



Foto: Toshiba

Televisores y Sistemas Audiovisuales

Funcionalidad, convergencia e interconexión

Al aspecto del diseño, que ha pasado de ser un valor añadido a una necesidad en el mercado hotelero, se ha sumado la constante evolución tecnológica. La convergencia entre la informática, las redes sociales y la electrónica ha irrumpido en nuestras vidas y ahora, el usuario, quiere tener la posibilidad de interconectar otros dispositivos, como una cámara de fotos, un reproductor de música o el Smartphone; una posibilidad que el Smart TV ofrece al usuario. Este mercado parece prometedor, no solo porque las principales cadenas hoteleras españolas suman más de 350.000 habitaciones, lo que genera una importante demanda de reposición, sino también porque el hotelero es cada día más consciente de la importancia de cuidar el dispositivo rey por excelencia: el televisor.

Aunque el comportamiento de los huéspedes es diferente según la estancia seleccionada -vacacional o negocio-, sin duda, los avances tecnológicos contribuyen a que el usuario se sienta como en casa; por este motivo, estar provistos de los dispositivos adecuados para ello, supone un plus para el huésped, que se siente más cómodo y será más fiel al establecimiento, y en consecuencia, una herramienta efectiva para el empresario hotelero que ya es consciente de su importancia.

Disponer de un TV de gran formato, de una amplia oferta de canales de TV y tener la posibilidad de interconectar dispositivos electrónicos, se está convirtiendo en el “estándar mínimo” que reclama el huésped en una búsqueda por incrementar su confort. Por eso la rehabilitación hotelera, las nuevas aperturas de hoteles o las reorientaciones

de estos negocios -en un intento de diferenciación frente a competidores- se ha convertido en un factor clave para el sector. La tecnología es una aliada para el empresario que, desde ahora y en su búsqueda del valor añadido, le ayuda a distinguir su hotel.

Analicemos a continuación los principales criterios selectivos de los compradores hoteleros, los aspectos tecnológicos que reclaman para sus establecimientos y las oportunidades de negocio que suponen la funcionalidad, la convergencia y la interconexión de estos dispositivos para sus clientes.

El criterio del diseño

A la hora de elegir un sistema audiovisual para un establecimiento hotelero, sin duda, el diseño es un factor muy a considerar por el hotelero, pero... ¿hasta qué punto interviene en su elección?

Es una pregunta muy interesante, comienza José Luis Márquez Rojas, General Manager de IPmasD Hospitality Solutions, “la verdad es que cuando se mezcla diseño y tecnología, el resultado pocas veces es el óptimo o deseable... Hay hoteles que buscan el diseño por encima de todo, y terminan montando pantallas escondidas tras elegantes espejos que, si bien son muy bonitas y estéticas en una foto, pueden llegar a ser una pesadilla para el huésped”; eso no significa que no haya posibilidades, continúa Márquez, “sin ir más lejos, hay productos como la gama Signature de Philips que ofrecen diseño exclusivo con un sistema de iluminación trasera (Ambilight) que amplía enormemente la experiencia de ver la tele... De todos modos, no son muchos los proyectos que terminan utilizando las soluciones de mayor diseño ya que suelen ir parejas de un mayor coste, y es en ese punto, donde se frustra en la mayoría de los casos”, concluye.

Por su parte Josepe Mendi, Responsable de Marketing y Publicidad de Nevir, se atreve a decir que hasta en un 50 por ciento interviene el diseño en la elección de equipo audiovisual; “el diseño, en todos sus sentidos, ha pasado de ser un valor añadido a una necesidad casi primordial en el mercado hotelero. Los



Foto: NPG

sistemas audiovisuales están en constante evolución tecnológica y el disponer de “lo mejor” equivale a ofrecer la máxima calidad y el mejor diseño”. Opinión que, en lo relativo a video proyectores, no comparte Umberto Ronchetti, Business Line Manager Projectors Sales Department BenQ Technology Iberica, afirmando que “en relación a video proyectores el diseño prácticamente no influye; los aspectos más relevantes son la potencia lumínica, la dimensión de imagen a reproducir y las conexiones a través de las cuales hacer llegar la señal al proyector”.

