

# La compañía gallega Televés, un ejemplo de Con la antena

# innovación en tecnología para la televisión bien puesta

Desde 1958, la empresa familiar Televés fabrica y comercializa equipos para la recepción y distribución de señales de televisión. Con un 40% del mercado, ahora apuesta por la domótica.

**A** quién le apetece levantarse del sofá cuando está viendo su programa favorito para llamar al niño que está en su habitación? ¿Algún voluntario para volver pronto a casa y encender la calefacción y el riego del jardín? La respuesta la tiene Televés, una empresa familiar gallega que ha desarrollado una plataforma tecnológica –TelevésIntegra– para prestar unos revolucionarios servicios de domótica, cuya comercialización se inició a finales del año pasado.

El hogar inteligente es el último hito en una historia empresarial repleta de innovaciones que comenzó en el taller de la compañía allá por 1958. Aquel año, cuando las primeras emisiones de televisión llegaban a los privilegiados receptores que existían en la época, Televés comenzó a comercializar sus equipos, llegando a facturar 400.000 pesetas.

Casi medio siglo después, este grupo especializado en recepción y distribución de señales de televisión y en telecomunicaciones del hogar está formado por doce empresas, cuenta con 550 empleados en plantilla y factura 111 millones de euros. Entre otros productos estrella de Televés, cabría citar las centralitas de instalaciones colectivas y las tomas de televisión en los hogares. Con



la comercialización de todos estos productos, Televés tiene el 40% del mercado.

## Innovación constante

¿Cómo ha crecido esta empresa nacida en Santiago de Compostela hasta lograr el doble de cuota de mercado que sus más inmediatos competidores (Ikusi, Alcad Electrónica y Fagor Electrónica)? **Transformando su visión.** La compañía ha tenido un desarrollo paralelo al del mercado de la televisión en España y en el mundo, adaptando su misión a esa evolución. Así, no ha parado de innovar y crear nuevas soluciones para los diferentes sistemas de televisión que han ido surgiendo. Primero se centró en la televisión analógica, luego se pasó a la televisión por satélite y continuó con la de alta definición, la televisión digital por satélite y, ahora, con la digital terrestre. ➤

## Un equipo gestor

Televés es fruto de la inquietud científica y técnica del farmacéutico Ricardo Bescansa y el agente comercial Amador Beiras. Posteriormente se unió como socio Domingo Carrascal, ingeniero industrial y actual presidente de la compañía. José Gabriel Barreiro, hoy consejero delegado, se incorporó a los pocos meses y ha dirigido la compañía hasta ahora. El accionariado se mantiene en manos de las tres familias fundadoras y del consejero delegado.



Los fundadores de Televés iniciaron el negocio fabricando antenas de televisión.

## estable y competitivo

Contar con un equipo gestor estable ha sido clave para Televés. Su perfil emprendedor, también. Por ello, fueron capaces de tomar decisiones, a veces, drásticas.

**Crear industrias auxiliares.** La empresa estaba demasiado lejos de los grandes centros industriales, lo que complicaba la relación con los proveedores. Entonces decidieron desarrollar en Santiago de Compostela las industrias auxiliares que necesitaban para su completa independencia. Según Jorge Lorenzo, "esta forma de abordar las necesidades de la producción, creando empresas propias, resultó ser

una gran ventaja competitiva para Televés".

### Desarrollar tecnologías propias.

Invierten en I+D y centran su actividad en las tecnologías que dominan. Por ejemplo, acaban de obtener su tercera patente europea de invención. "Somos la única compañía española que las tiene en el sector electrónico", destaca Lorenzo.

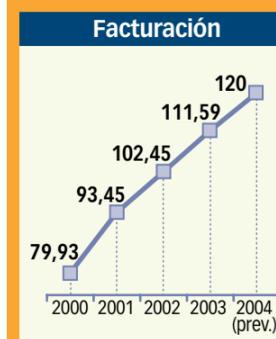
### Penetrar de forma homogénea.

Su estrategia comercial ha consistido en organizar la comercialización de sus productos y servicios en torno a sus instaladores oficiales, lo que le ha permitido penetrar homogéneamente en todos los mercados.

## Un buen negocio, y además, en expansión

Los 111 millones de euros que Televés facturó en 2003 se convertirán en 120 millones este año, según las previsiones del grupo. Por tanto, se mantendrá el crecimiento sostenido que ha registrado la firma gallega en los últimos ejercicios. El negocio internacional, que supone alrededor del 40% del volumen total, está siendo clave en la expansión

de Televés. En la actualidad, sus productos llegan a más de 80 países y dispone de filiales en Portugal, Francia, Reino Unido, Emiratos Árabes y, próximamente, Italia. Además, mantiene relaciones comerciales con grandes operadores de televisión, como Ecostar en EE UU, Sky TV en Reino Unido, Digital +, TV Cabo y otros de países como Corea y Suecia.



