

## Entrevista a Juan Jesús García Chaparro, Director Económico-Financiero de Hispasat

*Juan Jesús García Chaparro, Director Económico-Financiero de Hispasat, nos habla en esta entrevista de cómo gestionó la compañía la continuidad de sus operaciones tras desatarse la pandemia de la Covid-19, del importante papel de los satélites durante la misma dando servicios de conectividad a sectores tan importantes como el educativo, el sanitario o el de la Administración, y sobre las tendencias a futuro en sus múltiples aplicaciones.*

### **1. ¿Cómo se distribuye el negocio de Hispasat actualmente? ¿En qué segmentos/ sectores da servicio y en qué regiones?**

Tradicionalmente, el uso más eficiente y extensivo de los satélites de comunicaciones ha estado ligado a los servicios de vídeo, principalmente para aplicaciones de radiodifusión o distribución de señales de televisión. En regiones con escaso despliegue de infraestructuras de telecomunicaciones terrestres, el satélite también ha jugado un papel esencial gracias a la rápida capacidad de despliegue de redes de telecomunicaciones dentro de su huella de cobertura o bien como enlace de conexión de redes terrestres ya existentes, pero con un despliegue geográfico limitado a ámbitos locales o regionales.

En este contexto, la distribución o reparto del negocio de HISPASAT entre vídeo y redes de telecomunicaciones -o vídeo y datos, por simplificar- era hasta hace tres o cuatro años de aproximadamente dos tercios (vídeo) y un tercio (datos), con un mayor peso relativo del vídeo en las coberturas sobre Europa y una proporción más equilibrada en las coberturas sobre Latinoamérica.

En estos últimos años, los cambios que se han producido en el ámbito tecnológico, con la extensión de la fibra óptica y redes móviles, los nuevos hábitos de consumo audiovisual, de televisión lineal a televisión bajo demanda y OTT y la demanda ubicua de conectividad han transformado al sector por completo.

*«En términos geográficos, aproximadamente dos tercios de nuestro negocio proviene del continente americano, principalmente de los mercados latinoamericanos -con Brasil como principal referente-, y el resto de Europa y norte de África, concentrado en mayor medida en España y Portugal.»*

A día de hoy, si bien los servicios de vídeo siguen siendo todavía el principal uso y ocupación de la capacidad satelital, su tendencia de futuro es claramente bajista en términos generales. No obstante, seguirán manteniendo un peso relativo importante en la tarta de reparto de nuestro negocio. En 2020 aproximadamente todavía un 50% de los ingresos provienen del vídeo y el otro 50% de las redes de datos, donde los segmentos de backhaul celular (respaldo y extensión de las redes móviles), las soluciones para el entorno de movilidad en todas sus variantes (trenes, marítimo y aéreo), y la conectividad en el segmento corporativo e institucional y gubernamental, tanto en zonas rurales como en aquellas de escaso despliegue de infraestructura terrestre, presentan unas perspectivas de crecimiento prometedoras y conforman los segmentos en donde se está posicionando estratégicamente la compañía.

En términos geográficos, aproximadamente dos tercios de nuestro negocio proviene del continente americano, principalmente de los mercados latinoamericanos -con Brasil como principal referente-, y el resto de Europa y norte de África, concentrado en mayor medida en España y Portugal.

En los últimos años la industria espacial ha mejorado sustancialmente los procesos de fabricación y de todas las pruebas que hay que hacer al satélite, tanto en su construcción como en la preparación para su lanzamiento. Todo ello ha contribuido a aumentar la fiabilidad de todos los elementos que contribuyen al éxito de la puesta en órbita y operación de los satélites

Como decía, el sector está viviendo en estos últimos años un importante proceso de transformación. Esto se ha visto en la propia definición de los servicios que proporcionamos en la actualidad, muy diferente a la de años atrás, pero el movimiento se ha propagado a otros ámbitos, como el diseño de los satélites -que hoy permite una mayor flexibilidad operativa en órbita para adecuarlos a las cambiantes necesidades del mercado- o en los lanzadores -que en su búsqueda de una mayor reducción de costes han recurrido a la reutilización de algunos de los módulos de sus vehículos-.