Miguel García, Gestor de Cuentas Equipamiento Audiovisual en NPG, se extiende un poco más, aludiendo a que “un aspecto importante en un establecimiento hotelero es la calidad y confortabilidad de

sus instalaciones y los medios que pone al servicio de los clientes. En este sentido, el hotel debe ofrecer al cliente productos y servicios actuales y en demanda. Si trasladamos esto al producto que a nosotros nos afecta, televisores, sí es importante que el establecimiento adecúe los medios que pone a disposición de los clientes, a las últimas tendencias del mercado. El mercado de los televisores ha evolucionado mucho, más allá de las características técnicas priman aspectos como el diseño y, como elemento que forma parte de un conjunto, éste también tiene que estar integrado en el mismo. Todo ello también estará supeditado al tipo de establecimiento, concediéndole mayor importancia al aspecto del diseño en función de la categoría del hotel, por tanto, estará más cuidado según

Foto: Barceló





Foto: Barceló Hamilton Menorca

aumentemos la escala de estrellas que dispone y sus aspiraciones de conseguir un mayor reconocimiento”.

Sobre este asunto de la importancia del diseño Javier Morago, Visual Product Manager de Toshiba Information Systems, se muestra muy entusiasta afirmando que “es un factor determinante en la mayoría de las elecciones, ya que influye activamente en la decoración del entorno. En este sentido, las pantallas planas han ayudado mucho y los fabricantes hemos invertido mucho esfuerzo en materiales cada vez más sofisticados y diseños más minimalistas”.

Así pues, para Sylvain Hochart, European Sales Manager - Redmond brand at Sagemcom / Retail Director Iberica zone, el diseño de un sistema audiovisual es “un factor tan importante como sus prestaciones técnicas. Los sistemas audiovisuales de los establecimientos hoteleros deben encajar perfectamente con la decoración del mismo, deben ser parte de un todo. De nada sirve que se haya renovado un hotel y ofrezca una apariencia vanguardista si la tecnología que ofrece a sus clientes les transportan a épocas pasadas”.

Por su parte, Manuel Royo, Director Comercial y de Marketing de Grundig España, y en base a la experiencia adquirida por su compañía tras más de quince años de colaborar con el sector

Tamaño del televisor y tecnología

¿Hay que considerar la relación que existe entre el tamaño del televisor y la categoría del hotel?, ¿debe un establecimiento, con una categoría de 4 ó 5 estrellas, contar con un formato superior y tecnológicamente avanzado? Frente a estas cuestiones las respuestas de nuestros entrevistados, salvo algún pequeño matiz, están en una misma línea.

Así, José Luis Márquez Rojas, de IPmasD Hospitality Solutions, y sobre el tamaño del TV, explica que “ la relación lógica debería ser con la distancia de visionado, que al fin y al cabo depende del tamaño de la habitación. Una referencia rápida, y normalmente válida, es que la distancia de visionado debería ser aproximadamente 2,5 veces la diagonal de la pantalla”. “También es cierto -continúa- que con la evolución de los precios, el tamaño de los televisores ha ido creciendo desde los primeros formatos de 20”, hasta los 40”, que se imponen cada vez más. Por tanto, como respuesta yo diría que sería tan absurdo tener una habitación de lujo pequeña que incorpore un 65” justo al pie de la cama, como un hotel más modesto, con una habitación inmensa y un televisor de 22” de formato”. Con referencia a la segunda pregunta –factor tecnológico- Márquez añade que “es donde sí hay una gran diferencia: la última tecnología. En este apartado sí hay una relación directa entre el presupuesto destinado



Foto: Parador de Cádiz

“Es un hecho que los huéspedes esperan una calidad de servicio y equipamiento acorde a la categoría del establecimiento, y por supuesto esta regla también se aplica en el caso del TV...”

en nuevas tecnologías y la categoría del hotel. En hoteles de mayor categoría se busca complementar el TV con servicios y funcionalidades adicionales, que suelen encontrarse en los modelos de gama alta”.