Fuente: Grupo Televés



Fuente: Grupo Televés



Fuente: Grupo Televés



TelevésIntegra presta servicios mediante cable de televisión.



## El hogar del futuro que nos prepara Televés

**T**elevésIntegra constituye el nuevo giro en la estrategia innovadora de la empresa gallega. Se basa en que la vivienda y los edificios actuales incorporan un gran número de nuevos servicios *inteligentes*, prestados a través del cable utilizado para transmitir la señal de televisión. La aportación de TelevésIntegra es doble: servicios domóticos y sin realizar nuevas conexiones.

**Servicios domóticos**  
TelevésIntegra permite disponer de servicios domóticos

de control del hogar, de transmisión de datos de alta velocidad, de videoportería, seguridad y telefonía interior, así como compartir redes informáticas. Todo ello con una instalación sencilla y un único pago, que para un hogar medio está en unos 2.000 euros de gasto. Todos los nuevos servicios inteligentes se realizan desde el teléfono, fijo o móvil, y el televisor. Es decir, no se crean otras instalaciones que necesiten nuevos aparatos para su programación

y control. El cable que transmite la señal de televisión se transforma en una auténtica autopista para la transmisión de las señales digitales (datos, imágenes, voz, etc.).

### Estrategia segura

Julián Seseña está convencido de que la domótica es un área de desarrollo natural para Televés. "Esta empresa dispone de lo más importante para hacer desarrollos innovadores en domótica: el conocimiento del cliente y del mercado alrededor del hogar". Y



cuenta con 350 instaladores en las principales localidades de España.

### El mayor reto

Seseña asegura que el prestigio profesional y comercial de Televés le facilita la entrada de nuevos productos y servicios, lo que le permite afrontar los retos de la innovación con cierta ventaja sobre

los demás. No obstante, advierte de que el principal riesgo para cualquier nuevo producto o apuesta comercial es el plazo de despliegue que tenga el mercado. "Hacer ver a los clientes las ventajas materiales, sociales y de bienestar de los nuevos productos en este sector será el mayor reto de Televés".

## Problemas con la demora digital

**E**n 2012 se dejará de utilizar el sistema analógico de emisión de televisión. Pasaremos de la televisión pasiva a disfrutar de miles de servicios interactivos. En esa fecha todas las emisiones televisivas terrestres tendrán que ser digitales.

### Por delante de la legislación

El sentido de la anticipación de Televés hace que a veces vaya un paso por delante de las normativas legales que regulan una tecnología. Esta circunstancia le ha acarreado más de un problema. Así, su negocio se enfrenta actualmente a la demora legislativa sobre el desarrollo y la implantación de la televisión digital terrestre (TDT). Jorge Lorenzo reconoce:

"Quizá una de nuestras mayores dificultades provenga de los excesos del legislador, tanto a nivel europeo como nacional, así como del desarrollo técnico posterior de la legislación. El Gobierno español ha retrasado más de dos años su decisión y plan técnico. Esta demora no es buena para el sector".

### Popularización inmediata

Para recibir los programas de TDT no son necesarias antenas parabólicas ni cable, es suficiente con tener la misma antena individual o colectiva que se utiliza en la actualidad, mejor si está preparada para una perfecta recepción de la TDT. "Por otra parte, como los televisores actuales pueden

recibir la señal digital, su popularización sería inmediata". La única inversión necesaria será la adquisición de un sintonizador que conectaremos a nuestro televisor, o en su caso, un televisor digital preparado para recibir tanto la TDT como los programas actuales.

### Sólo la unión hace la fuerza

En opinión de Jorge Lorenzo, "para superar todas estas dificultades, nuestro sector tiene que actuar unido a través de AETIC (Asociación de Empresas de Electrónica, Tecnologías de la Información y Telecomunicaciones de España) y de los foros europeos, como el ya activo DVB (Digital Video Broadcasting)".

*TelevésIntegra podría estar en el 10% de las 500.000 viviendas que se construyen al año*

► **Con errores y aciertos.** El experto Julián Seseña, doctor ingeniero de telecomunicaciones y vicepresidente de la Comisión 4 de la Unión Internacional de Telecomunicaciones, destaca que Televés ha desarrollado muchos productos en su historia. No obstante, señala que "aunque muchos de ellos son conocidísimos y muy respetados profesionalmente, probablemente los

que producen los mejores resultados económicos son una minoría".

En efecto, algunos productos han tenido menos impacto en el mercado. Por ejemplo, el que permitía la adaptación de la televisión analógica a la digital en las comunidades de vecinos.

