

do, los acontecimientos y decisiones que están en juego serán muy diferentes en 2012: una vez consolidados los nuevos negocios, el objetivo será acertar con la dirección que cada empresa debe seguir.

En Entelgy queremos que esa trayectoria siga siendo la del crecimiento; para ello, estamos trabajando en dos direcciones: la primera en seguir potenciando nuestro negocio en España donde a lo largo de nuestra vivencia en el último trimestre del año pasado, esperamos crecer de una manera moderada pero firme. La segunda dirección por la que hemos apostado es por la conquista de mercados emergentes como son Brasil, Colombia o Chile, en los que se prevé una cifra de inversión en TI del 12,2%. Allí aportaremos todo nuestro know how y experiencia, pero sin olvidarnos como señalaba antes, de seguir consolidando nuestra posición en el mercado español para generar riqueza y empleo en la sociedad.

pedidos para 2012 que nos permite mirar al futuro con serenidad por la carga de trabajo sostenida y la oportunidad única de crecimiento tecnológico, industrial y en la cadena de valor.



**Alberto Parrondo,**  
presidente de Thales  
España

En estos casi cuatro años que llevo al frente de Thales España el sector, el contexto económico del país y el escenario internacional han cambiado considerablemente. Compañías, sectores y países enteros se están reinventando. Reinventarse pasa hoy más que nunca por apostar por un diferencial en el mercado para afrontar la fuerte competitividad y las restricciones económicas.

En este sentido, nuestro conocimiento know how y nuestra capacidad en el campo de las soluciones tecnológicas aplicadas a sectores tan diversos como la defensa, la seguridad, el transporte ferroviario o el espacio nos está permitiendo avanzar hacia nuevos mercados, impulsar nuevas ventas y consolidarnos como un referente de peso y un partner tecnológico. Esto va al valor añadido que nos da disponer de una red comercial con presencia en 50 países y sinergias al alcance de muy pocos grupos industriales.

El 15% de nuestra facturación proviene de contratos logrados fuera del mercado español y poco a poco ese porcentaje irá a más. Hoy exportamos tecnología española y se nos reconoce por ello, especialmente en el sector del transporte donde somos una referencia internacional. Turquía, por ejemplo, es a día de hoy el segundo mercado de Thales España. En 2011 hemos sido adjudicatarios de diversos contratos de relevancia en alta velocidad para la línea Ankara-Estambul. Seguimos trabajando para incrementar nuestras exportaciones siendo muy activos en países como Egipto o Argelia, países con amplias oportunidades para tecnologías de alto valor añadido como las que proporciona Thales.

El desarrollo internacional sólo será sostenible con una apuesta paralela por la investigación para el desarrollo de tecnología propia, un aspecto estratégico fundamental para cualquier compañía que quiera reclamar su espacio en el mundo de hoy.



**José María Castillejo,**  
presidente de Zinkia

Un año más nos enfrentamos a un panorama y a un entorno difíciles,

como viene siendo habitual desde hace ya unos años. Además, con la dificultad añadida que aporta ser una compañía en crecimiento, lo que supone un importante drenaje de fondos y todo ello sin poder contar con financiación bancaria. Es indudable que estamos viviendo unos tiempos que en el futuro recordaremos, pero como lo que tenemos que hacer es vivir el presente, no dejamos de luchar.

En el caso de Zinkia, tenemos la enorme fortuna de dedicar nuestro talento y nuestro tiempo al campo del entretenimiento, y las necesidades de ocio y entretenimiento son inherentes al ser humano. Esto hace posible que esta industria pueda tener siempre una razón de ser y un mercado que cada vez tiende a ser más global.

Por ello, estamos trabajando en un gran número de países y con diversidad de culturas. Nuestro negocio en pocos meses se originará prácticamente en su totalidad fuera de nuestras fronteras y, mientras tanto, el equipo de Zinkia sigue desarrollando nuevos contenidos e ilusionantes retos. En 2011 hemos doblado las ventas e incrementado el resultado operativo y para 2012 seguiremos creciendo, a pesar de las circunstancias. No podemos dejar de hacerlo.



**Javier de Andrés,**  
consejero delegado  
de Indra

Desde hace varios años la economía mundial está inmersa en un proceso de fuerte transformación que va mucho más allá de la crisis económica y cuyo epicentro se sitúa en los países o en las áreas económicas más desarrolladas. El sector de las Tecnologías de la Información no es ajeno a esta transformación. El contexto económico internacional ha condicionado notablemente las decisiones de gasto e inversión de las empresas, y esto incluye también los gastos e inversiones en tecnologías de la información.

Las previsiones agregadas para el conjunto del sector, que apuntan a cierta ralentización del crecimiento para 2012, cada vez son menos representativas de la realidad de mercado. Nos encontramos en un sector en el que, cada vez más, el crecimiento se concentra en determinados segmentos.

En Indra consideramos que los segmentos que van a aglutinar el crecimiento se sitúan en torno a dos ejes: dotar de inteligencia a las infraestructuras y a los sistemas ("inteligencia"), y la prestación más eficiente de los servicios tecnológicos ("eficiencia"). Algunos ejemplos de tecnologías destacadas en estos ámbitos son Business Intelligence, Smart Grids, Business Analytics, Virtualización o Cloud Computing, entre otras.

En general, se trata de soluciones y servicios de muy alto valor añadido que contribuyen a hacer los modelos de negocio de nuestros clientes más eficientes y diferenciales y, por lo tanto, más

competitivos, en un contexto de creciente competitividad global que así lo exige.

De forma paralela a la concentración del crecimiento en determinados segmentos de oferta, el crecimiento también está experimentando una concentración geográfica que presenta grandes oportunidades para aquellas empresas con la solidez financiera, comercial y de oferta necesaria para afrontar procesos de internacionalización.