Sin embargo, Josepe Mendi, de Nevir, afirma que frente al formato “el tamaño sí importa. El usuario que se aloja en un hotel de categoría espera encontrar los mejores productos audiovisuales con el fin de aumentar su experiencia durante su estancia. Aun así, no es necesario disponer de pantallas de 95 pulgadas en todas las habitaciones y realizar una mayor inversión económica... el éxito es encontrar “el mix de máxima calidad”, en el que el conjunto de características del producto audiovisual supere a una sola (por ejemplo el tamaño) y sea especialmente atractivo para hacer de la experiencia una agradable sensación: imagen de alta calidad, sonido claro y envolvente, interacción, agilidad, versatilidad y usabilidad”. Una opinión que comparte Javier Morago, de Toshiba Information Systems; “La categoría de



Foto: Parador de Corias

la habitación lógicamente condiciona las características, el tamaño e incluso el número de televisores. Según aumenta la categoría, es habitual que crezca el tamaño medio elegido y el empleo de segundos televisores en distintos ambientes de la habitación. Además, hay que tener en cuenta que la superficie de la habitación es determinante, ya que influye en la distancia de visionado y, por tanto, en el emplazamiento del televisor”.

Por su parte, el especialista de Grundig, Manuel Royo, comenta que “es un hecho que los huéspedes esperan una calidad de servicio y equipamiento acorde a

Foto: Grundig



la categoría del establecimiento, y por supuesto esta regla también se aplica en el caso del TV... cuanto mayor es el tamaño del televisor, el huésped va a poder disfrutar más del entretenimiento y, si además dispone de una serie de prestaciones tecnológicas diferenciales, va a ayudar a su diferenciación respecto a sus competidores. Nuestro catálogo desde 22” a 65” permite cubrir cualquier necesidad de los hoteles, y todos ellos incluyen la prestación del Modo Hotel Plus, diseñado especialmente para este canal. Así pues, si el hotel busca la última tecnología en TV, puede disfrutar de diferentes familias de productos con conectividad total y Smart TV”. Un hotel de 4 ó 5 estrellas debe contar y ofrecer la última tecnología, ya que según nos indica Sylvain Hochart, de Sagemcom “si la cantidad de estrellas con las que cuenta un hotel son sinónimo de lujo, la tecnología que ofrece también lo es. Teniendo esto en cuenta, existe ya en el mercado un gran abanico de opciones en lo que a avances tecnológicos se refiere. Por ejemplo, la nueva generación de proyectores, que pueden utilizarse más allá de en una sala de reuniones, puesto que permiten una imagen de hasta 100 pulgadas en cualquier superficie lisa, sin necesidad de que el dispositivo esté fijo en una pared, como una TV”.

Para concluir Miguel García, de NPG, opina que este es un tema relativo, “como tópico podríamos indicar que en este

TELEVISOR MÁS BUSCADO

El General Manager de IPmasD Hospitality Solutions, nos detalla, sobre este punto, las inquietudes de su compañía: "Para nosotros, el TV de un hotel tiene una funcionalidad distinta a la que puede tener el TV de nuestra casa y es, básicamente, que está en un entorno de trabajo al servicio del hotel para disfrute del huésped. Por tanto, mucho más allá de las características que pudiésemos pensar para nuestra casa (resolución de pantalla, velocidad de refresco, contraste, Smart TV, 3D, etc.) las características primordiales que recomendamos a nuestros clientes son (obviamente al margen de que se trate de tecnología LCD con retroiluminación LED), que tengan un modo hotel que permita al hotelero ofrecer una experiencia cómoda, sencilla y fiable al huésped.

Estas características son básicas, pero muy útiles para el hotelero:

- Posibilidad de bloqueo de la configuración del TV (Nadie podrá resintonizar ni cambiar el orden de los canales)
- Lista única de canales: la lista de canales incluye los canales de TDT, de satélite, analógicos, digitales, etc.
- Volumen máximo configurable
- Funcionalidad de clonación de la configuración por USB
- Apagado automático tras x horas de inactividad

Con estas características se puede indicar que "los huéspedes buscan equipos que les ofrezcan movilidad, flexibilidad y las mejores prestaciones. Siguiendo la tendencia del mercado, entre estas prestaciones destacan una pantalla cada vez más grande, una inmejorable calidad de imagen y un sonido de alta calidad", analiza Sylvain Hochart, European Sales Manager - Redmond brand at Sagemcom / Retail Director Iberica zone.

Al respecto, las valoraciones del Director Comercial y de Marketing de Grundig España, giran en torno a que "el comportamiento de los huéspedes es diferente según la estancia seleccionada (vacacional o negocio), no obstante, la posibilidad de disponer de un TV de gran formato (32" o mayor) en la habitación, con una amplia oferta de canales de TV y posibilidad de interconectar otros dispositivos como una cámara de fotos, reproductor de música o el smartphone, se está consolidando como el estándar mínimo exigible". "Por otro lado, para las zonas comunes -continúa Manuel Royo-, una TV de 50" o más pulgadas es muy importante para cautivar a los huéspedes con eventos televisivos en los que se busca estar en grupo".