Mención aparte merecen las constelaciones de satélites, que todavía no han logrado una viabilidad clara de su modelo de negocio, como bien demuestra el reciente proceso de declaración de insolvencia (Capítulo 11) de OneWeb, una de las propuestas que había conseguido una mayor atención mediática e inversora.

Por el lado de los operadores satelitales, tras unos años de adaptación progresiva a este nuevo ecosistema, cabe destacar que el sector está sabiendo reinventarse y, a partir de ahí, identificar determinados nichos de oportunidad en los que el satélite, por sus características principales, está llamado a jugar un papel de relevancia. Es el caso de los servicios de conectividad en entornos remotos, donde su distancia respecto a los grandes núcleos urbanos o su escasa densidad hacen que el despliegue de infraestructura terrestre no sea eficiente o siquiera posible. Lo mismo ocurre con las comunicaciones en entornos marítimos o aéreos. Las infraestructuras terrestres no son capaces de proporcionar servicios en alta mar o en mitad de un vuelo transoceánico y, sin embargo, la demanda de conectividad por parte de los viajeros no hace más que crecer.

***2. A nivel internacional, ¿hacia dónde apunta la demanda de servicios? ¿Existen diferencias en la misma en las distintas regiones?***

Para analizar la tendencia y el comportamiento de la demanda de servicios habría que explicar la combinación que se produce entre las diferentes verticales de negocio y las regiones que se encuentran bajo nuestras huellas de cobertura.

En la transición que se está recorriendo en estos últimos años, en donde se ha emprendido un cambio de rumbo hacia el sector de los datos, se han identificado una serie de verticales en las que el satélite cuenta con un gran potencial, sobre todo en determinadas regiones.

Así, por ejemplo, el ámbito de la movilidad -y, en concreto, el segmento de conectividad aérea- es una de las verticales con un mayor potencial de crecimiento para los próximos años. En ella se dan nichos de demanda en las zonas de gran tráfico aéreo, como pueden ser los corredores aéreos transoceánicos o las áreas de mayor densidad de vuelos internos, como Estados Unidos. Nuestro nuevo satélite, el Amazonas Nexus, cuenta con una cobertura optimizada para capturar la demanda de servicios de movilidad aérea tanto en Estados Unidos como en los corredores del Atlántico norte y sur desde su ubicación en 61º Oeste.

La amplia y sólida presencia de HISPASAT en la región -donde contamos con nuestra filial brasileña HISPAMAR Satélites, así como con sucursales y presencia comercial en países como Colombia, Argentina, México o Chile-, y su posición de liderazgo en virtud de su afinidad cultural, nos posiciona de manera relevante en este segmento.

Además de los servicios de movilidad, contamos con soluciones de banda ancha residencial y corporativa y de extensión de las redes celulares. Evidentemente, en nuestras áreas de cobertura existen diferentes grados de madurez en las regiones potencialmente accesibles para este tipo de servicios desde nuestras posiciones orbitales. Es el caso de Europa y, más concretamente, España, en el que se ha realizado un importante esfuerzo en el despliegue de fibra. No obstante, hay otras en las que el potencial de crecimiento es enorme para este tipo de aplicaciones, como América Latina. Allí, su difícil orografía y el menor grado de desarrollo en el despliegue de infraestructura terrestre para soluciones de conectividad permiten configurar una atractiva demanda de servicios por satélite. La amplia y sólida presencia de HISPASAT en la región -donde contamos con nuestra filial brasileña HISPAMAR Satélites, así como con sucursales y presencia comercial en países como Colombia, Argentina, México o Chile-, y su posición de liderazgo en virtud de su afinidad cultural, nos posiciona de manera relevante en este segmento.

Pero incluso en España, siendo un país con un despliegue de fibra óptica tan amplio, todavía seguimos encontrándonos con que hoy en día existen más de 1.100 municipios del territorio nacional que no disponen de acceso a Internet con una velocidad de conexión mínima de 30 Mbps, tal como establece la Agenda Digital Europea, y miles de hogares que ni siquiera tienen cobertura. Ese número de municipios se multiplicará si atendemos al compromiso de la Agenda Digital 2025, que ha marcado como objetivo una velocidad mínima de 100 Mbps. Además de eso, los planes de extensión de fibra hacen referencia a los hogares conectados, pero no se tiene en cuenta el territorio como tal. Este hecho, en un momento en el que estamos a las puertas de la implantación del estándar 5G y del Internet de las Cosas, en el que se necesitará la conexión de un sinnúmero de sensores y dispositivos para aplicaciones enfocadas a optimizar el trabajo en sectores como el sector energético o el agroalimentario, refuerza la importancia de la cobertura global que ofrecen los satélites bajo su huella. En definitiva, incluso en zonas en las que el uso de

la fibra está bien extendido, sigue siendo más necesario que nunca el uso de la tecnología satelital para complementar a esas redes terrestres.

