contemplen las debilidades y fortalezas del producto y de su comportamiento en el entorno.

▶▶▶ **SALIR DE LA ZONA DE CONFORT.** No hay que tener miedo al proceso de innovación. A veces, implica ir a contracorriente o trabajar de una forma poco convencional. Es necesario salir de la zona de confort y actuar con atrevimiento, siempre que no se ponga en riesgo la idea empresarial.

▶▶▶ **PRESUPUESTO.** Cualquier cambio en la empresa lleva consigo una inversión financiera para emprender nuevas acciones. En los procesos de innovación, el empresario arriesga, pero le llevará a incrementar su volumen de negocio a través del lanzamiento de nuevas líneas, productos o servicios.

▶▶▶ **EQUIPO.** El proceso de implementación de la innovación conlleva un esfuerzo a todos los niveles. La mecánica de trabajo debe estar muy clara y el equipo es muy importante. Solo un buen líder es capaz de gestionar un equipo es un momento crucial de la empresa como es la incursión de novedades estructurales.



Sergio Martín asegura que la innovación «forma parte de nuestro ADN como empresa»

Televés cuenta con diez filiales internacionales, en países como Portugal, Francia, Reino Unido, Italia, Alemania, Polonia, Rusia, Estados Unidos, China y Emiratos Árabes. Además, dispone de una red mundial de distribuidores que le permiten hacer llegar sus productos a más de cien países en los cinco

continentes. El futuro es prometedor para Televés. «Acabamos de participar en la feria Angacom, que es una de las grandes referencias del sector a nivel mundial y, desde luego, la principal cita en el ámbito europeo. Ese marco da una idea fiel de cuál es nuestra actualidad y sin duda hemos logrado un gran

impacto con la presentación de la tecnología TForce. Además, hemos dado a conocer el primer equipo que nacerá de la aplicación de esa tecnología, la antena Dat Boss TForce, que incrementa notablemente el área de cobertura respecto al modelo anterior», cuenta su director de Comunicación, Sergio Martín.