Con referencia a las zonas del hotel donde se vaya a ubicar el televisor, el Responsable de Marketing y Publicidad de Nevir, matiza que "difieren. No es la misma experiencia. Los televisores que se encuentran en zonas comunes tienen que responder a unas necesidades conjuntas: mayor campo visual, diferentes salidas de audio, sin interacción por parte de los huéspedes. En cambio, el televisor de la habitación responde a unas necesidades más concretas y específicas ya que es el usuario quien tiene el control, y el que, por lo general, controla, cambia, sube, baja, navega, etc. La calidad de la imagen es la característica más común entre los usuarios, estén en el bar, en la sala de descanso o en su habitación".

El Gestor de Cuentas Equipamiento Audiovisual en NPG, añade, sobre este asunto, que "dentro de la experiencia de NPG en el sector contribuyendo al posicionamiento de equipos en los establecimientos hoteleros, generalmente nos encontramos con que las peticiones de los huéspedes en cuanto a equipos tecnológicos pasan por la sencillez y la comodidad. No debemos olvidar que el paso por un hotel, tanto del sector del turismo como el de los negocios, es un período de descanso en el que el huésped busca un confort lo más similar al que le ofrece su hogar, en ocasiones incluso superior. Por esto, las características pasan, en un primer punto, por el hecho de que la tecnología sea igual o superior a la que pueden disponer en sus domicilios, equipos que ocupen poco espacio y no supongan un estorbo en su estancia, que dispongan de todos los contenidos e incluso les ofrezcan alguno adicional a los básicos, y que el manejo sea sencillo, es decir, a medida que se avanza en las tecnologías se crean más funciones que aporta un televisor, las cuales se manejan a través del mando a distancia, la mayoría de ellas no van a ser utilizadas por los huéspedes, por tanto, se busca adaptar estos controles para que sean intuitivos, sencillos y eficaces".

Hay varias tipologías de usuario, continúa aportando el Visual Product Manager de Toshiba Information Systems, "pero, en general, se busca máxima inmediatez y simplicidad en una oferta de entretenimiento afín a su perfil de uso (idioma/ preferencias). En general, el usuario es muy exigente en cuanto al aspecto cualitativo y sensible a nuevas tecnologías, como la Smart TV, que pueden brindarle una oferta mucho más personalizada. Asimismo, está aumentando el uso de la navegación por internet desde del propio televisor y también el acceso a la oferta de productos/servicios del propio hotel", sentencia.

caso el tamaño no lo es todo. Podemos disponer de un televisor de gran tamaño pero que realmente no cumpla con otros factores más importantes que se deben tener en cuenta. Debemos ser conscientes de que si colocamos un tamaño excesivo a la distancia de visionado esto podría generar fatiga ocular por el hecho de forzar la vista y estaríamos fallando al confort del cliente. Por tanto, la talla debe ser elegida con precisión, valorando las distancias desde las cuales el cliente realizara su visionado. En conclusión, si queremos relacionar un aspecto del televisor con la categoría

Foto: Club Hotel RIU



Serie Smart TV (Televisores de 19" a 50")

Con la nueva Serie Smart TV de NPG, potencia tus servicios, facilita entretenimiento sin horarios y acceso a contenidos en internet a través de una interface sencilla, de fácil manejo y con toda la libertad del S.O. Android



Síguenos en:



902 501 406
www.npgtech.com

NPG
SmartTV

La televisión del futuro
para tus clientes más exigentes

DESARROLLADO
EN ESPAÑA

NPG®
Conoce el Universo Smart TV





Foto: Hotel María Cristina Starwood

del hotel, lo ideal sería decantarnos por la calidad de la pantalla más que por el tamaño, ya que la calidad únicamente va a tener su límite en los últimos desarrollos de la tecnología y, sin embargo, el tamaño deberá ser adaptado al espacio del habitáculo”.