**Sin dejar de innovar.** Como precisa Jorge Lorenzo, director general adjunto de la empresa, el concepto TelevésIntegra se

remonta a 1996. Aquel año, los responsables del grupo se plantearon utilizar el cable de televisión, que tienen todas las viviendas, para crear una verdadera autopista de la información y controlar un sinfín de procesos a través de él.

Lorenzo explica que en aquel momento no había una solución similar en el mercado, por lo que comenzaron a trabajar en ella. "¿Que si es una apuesta de futuro? Está claro que sí, dado que se trata de dar valor y contenido al ancho de banda del cable que no se utiliza en la recepción de señales de TV; es decir, añadimos un nuevo negocio a otro ya existente, por lo que pensamos que es una apuesta a caballo ganador. Hablamos de una línea de transmisión de señales y datos apantallada, blindada, que no irradia ni interfiere otro tipo de señales, y que dura más de 20 años", afirma Lorenzo.

Los clientes de TelevésIntegra pueden encender la calefacción, activar el riego del jardín o atender el videoportero sin necesidad de estar en casa.

También pueden comunicar telefónicamente las distintas estancias del hogar y compartir desde diferentes puntos un acceso a Internet a alta velocidad sin cables.

Todo esto es posible al convertir la red de televisión en una red de datos interna, que pone en contacto permanente los diversos elementos y equipamientos con que cuenta la casa. Y éstos pueden ser controlados, activados o desconectados a través de un teléfono fijo o móvil y también de la propia televisión.

### Previsiones ambiciosas

Los resultados de TelevésIntegra –proyecto en cuyo desarrollo y lanzamiento se han invertido más de seis millones de euros–, son una incógnita. Los directivos de la compañía están esperando a que se cumpla el primer año de su comercialización para hacer balance, si bien sus previsiones son ambiciosas.

Calculan que si en España se construyen unas 500.000 viviendas anualmente, podrían instalar su producto en aproxi-

madamente el 5% o el 10% de ellas durante los próximos tres o cuatro años. Esto supondría crear hasta 50.000 hogares inteligentes al año, con un volumen de negocio para la firma gallega de dos o tres millones de euros anuales. ¿Qué factores ayudarán a alcanzar su objetivo?

**Una estrategia comercial.** Televés está en contacto permanente con todos los profesionales que intervienen en la construcción de una vivienda o en el mantenimiento de una ya construida. Fundamentalmente, con los promotores, los arquitectos, los ingenieros de telecomunicaciones y los instaladores. Se relaciona con ellos habitualmente de forma directa, pero también a través de los cursos de formación que organiza y de los colegios profesionales de los que éstos forman parte. No hay que olvidar que estos profesionales son, en definitiva, los que deciden y contratan el tipo de instalaciones, de servicios y de calidades con los que contará el hogar. Con todos ellos, la empresa está realizando una intensa

labor de promoción para publicitar su nuevo producto.

Una vez que los promotores de una vivienda, o los propietarios de otra ya construida, han decidido instalar la plataforma de la firma gallega, tienen que dirigirse a las empresas instaladoras (más de 350 homologadas), que son las que compran el producto a Televés. En el caso de que un usuario particular solicite la plataforma directamente a Televés, ésta le remite a uno de sus instaladores. **La escasa competencia.** En España existe cerca de un centenar de empresas que se dedican a la domótica. Pero sólo unas cuantas de ellas disponen de un importante negocio consolidado a lo largo de un gran número de años, como para que puedan ser consideradas como competencia de Televés. Entre ellas, se encuentran Siemens, Honeywell, Simon y BJC. El resto son pequeñas empresas locales de nueva creación que tan sólo cubren algunos aspectos de la domótica.

Javier Labiano

Fotos: Niko Delgado.

### Lecciones para emprendedores tecnológicos

Si quieres montar una empresa, el caso Televés puede ser una referencia interesante. Y si tu apuesta está relacionada con un negocio de tipo tecnológico, con mucha más razón.

#### Adaptación

Aunque siempre hay que estar atento a la evolución del mercado y a los cambios que en

él se producen, el caso Televés muestra a los emprendedores que en el sector tecnológico esta actitud es crucial. Pero es que, además, aquí no basta con adaptarse para no quedar obsoletos, sino que también es vital crear nuevos productos y ofertas que se adelanten a los de la competencia y que ofrezcan

posibilidades que hasta ese momento no existían. Sólo así podrás llamar la atención del público. Y como ya se sabe, el que pega primero, pega dos veces.

#### Reenfocar los problemas

Las dificultades y los problemas que van surgiendo en un negocio pueden llevar al desá-

nimo a muchos emprendedores. En estos casos, la receta que ha aplicado Televés ha sido relativizar el problema y contemplarlo desde diferentes puntos de vista y bajo distintas perspectivas, lo que finalmente siempre contribuye a solucionarlo. Ellos saben muy bien que no es bueno obsecarse.