

 <p>Universidad de Alcalá</p> <p>Escuela Politécnica Superior Departamento de Teoría de la Señal y Comunicaciones</p>		<p>Curso 2022-23</p> <p>Grado en Ingeniería de Sistemas de Telecomunicación</p> <p>Curso: 4º</p> <p>Asignatura: Comunicaciones por Satélite</p>		

Mercado e infraestructura de comunicaciones por satélite

El objetivo de la presente propuesta es que el grupo de trabajo se enfoque en alguna de las compañías que poseen flotas de satélites y explotan servicios de comunicaciones por satélite. Algunos ejemplos son:

- Intelsat (<http://www.intelsat.com>).
- Eutelsat (<http://www.eutelsat.com>).
- Hispasat (<http://www.hispasat.com>).
- SES (<http://www.ses.com>).

La idea principal podría ser escoger una compañía o consorcio concretos, buscar información y realizar un informe sobre sus actividades. A estos efectos, se pueden escoger distintos puntos de vista, en función de los intereses del grupo o de la disponibilidad de material. De forma no exhaustiva, algunos de estos puntos de vista pueden ser:

- Descripción de la flota de satélites, coberturas, capacidades tecnológicas, etc. (segmento espacial).
- Descripción del segmento terreno: estaciones terrestres de control y acceso, localización de las mismas, interconexión, etc.
- Descripción de los receptores de usuario necesarios y características de los mismos.
- Descripción del modelo de negocio, cuáles son los clientes potenciales, ejemplos de servicios ofertados, etc.

Como puede comprobarse, se puede optar por realizar una aproximación más tecnológica, con el fin de caracterizar las potencialidades de la compañía escogida y cómo gestiona sus equipos, o una aproximación más orientada a negocio, con el fin de obtener una visión concreta de los aspectos económicos de este sector. Ambos aspectos no son excluyentes, puesto que la parte tecnológica está decididamente orientada a proporcionar determinados tipos de servicios en ámbitos geográficos concretos y con una idea precisa del tipo de clientes.

Se puede escoger abordar con relativa profundidad algún detalle concreto, siempre que tenga la suficiente entidad para un trabajo del alcance del propuesto, o bien realizar un estudio menos pormenorizado pero que abarque el perfil completo de la compañía.

Como punto de partida de una indagación de este tipo, se puede consultar toda la información pública de la compañía escogida, fundamentalmente disponible a través de la página *web* de la misma, o de *whitepapers* o casos de estudio difundidos de forma *online* en su caso. De forma complementaria, podría ser interesante contactar con la compañía para resolver dudas o conseguir información complementaria.

Finalmente, otra posibilidad sería realizar una comparativa de distintas compañías, escogiendo un aspecto concreto (o algunos de ellos) de los mencionados más arriba.