Lo avances tecnológicos y sus ventajas

Todo avance comporta un incremento del confort, y la interconexión máxima es vital en la tecnología de estos productos. En este sentido, Manuel Royo, de Grundig, matiza que “respecto a las soluciones Smart TV e internet, estamos en un proceso evolutivo de cambio tecnológico en el que buscamos integrar el televisor como parte del mundo de internet, si bien a la vez que existe un gran interés

en poder utilizar el TV como centro de operaciones y entretenimiento, el entorno de funcionamiento es diferente al del televisor de una casa, puesto que los huéspedes van cambiando y los servicios ofrecidos deben adecuarse a diferentes reglas de funcionamiento. No obstante, estamos seguros de que la evolución del servicio del televisor va en la dirección a la Smart TV, aunque aún quedan años para consolidarla”. El confort para un usuario en un establecimiento hotelero no solo lo componen las prestaciones y comodidades relacionadas con la habitación que va a ocupar. Según describen desde Sagemcom, “la tecnología también tiene mucho que ver con este confort, porque ya forma parte de la vida del usuario y la va requerir allí donde vaya. Por ejemplo, el usuario no concibe un hotel sin red wi-fi o sin

pantalla plana en la habitación del hotel. Y en la medida en que los hoteles sean capaces de ofrecer cuantos más avances tecnológicos, más público a nivel usuario y empresarial serán capaces de captar”. José Luis Márquez Rojas, de IPmasD Hospitality Solutions, señala, por su parte, que “los avances tecnológicos son siempre una ventaja para los hoteles que hacen uso de ellos y, por supuesto, ayudan a que el huésped tenga una mejor experiencia de usuario.

Actualmente, la mayoría de estos avances se centran en la conectividad a la red y a las redes sociales y a la interconexión con dispositivos propios. En el primer caso, lo que aportan al usuario es eliminar las distancias, romper la soledad e integrar al huésped en un porcentaje muy alto de su vida cotidiana esté donde esté. En el segundo caso, permite aprovechar toda la infraestructura existente en la habitación con los posibles contenidos propios que trae el huésped. Por supuesto, aquel cliente que esté alojado en un hotel, permanentemente conectado con los suyos y con su entorno original, y que además disfrute de su propio contenido en los medios técnicos existentes en la habitación, tiende a sentirse como en casa y es muy probable que repita en caso de una nueva estancia”.

Sin duda los avances contribuyen a que el usuario se sienta como en casa, afirma Josepe Mendi, de Nevir, así, “la comunicación, cada día más fácil y accesible para todos, permite infinidad de aplicaciones interesantes para el modelo de sociedad actual. El hotel que disponga de los últimos avances tecnológicos puede satisfacer todas las necesidades de comunicación de los clientes y este punto, evidentemente, es una ventaja”. A su vez, Javier Morago, de Toshiba Information Systems, añade que “siempre bajo la premisa de máxima simplicidad, el potencial que ofrecen los entornos smart reside en su capacidad de brindar contenidos adaptados a los gustos del usuario. El hotel además encuentra en ello una herramienta idónea para fidelizar a sus clientes y ofrecer sus productos y/o servicios desde sus plataformas”.

Cuando se desarrollan avances tecnológicos, al fin y al cabo, lo que se busca es una solución que permita

al cliente tener un valor añadido a lo básico, nos comenta Miguel García, de NPG; “Debemos ver las nuevas tecnologías como ese valor superior que va a destacar en el establecimiento hotelero y realmente aporten un servicio superior, lo cual terminará incrementando el confort del usuario. Con referencia a la tecnología Smart TV, un punto muy fuerte en nuestra empresa, y hacia donde parece que se va creando una tendencia por sus altas prestaciones, indicar que es un sistema con el que el hotel puede aportar mucho a un huésped. La mayoría de establecimientos están preparados para proporcionar internet a sus usuarios, pero esto siempre ha dependido de que el cliente disponga de su propio medio de uso de esta red; sin embargo, con la tecnología Smart TV, además estamos ofreciéndoles el equipo con el que acceder a las cuantiosas prestaciones que la revolución de internet nos proporciona. El huésped tendrá la capacidad para acceder a búsquedas de información, televisión a la carta, acceso a su correo electrónico, video online... e incluso nos permitiría acceder a la propia página web del hotel donde tendría, desde su llegada, acceso a todos los servicios y prestaciones que le ofrecen, pudiendo realizar peticiones al

servicio de habitaciones, visionar los platos que nos podrían servir en el restaurante, consulta visual de las instalaciones... En definitiva, las ventajas que puede ofrecer al hotel desde nuestro punto de vista son cuantiosas, al igual que las que se ofrecen al huésped”, finaliza Miguel García.