Asimismo, la llegada del COVID ha supuesto una llamativa alteración de las tendencias en el uso de las telecomunicaciones: desde sus hogares, los usuarios han incrementado mucho el consumo de capacidad -en gran medida por los contenidos audiovisuales-, tensionando unos márgenes en el tráfico de datos que, en condiciones normales, las infraestructuras terrestres mantenían antes sólo como soporte, con el consiguiente riesgo de saturación. Habrá que estar pendientes en el medio plazo para ver si esos cambios son fruto de una necesidad excepcional o si han venido para quedarse. En caso de que la excepcionalidad se convierta en nuevo hábito de consumo, desde luego el satélite será siempre una solución de implementación inmediata para una redistribución más eficiente de los diferentes usos de telecomunicaciones, y particularmente para derivar los servicios de video hacia la tecnología más adecuada para su distribución y difusión.

### ***3. Es sabido que la industria aeroespacial vive en continua evolución, con la fabricación de nuevos tipos de satélites y lanzadores, más y nuevos servicios, nuevas tecnologías... ¿Cómo repercute la continua innovación del sector desde el punto de vista de la gestión de riesgos?***

La gestión de riesgos siempre es un proceso dinámico y en constante evolución. El análisis de riesgos continuo que las gerencias de riesgo de las compañías deben realizar de manera recurrente, siempre debe partir de la premisa de cuestionar desde cero la vigencia de los riesgos existentes hasta el momento y los nuevos riesgos a los que se pueda estar expuesto, tanto por cuestiones de evolución tecnológica o también de evolución del propio modelo de negocio asociado a una progresiva verticalización en la cadena de valor, sin obviar la evolución de riesgos de tipo regulatorio o financiero.

*«Cabe señalar y destacar el alto grado de profesionalidad y capacidad del mercado asegurador para desarrollar y adecuar los clausulados de las pólizas que contratamos al objeto de proporcionar una solución aseguradora ajustada a los riesgos que pretendemos asegurar y cubrir.»*

En este sentido HISPASAT ha demostrado a lo largo de su historia una gran resiliencia a la parte más vinculada con la evolución tecnológica, consustancial con las características de nuestra propia actividad. Gracias a que se analizan previamente y con minuciosidad los posibles riesgos con los que afrontar cada nuevo programa de satélite: nuevos vehículos de lanzamiento y su experiencia en vuelo previa, nuevas plataformas o configuraciones de diseño de nuestros satélites: redundancias internas, márgenes de combustible y potencia, grado de respaldo en otros satélites de la flota de servicios críticos, compromisos previos al lanzamiento asumidos con clientes, etc., se logra definir un programa de gestión de riesgos diseñado “ad-hoc” para cada proyecto satelital donde, se transfieren contractualmente algunos riesgos al fabricante del satélite y a la agencia de lanzamiento y, para aquellos que se retienen, se diseña un programa de seguro “a medida” de las necesidades de HISPASAT.

En este sentido cabe señalar y destacar el alto grado de profesionalidad y capacidad del mercado asegurador para desarrollar y adecuar los clausulados de las pólizas que contratamos al objeto de proporcionar una solución aseguradora ajustada a los riesgos que pretendemos asegurar y cubrir.

#### ***4. ¿Considera que la industria espacial es más segura ahora que hace 10 años?***

En los últimos años la industria espacial ha mejorado sustancialmente los procesos de fabricación y de todas las pruebas que hay que hacer al satélite, tanto en su construcción como en la preparación para su lanzamiento. Todo ello ha contribuido a aumentar la fiabilidad de todos los elementos que contribuyen al éxito de la puesta en órbita y operación de los satélites.

