

## TELEVÉS

### Retos, oportunidades y valores

Los actores del sector de las Telecomunicaciones nos enfrentamos a una coyuntura compleja, con zonas de sombra que no sería prudente obviar, pero también con la promesa de interesantes oportunidades al alcance de quien sepa atraparlas. Como empresarios, nos preocupan situaciones como la caída de la construcción residencial, que ha tenido un lógico impacto en el negocio de la instalación común de telecomunicaciones (ICT). Como técnicos, nos fascina poder jugar un papel protagonista en el proceso de transición a la televisión digital terrestre (TDT).

## Televés

Sergio Martín, responsable de comunicación.



La TDT supone un gran cambio tecnológico, pero también la apertura de un amplio abanico de oportunidades de negocio. Desde el punto de vista de una empresa como Televes, única firma en el sector con I+D+i y fabricación en toda la gama de productos para la gestión de la señal de la radio-televisión, desde la antena hasta el receptor, la visión de la TDT es muy clara.

La compañía lleva años preparándose para la televisión digital y el escenario futuro de negocio que dejará este cambio tecnológico, con fuertes inversiones en investigación y desarrollo, y en la implantación de líneas de fabricación de vanguardia. Esto ha hecho posible que prácticamente todos los productos estratégicos del catálogo actual de la compañía hayan sido desarrollados específicamente para esta tecnología. Y explica también el papel protagonista que Televes está jugando en el despliegue digital, que llevará la señal de la TDT a todos los hogares españoles y situará a nuestro país en primera línea dentro del contexto europeo.

No obstante, un grupo multinacional como Televes, con presencia comercial en más de 80 países, no puede dejar de pensar en términos globales. España ha optado por un ambicioso calendario de transición a la TDT, que la sitúa en el grupo de cabeza. Pero antes de 2012, fecha fijada por la Unión Europea para el cese de emisiones analógicas, todos los países del Viejo Continente deberán haber completado el proceso de transición a la TDT.

Televes está preparada para aprovechar esa oportunidad para consolidar su liderazgo en aquellos mercados en los que goza ya de una posición preferente, y para reforzar su presencia en los demás. En particular, los países de Europa Central y del

Este ofrecen excelentes perspectivas. Este reforzamiento del perfil internacional de la compañía significará un incremento de las ventas en el exterior, que estimamos que en el plazo de tres años podrían suponer el 50% de la cifra de negocio total del Grupo.

Innovaciones como la antena DAT HD, la primera antena inteligente, desarrollada específicamente para la televisión digital, o el medidor de campo H45, el primero de su clase que incorpora el procesado digital, serán desde el punto de vista del producto algunos de los pilares de esa estrategia de crecimiento. También será clave el desarrollo de algunas de las filiales del Grupo más jóvenes y pujantes, como Tredess, especializada en el diseño, desarrollo y fabricación de equipamiento de difusión y transmisión de gap-fillers para la cobertura de la televisión digital; Gsertel, especializada en el desarrollo de equipos de medida; o Arantia, dedicada a la ingeniería, instalación y gestión de servicios y soluciones audiovisuales para grandes negocios y hoteles.

Desde la dirección de Comunicación del Grupo Televes, nuestra contribución a los planes de desarrollo de la empresa pasa por hacer llegar esos valores corporativos a nuestros públicos objetivos y hacer visible el liderazgo de la compañía. Para ello, hemos comenzado a poner en marcha un conjunto de herramientas que se caracterizan por su alcance global y por el uso intensivo de las nuevas tecnologías. Sabemos, no obstante, que nuestra verdadera fortaleza es contar con la implicación y el trabajo diario de los más de 800 empleados que integran nuestra organización.