Rehabilitación hotelera, mercado de reposición, nuevas aperturas...

En el momento que el número de nuevas aperturas se

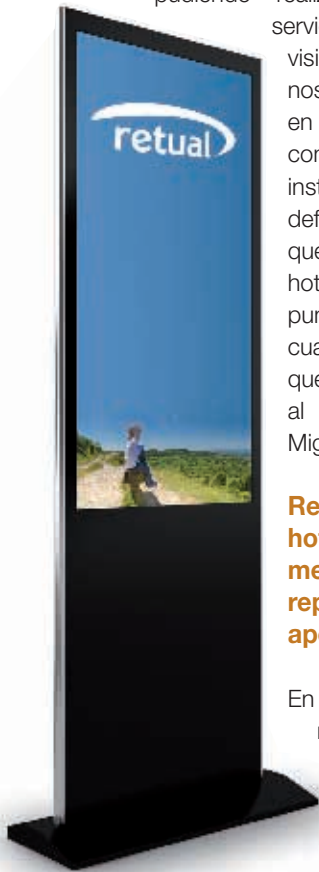


Foto: IPmasD Hospitality Solutions

SALA DE REUNIONES

Los video proyectores siguen siendo, sin dudas, los equipos audiovisuales más requeridos hoy en día para las salas de reuniones. Estas salas suelen ser utilizadas por clientes / empresas que quieren hacer presentaciones de sus productos o servicios a clientes, empleados, prensa... Por lo que, según describe Sylvain Hochart (Sagemcom), “lo que se busca son audiovisuales modernos y totalmente compatibles con el PC que la empresa cliente tiene. Además, la rapidez es importante. Por ejemplo, los proyectores que tardan en encenderse ya no son los favoritos de los clientes. Hay nuevas propuestas de fabricantes que solucionan este y otros problemas”. Umberto Ronchetti, Business Line Manager Projectors Sales Department de BenQ Technology Ibérica, nos anota que “actualmente asistimos a una demanda cada vez más creciente de formatos de imagen panorámico (16:9 y 16:10) y resoluciones con mayores píxeles (WXGA, FULL HD, entre otros). El resultado es poder disfrutar de una definición de la imagen de muy alta calidad capaz de satisfacer todo tipo de necesidades: desde la reproducción de una hoja de cálculo hasta el video más exigente”. Argumento que comparte José Luis Márquez Rojas, General Manager de IPmasD Hospitality Solutions, señalando que “a nivel de salas de audiovisuales, lo más demandado, con diferencia, es una solución de presentación. Lo más común suele ser el video proyector o las pantallas de gran formato. En el primer caso cabe destacar las recientes novedades en el sector como son los video proyectores con lámparas híbridas (láser y led), que permiten pasar de las tradicionales 1.500 horas de duración de la lámpara hasta unas increíbles 20.000 horas. En el caso también creciente del uso de pantallas LED o Plasma de gran formato, la reducción de los precios ha permitido hacer uso de pantallas cada vez mayores (60, 65, 72, 80, 85 y hasta 105”). Existen también muchas salas montadas con pantallas interactivas como las usadas en las escuelas, donde se une la funcionalidad de la pizarra con la de la pantalla de proyección, o los tradicionales sistemas de videoconferencia e, incluso, las espectaculares salas de telepresencia”.