Hoy día, la ciberseguridad, tanto en el segmento de vuelo como en el terreno, constituye uno de los ámbitos donde la industria está poniendo especial foco para reforzar y garantizar las operaciones. En esta línea de trabajo y sin entrar en aspectos excesivamente técnicos en los que no me siento capacitado para profundizar, una de las principales vías de investigación en las que se encuentra inmerso el sector aeroespacial a nivel internacional para dar una respuesta satisfactoria a los retos de seguridad que están planteados es la de las comunicaciones cuánticas. Este nuevo y revolucionario enfoque tecnológico, en el que las velocidades de procesado se multiplicarían de forma exponencial, permitiría dotar a las comunicaciones satelitales de una mayor fiabilidad respecto a las comunicaciones terrestres. Sin duda, un gran valor añadido para garantizar la seguridad, por ejemplo, de las redes críticas de clientes institucionales o corporativos.

#### ***5. Los satélites han tenido un importante papel durante la crisis desatada por la pandemia. Sus servicios han resultado fundamentales en muchos aspectos. ¿Cuál ha sido la experiencia de Hispasat?***

Lo que tenemos que preguntarnos no es simplemente cómo recuperarnos hasta llegar a la situación previa a la pandemia, sino cómo podemos superar de una vez ese obstáculo que ya padecíamos y que ahora, simplemente, hemos conocido de primera mano porque se ha hecho más patente que nunca.

La pandemia ha supuesto una llamada de atención hacia el problema de conectividad que se han sufrido en numerosas regiones y que desde HISPASAT hemos percibido muy directamente en diversas zonas de nuestras huellas de cobertura y en particular, dado que nos resulta más cercano, en numerosos puntos de nuestra geografía con sus implicaciones, más allá del acceso a Internet para uso particular, en sectores tan importantes como el educativo, el sanitario o el de la Administración. En las áreas menos pobladas de España los empresarios han tenido más dificultades para poder transformar digitalmente sus negocios, los trabajadores para desarrollar sus funciones de manera telemática, los estudiantes para poder acceder a clases online y las familias para comunicarse entre sí. Este hecho, del que se ha hablado mucho en los medios de comunicación estos últimos meses, ha sido más grave aún en otras regiones menos favorecidas, como América Latina.

No estamos ante una cuestión coyuntural que debamos ligar con ligereza a la pandemia: es un problema que ya sufríamos y que ahora simplemente se ha puesto aún más de manifiesto. Por

tanto, lo que tenemos que preguntarnos no es simplemente cómo recuperarnos hasta llegar a la situación previa a la pandemia, sino cómo podemos superar de una vez ese obstáculo que ya padecíamos y que ahora, simplemente, hemos conocido de primera mano porque se ha hecho más patente que nunca.

**6. Y desde la perspectiva de gestión de riesgos, ¿afectó la pandemia en alguna medida su gestión? De ser así, ¿cómo lo han afrontado?**

Desde luego. Previamente a la declaración oficial de la pandemia, el año comenzó con unos mercados financieros convulsos y especialmente volátiles que ya anticipaban la incertidumbre que estaba provocando lo que entonces no dejaba de ser una epidemia localizada en China pero que se fue propagando con enorme rapidez para acabar extendiéndose de manera global y con dramáticas consecuencias para la salud de tanta gente y especialmente de los colectivos más vulnerables. Esta situación, que ha condicionado de una manera tan radical la vida y los hábitos diarios de todo el mundo en general, inevitablemente no podía dejar de influir en la gestión de las compañías y, naturalmente, HISPASAT no es una excepción.

En este contexto, HISPASAT adoptó, incluso con algunos días de antelación a la declaración oficial del estado de alarma, un Plan de adaptación global al nuevo escenario al que nos encaminamos, claramente articulado en tres ejes:

El primero y más importante -conscientes de que las organizaciones funcionan principalmente por el empuje y el trabajo diario de las personas que forman parte de ellas- fue salvaguardar y proteger la salud y el bienestar de nuestros empleados. Y así, cuando la pandemia ya estaba extendida pero aún no había sido decretado el estado de alarma, HISPASAT recomendó a todos sus empleados que desempeñaran su trabajo de manera remota; con la excepción de aquellos profesionales directamente involucrados en el control y operación de los satélites, para los que se diseñó un plan específico.

