

Capítulo 17

HISPASAT

“HISPASAT Brasil fortalece el liderazgo del Grupo en los mercados de español y portugués”.

“Desde la entrada comercial en 2005 del satélite, Amazonas 1 ha captado más del 70% de la demanda regional”.

“Brasil es un país emergente con un fuerte crecimiento del mercado de las telecomunicaciones”.

Por HISPASAT, S.A.

Departamento de Comunicación

El Grupo HISPASAT, en su vocación internacional y de crecimiento en los mercados de Latinoamérica, constituyó en 1999 la sociedad HISPASAT Brasil.

En 2001, y tras obtener los derechos de explotación de la posición orbital 61° Oeste en banda Ku, HISPASAT realizó una *joint venture* con Telemar (actualmente, Oi, tras la fusión de Telemar y Brasil Telecom), constituyendo HISPAMAR Satélites S.A., sociedad encargada de comercializar la capacidad instalada en el satélite Amazonas 1, que fue puesto en órbita a finales de 2004.

Desde su implantación en Brasil, el Grupo HISPASAT ha ido formando un grupo de empleados compacto, altamente cualificado y focalizado en la creación de valor, a través de la excelencia en el servicio y la atención al cliente, captando más del 70% de la demanda regional desde que comenzara la comercialización del satélite Amazonas 1, en 2005.

HISPASAT puso en marcha en el año 2006, con apoyo unánime de sus accionistas, un plan de crecimiento que incluye el lanzamiento de cinco nuevos satélites. El primero de ellos, el Amazonas 2, se lanzó en octubre de 2009. Amazonas 2, el mayor satélite con cobertura panamericana, desde Alaska hasta Tierra del Fuego, ofrece coberturas optimizadas sobre Norteamérica y Sudamérica gracias a su elevada potencia.

A través de su flota de satélites, el Grupo HISPASAT ofrece en la región una gran variedad de productos y servicios para la difusión de contenidos de plataformas digitales de Televisión Directa al Hogar (DTH) y de la Televisión de Alta Definición (HDTV), así como el despliegue de redes de telefonía fija y móvil, transmisión de programas de tele-enseñanza y telemedicina, así como servicios de acceso a Internet en entornos fijos y móviles.

| Posición orbital | Satélite | Nº de transpondedores | Año de lanzamiento |
|------------------|------------|-----------------------|--------------------|
| 61º Oeste | Amazonas 1 | 51 (32 Ku, 19 C) | 2004 |
| 61º Oeste | Amazonas 2 | 64 (54 Ku, 10 C) | 2009 |

En 2009, la facturación del Grupo en Brasil ascendió a más de 47 millones de euros, lo que equivale a un crecimiento de un 12% con respecto al año anterior. América representa ya el 32,7% de los ingresos totales del Grupo.

Entre los aspectos positivos de Brasil cabe resaltar la buena cualificación general del profesional brasileño, en especial en el área técnica, donde hay una oferta muy interesante para el sector de las telecomunicaciones.

HISPASAT ha encontrado en Brasil un mercado idóneo para establecerse y ofrecer servicios innovadores desde sus plataformas tecnológicas satelitales, para así poder ampliar su actividad al resto del mercado latinoamericano.

Todo ello ha permitido aprovechar el amplio crecimiento del sector de las telecomunicaciones en el periodo 2005-2008, donde ha eclosionado la comunicación móvil y el despliegue de plataformas digitales de Televisión (con un crecimiento del 20% de la base de suscriptores en 2008).