En concreto nos referimos a las economías emergentes de Latinoamérica, Asia-Pacífico y Oriente Medio, para las que se prevén tasas muy relevantes de crecimiento de la demanda de soluciones y servicios tecnológicos.



**Johan Andsjö,**  
consejero delegado  
de Yoigo

El año pasado fue bueno para Yoigo gracias, entre otras cosas, a la popularización de los smartphones y el aumento de los usuarios que empezaron a usar Internet en su dispositivo móvil. Para responder a estas necesidades, elaboramos unas tarifas sencillas y transparentes "a lo Yoigo" que respondían a las necesidades de los clientes para hablar y navegar a un precio asequible. En 2012 continuará la misma tendencia y continuaremos viendo con los datos móviles son el motor del crecimiento no sólo de Yoigo sino también del sector.

Otra de las tendencias para este año será la de ofrecer a los clientes los servicios que necesitan y que sólo tengan que pagar por ellos. Con la incertidumbre económica todos nos fijamos más en la factura y sólo queremos pagar por aquellas cosas que utilizamos.



**José Cerdán,**  
CEO  
de acens

La historia demuestra que en situaciones de incertidumbre, adversidad de los mercados y estancamiento económico, la innovación y la inversión en nuevos modelos y procesos de negocio siempre generan más riqueza de la existente. Es la visión que en acens compartimos desde hace 15 años. Sabemos que en contextos económicos como el que trae el 2012, con las empre-

sas recortando gastos y recalcando de invertir en cosas que no saben si les beneficiarán, es crítico tener productos y servicios innovadores, que se ajustan a lo que necesita cada uno y que aportan un beneficio tangible, ya sea ahorro de dinero, tiempo, o como ventaja competitiva para una gestión más inteligente del negocio.

En acens llevamos años ayudando a las grandes empresas, pymes, autónomos, instituciones y administraciones públicas a conseguir sus objetivos de negocio sin preocuparse de la infraestructura tecnológica. Ahora, incluso más, con un Cloud Hosting más flexible, personalizado y que zanja todas esas inquietudes mencionadas.

Y respecto al aspecto tecnológico, repensando el futuro, creo que el éxito o fracaso no está en el business plan, la financiación, el lugar de fabricación... sino en la pasión. La ilusión de creer en algo como si fuera tu propia vida.



**Roberto López,**  
consejero delegado  
de Hidesat

En los últimos años España ha experimentado un significativo avance en el sector del espacio. Se ha impulsado la capacitación tecnológica de nuestras empresas, se ha crecido en facturación a una media del 10% en los últimos diez años y el empleo prácticamente se ha duplicado durante este mismo periodo de tiempo. No cabe duda de que aún queda mucho por hacer, pero haber situado a España en el quinto puesto entre los países europeos con más capacidades espaciales no es un mal indicador del camino recorrido. Y esta es una buena referencia que tiene que considerarse cuando hablamos de estrategias para un futuro transformador y capaz de superar las tradicionales carencias y problemas que padece nuestra economía nacional. Hay que apoyar actividades con un alto contenido tecnológico, de alta capacidad exportadora, generadores de conocimiento y de empleo de alta cualificación, y con proyectos estables y a largo plazo. Y éstas son precisamente las características de las empresas que forman parte del sector espacial de nuestro país.

Empresas como Hidesat son un claro exponente de la actividad desarrollada en la última década con estos criterios. Empresas jóvenes, de alta cualificación, con una importante presencia internacional, las características de ritmos estables y que abren nuevos horizontes para sectores económicos casi inexistentes hace poco tiempo en nuestro país. Por eso en época de recortes y de redefinición de estrategias parece claro que la actividad en nuevas tecnologías como las relacionadas con el espacio representa una apuesta segura para el futuro del país que queremos.

**Juan Garcés de Marcella,**  
presidente y  
director general de  
Thales Alenia Space  
España

Nuestro país necesita un cambio de modelo productivo que proporcione alternativas y sirva de motor a nuestra economía. El sector espacial es sin duda un sector que reúne estas características. Su crecimiento medio del 9% anual durante los últimos 10 años, acompañado de una creación importante de empleo le convierte en sector estratégico por el que han apostado firmemente los grandes países europeos con aumentos importantes en sus presupuestos espaciales, sabiendo que es una apuesta clara en la que la inversión retorna con beneficios añadidos para la sociedad y sus usuarios. Es por tanto imprescindible contar con el apoyo de la Administración invirtiendo en este segmento, en el que la I+D+i es el motor indiscutible del crecimiento para hacer crecer una nueva economía. Nuestro país ocupa uno de los últimos lugares entre los doce principales economías mundiales en cuanto a inversión espacial (porcentaje sobre PIB), sólo por delante de Brasil y Canadá. Nuestra contribución a la Agencia Espacial Europea es clave en el mantenimiento y desarrollo de la capacidad industrial española y debe acercarse a nuestro peso según PIB (8%) en la ciudad de Agencia.

Las operaciones de satélites de telecomunicación están sufriendo la situación actual, con dificultades en la financiación de sus proyectos. Por ello, se hace más necesario apostar por el sector, invertir en espacio es invertir en futuro y ánimo al actual gobierno a no reducir presupuestos en un área de la que puede obtener muchos beneficios y la regeneración del tejido laboral.

En cuanto a nuestra empresa, Thales Alenia Space España es la compañía del sector espacial en nuestro país que mayor número de sistemas y equipos fabrica y embarca a bordo de satélites. Estamos orgullosos de haber concluido el año con un aumento de la cifra de negocio y rentabilidad y lo que es más importante, con una cartera de