El primero y más importante -conscientes de que las organizaciones funcionan principalmente por el empuje y el trabajo diario de las personas que forman parte de ellas- fue salvaguardar y proteger la salud y el bienestar de nuestros empleados. Y así, cuando la pandemia ya estaba extendida pero aún no había sido decretado el estado de alarma, HISPASAT recomendó a todos sus empleados que desempeñaran su trabajo de manera remota; con la excepción de aquellos profesionales directamente involucrados en el control y operación de los satélites, para los que se diseñó un plan específico.

El segundo eje, y no menos importante, sobre el que se estableció el Plan era asegurar la continuidad de los servicios y las operaciones. Sobre este eje se desarrolló un plan de contingencia específico, reforzando los protocolos de acceso a nuestros centros de operaciones, aislando en modo “burbuja” las salas de control y proporcionando equipamiento de protección específico al personal que desarrolla su trabajo en esas ubicaciones. La anticipación de Hispasat y la rapidez en la toma de decisiones contribuyeron decididamente a reducir el riesgo de contagio y a mantener las operaciones en el centro de control de satélites en condiciones nominales.

Finalmente, el tercer eje consistió en limitar los impactos financieros que la crisis que el COVID



iba a empezar a provocar. Sobre este punto a su vez se actuó en tres líneas principales, manteniendo en todo momento la estricta disciplina financiera que guía la gestión de la compañía. Primero se reforzaron todos los procesos administrativos de la compañía, con especial foco en las cuentas a cobrar, monitorizando la situación de la cartera de clientes. Asimismo, se estableció un estricto control del gasto y de las inversiones no críticas, con un criterio estricto de rigor y austeridad, no incurriendo en costes que no fueran estrictamente necesarios y que pudieran comprometer, aunque fuera de manera tangencial, la generación de flujo de caja. Por último, se adoptó la decisión de incrementar la posición de liquidez de la compañía para anticipar cualquier imprevisto que pudiera tener incidencia sobre la generación del flujo de caja recurrente. Todo ello partiendo de un balance saneado y una posición financiera sólida.

**7. La crisis desatada ha obligado a cambiar muchas estrategias de negocio en grandes empresas ¿ha cambiado la hoja de ruta de Hispasat en lo relativo a proyectos en marcha y a la evolución del negocio? ¿Cuál es su previsión de lanzamientos a corto plazo?**

El sector satelital, a diferencia de otros negocios más vulnerables, se caracteriza por su alta resiliencia a este tipo de situaciones que estamos viviendo; en gran parte gracias a sus contratos a largo plazo que consolidan una parte sustancial de la generación de flujo de caja de los próximos ejercicios, combinado con el papel esencial de las telecomunicaciones como infraestructura crítica tanto para “corporates” como para familias, especialmente en situaciones de emergencia. Podemos ratificar esta aseveración tras ver cómo las redes de telecomunicaciones están soportando razonablemente bien el sustancial aumento producido en la demanda de conectividad para respaldar, por ejemplo, todo el volumen de tráfico que está generando el trabajo en remoto o también de servicios de video para cubrir el tiempo de ocio en las fases más duras de confinamiento.

No obstante, siendo lo anterior un enunciado general, no debe ocultar algunos efectos adversos que esta crisis está produciendo en algunos segmentos y verticales de negocio como es el caso de las redes corporativas para el mercado de “Oil & Gas”, fuertemente afectado por la pandemia, así como los servicios en entornos de movilidad. El frenazo en la actividad del transporte aéreo y marítimo ha sido casi total y a día de hoy, el número de vuelos que se operan dista mucho de la situación pre-Covid.

Pese a todo, creemos y estamos convencidos que este segmento sigue siendo uno de los principales drivers de futuro del sector y en el que HISPASAT se ha posicionado decididamente con la fabricación de su nuevo satélite Amazonas Nexus, aprobado por el Consejo a finales de 2019 y previsto para su lanzamiento a finales de 2022.

Este satélite está diseñado con la tecnología más avanzada existente en la industria y con una configuración técnica basada en el concepto HTS (High Throughput Satellite o satélite de alto rendimiento), principalmente orientado a cubrir la demanda de conectividad en vuelo tanto en los corredores aéreos del Atlántico, norte y sur, así como para la región de Norteamérica. Incorpora también el diseño de cargas útiles específicas y bajo demanda para servicios de conectividad en Groenlandia y otras capacidades para clientes de tipo institucional o gubernamental.

*«HISPASAT es “compromiso”. Compromiso con nuestros accionistas, a los que*

*debemos proporcionar rentabilidad, crecimiento y creación de valor; con nuestros empleados, a los que debemos responder ofreciendo un futuro lleno de oportunidades de desarrollo personal y profesional; y finalmente con la sociedad a la que debemos nuestra razón de ser.»*

Entre las iniciativas de trabajo que se establecieron para la preparación del plan de adaptación global al nuevo escenario marcado por el Covid que he expuesto en la respuesta anterior, se organizó también un grupo de trabajo específico para revisar y validar todas las hipótesis sobre las que se basó la decisión de abordar el proyecto Amazonas Nexus, concluyendo favorablemente sobre la vigencia de tales hipótesis en el horizonte definido para su entrada en servicio a primeros de 2023, decisión que fue respaldada a su vez por el mercado financiero otorgando a primeros de mayo, es decir, en plena fase crítica de la pandemia sobre España, la financiación necesaria para poder abordarlo.

#### **8. De cara a futuro, ¿A qué nuevas finalidades pueden aplicarse los servicios satelitales?, ¿Qué servicios considera que serán los más demandados?**

Aun desde el convencimiento de que la conectividad de banda ancha vía satélite, el “backhaul” celular y las aplicaciones en entornos de movilidad van a ser los nuevos motores del sector como ya he señalado a lo largo de esta entrevista, en el horizonte también vislumbramos las enormes posibilidades que representa para el mundo satelital todo el ecosistema que se está desarrollando alrededor del mundo IoT (“Internet of Things” o Internet de las Cosas) así como del papel relevante que el satélite ha de jugar en el 5G.

Este nuevo estándar supone un cambio de concepto respecto a las generaciones anteriores: si estas se enfocaban en conectar personas, el 5G busca conectar en todo momento objetos y personas estén donde estén, tanto con otras personas como con otros objetos. Para lograr este cambio de paradigma y evitar que el despliegue se ralentice o sea ineficiente, habrá que recurrir de forma obligada a un uso simultáneo de diversas tecnologías fijas, terrestres y satelitales que aproveche las funcionalidades más adecuadas para cada escenario.

Muchas de estas aplicaciones IoT, que requieren de un ancho de banda muy pequeño, pueden encontrar un gran aliado en las constelaciones de nanosatélites y, del mismo modo, pueden combinar su recogida masiva de datos con todo lo proveniente de los satélites de observación de la Tierra para ofrecer un análisis mucho más completo. En esa combinación de datos y su posterior analítica creemos que subyace un nicho de gran potencial para soluciones de valor añadido. En definitiva, creemos que el futuro de las telecomunicaciones pasa por un uso combinado de infraestructuras terrestres y satelitales.

Al mismo tiempo, también creemos firmemente que el satélite está llamado a jugar un papel de relevancia en la colaboración público-privada. Lo será a la hora de garantizar la transformación digital de nuestro tejido empresarial y, en general, de nuestra sociedad, asegurando los servicios básicos de conectividad al 100% de la población según los estándares de calidad marcados por



las autoridades europeas, pero también podrá jugar ese papel clave en el desarrollo de un sistema de conectividad seguro para administraciones e instituciones, cada vez más demandado desde Bruselas.

### **9. Si tuviera que elegir solo 4 palabras para definir Hispasat, ¿cuáles elegiría?**

En primer lugar, yo diría que HISPASAT es “compromiso”. Compromiso con nuestros accionistas, a los que debemos proporcionar rentabilidad, crecimiento y creación de valor; con nuestros empleados, a los que debemos responder ofreciendo un futuro lleno de oportunidades de desarrollo personal y profesional; y finalmente con la sociedad a la que debemos nuestra razón de ser.

*El vínculo entre MAPFRE e HISPASAT se remonta desde la propia génesis del proyecto HISPASAT.*

Otra palabra que encaja muy adecuadamente para definirnos es “exigencia”. Nos exigimos más cada día para mejorar nuestros estándares de calidad y aspiramos a la excelencia en todo lo que hacemos.

En tercer lugar, añadiría la “dedicación” con la que todos y cada uno de los que formamos HISPASAT desempeñamos nuestro trabajo diario de manera entusiasta cada día en jornadas a veces interminables, pero siempre enriquecedoras.

Por último, y como resumen de las anteriores, HISPASAT es “pasión”, que se percibe “en” y se transmite “desde” todos y cada uno de los 200 profesionales que cada día dedican lo mejor que tienen para hacer de su organización una empresa mejor; más fuerte y cohesionada, con espíritu de auténtico equipo; y que además presumen, legítimamente, de un altísimo orgullo de pertenencia a la compañía a la que dedican su vida.

### **10. El sector asegurador ha sido un actor esencial en el desarrollo aeroespacial, y más concretamente MAPFRE, ha sido una empresa pionera en el aseguramiento de este sector en España, estando muy vinculada a la historia de Hispasat. Nos podría describir brevemente, ¿cómo ha avanzado este vínculo entre ambas corporaciones y cómo visualiza su evolución?**

El vínculo entre MAPFRE e HISPASAT se remonta desde la propia génesis del proyecto HISPASAT.

Entre los distintos grupos de trabajo que se organizaron para poner en marcha un proyecto pionero en la España de finales de los 80, se constituyó el grupo de seguros para, a partir de la propia experiencia que los accionistas más relevantes de la compañía podían aportar en este campo, apoyar a la compañía en el diseño y definición de los riesgos asociados a un programa de satélites y sus alternativas de aseguramiento, del que no se contaba entonces con referentes

asimilables que sirvieran ni siquiera de modelo de trabajo aunque fuera aproximado.

De aquel grupo de trabajo, que contó con la participación de profesionales de la talla de Paola Serrano o Ignacio Martínez de Baroja, formaban parte Postal Seguros Generales, en representación del accionista Caja Postal, la Gerencia de Riesgos y Seguros de Telefónica, en representación del accionista Telefónica, y MUSINI, posteriormente adquirido por MAPFRE, en representación del INI, también accionista fundacional del HISPASAT.

Al final, las relaciones profesionales entre compañías las terminan construyendo las personas que las representan, y en este sentido, quisiera aprovechar la ocasión que me brinda esta pregunta para destacar y reconocer la gran sintonía personal y profesional con las personas que desde MAPFRE siempre han estado volcadas en dar lo mejor para fortalecer cada día ese vínculo que une a HISPASAT y MAPFRE desde sus orígenes. No puedo dejar de mencionar y agradecer especial y personalmente a Alfredo Arán, a la ya mencionada Paola Serrano y a Cristina Quintero por su apoyo, dedicación y entrega a HISPASAT en los programas de seguro de todos y cada uno de los satélites que hemos puesto en órbita y también en la gestión de los siniestros, algunos de ellos muy complicados, y en los que siempre MAPFRE ha estado al lado de HISPASAT, desde una posición constructiva, para alcanzar acuerdos razonables para todos.

Creo sinceramente que, con estos antecedentes, las bases para abordar nuevos proyectos de futuro, en los que estamos continuamente trabajando, son realmente sólidas como para poder anticipar que la vinculación y colaboración entre MAPFRE e HISPASAT continuará siendo cada día más fuerte y estrecha y estoy convencido que por muchos años.

### **Juan Jesús García Chaparro, Director Económico- Financiero de Hispasat**

Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales (Especialidad Financiera) por la Universidad Pontificia Comillas – ICADE (E-2), inició en 1988 su andadura laboral como Director Financiero del Grupo ATISAE. Transcurridos dos años se incorpora a HISPASAT, donde ha desarrollado prácticamente toda su carrera profesional.

Tras unos primeros años desempeñando el puesto de gerente de Control de Gestión y Riesgos, en 1997 asume la Dirección de Planificación, Análisis y Financiación y en 2002, coincidiendo con la expansión internacional y el inicio de las operaciones en Latinoamérica, es nombrado Director Económico Financiero (CFO) del Grupo HISPASAT y miembro del Comité de Dirección, puesto que sigue ostentando en la actualidad.