“Se buscan grandes pantallas de reproducción, un poco más alejadas de la esencia propia de un TV, que es generar entretenimiento a través de sus contenidos”, añade sobre este tema el Director Comercial y de Marketing de Grundig España, Manuel Royo. Por su parte, Miguel García, Gestor de Cuentas Equipamiento Audiovisual en NPG, nos comenta que desde su empresa pueden a portar su opinión “tanto como fabricantes, como usuarios. En las salas de reuniones básicamente lo que se suele reclamar son los equipos que actúan como proyectores. Debemos tener en cuenta que el uso de audiovisuales en este tipo de salas va destinado a la proyección de presentaciones, videos o documentos que generalmente han supuesto un fuerte trabajo para los emisores y que, la forma y calidad con que sean transmitidos a los receptores, pueden ser muy importantes a la hora de que se cierre un negocio de grandes magnitudes, y lógicamente si esto ocurre, los clientes repetirán. Es esta la razón de que en estas salas los equipos deben ser cuidados con un mayor detalle, proyectores que ofrezcan una amplia resolución y que, además, dispongan de las principales entradas de video, para que cualquier participante pueda ejercer de emisor con ellos. Por supuesto, la sala también debe disponer de un buen sistema de audio que vaya acorde con el sistema de video que se ofrece. Una de las tendencias que se empiezan a observar en el mercado es la de ofrecer tabletas para la participación en estas reuniones. Estos equipos, conectados en una misma red, permiten al emisor decidir la información que transmite a cada miembro de la reunión de una forma rápida y eficaz”.

Funcionalidades como Skype han hecho disminuir drásticamente el coste de implantación de sistemas de videoconferencia en las salas corporativas, aporta al respecto el Visual Product Manager de Toshiba Information Systems, añadiendo que “además, la importante bajada de costes en televisores de gran formato ha precipitado la sustitución de los proyectores por pantallas de TV LED, mucho más eficientes, versátiles y operativas en cualquier ambiente lumínico, y exentas de cuantiosos gastos de mantenimiento por cambios de lámpara, limpiezas, etc.”, concluye Javier Morago.

ha frenado la rehabilitación ha ganado peso, pero en el caso de la venta de los televisores, no siempre es necesaria la rehabilitación, comenta José Luis Márquez Rojas, de IPmasD Hospitality Solutions,

“ya que todavía, hoy en día, existe un importante parque de televisores de tubo o antiguos LCDs y Plasmas que se renuevan constantemente, sin necesidad de hacer grandes ni pequeñas reformas”.



Foto: Benq Technology

“Es un mercado muy dinámico, y no sólo creemos en que sea la rehabilitación la apuesta principal. Nuevas aperturas o reorientaciones en busca de la diferenciación y el valor añadido ayudan a desarrollar este importante negocio”, añade Manuel Royo, de Grundig.

Un punto de vista interesante es el que aporta Miguel García, Gestor de Cuentas Equipamiento Audiovisual de NPG, quien afirma que “bajo la perspectiva del sector tecnológico, no se trata de la apuesta principal, pero sí de un medio muy importante para generar prestigio y conocimiento de la marca y prestaciones al huésped. La cantidad de usuarios que pueden llegar a pasar por un establecimiento hotelero es muy amplia y que los equipos de tu marca estén instalados en ellas significa, de alguna manera, contar con un escaparate para nuevos clientes. Sin que esa sea la intención, le estás ofreciendo al huésped la posibilidad de que pruebe los equipos o incluso las nuevas tecnologías, como

Foto: Sagemcom



la Smart TV, que destacábamos en los puntos anteriores, y poder interactuar con ellas de una manera que ningún establecimiento de venta le va a ofrecer y, en el caso de que la experiencia sea satisfactoria, podría llegar a plantearse el adquirir esa marca para su hogar”.

Javier Morago, de Toshiba Information Systems, destaca que “las principales cadenas hoteleras españolas suman más de 350.000 habitaciones, lo que genera una importante demanda de reposición. Los fabricantes con alta presencia en este sector, como es el caso de Toshiba, disponemos de una amplia gama de equipos dotados de las funcionalidades de modo hotel, más avanzadas, y que permiten cubrir plenamente esta importante demanda”. “Desde mi punto de vista – afirma Josepe Mendi, de Nevir- ya hubo una fuerte apuesta en rehabilitación audiovisual, con el denominado apagón analógico, y con la incorporación de la televisión digital en el año 2010 (en España y en 2012 para todos los países). En la actualidad, en la rehabilitación hotelera... dotar a las instalaciones de buenos y prácticos sistemas multimedia, permiten incrementar el valor añadido de los hoteles”. Por último, Umberto Ronchetti, de BenQ Technology Iberica, nos señala que “ el sector hotelero es un player clave en nuestro negocio. Cada vez más los hoteles se están dirigiendo a una clientela claramente profesional, con exigencias muy definidas, y al uso de salas de reuniones equipadas con las últimas tecnologías y los mejores servicios”.

El futuro próximo

Cada vez la tendencia es buscar equipos que ocupen menos y que ofrezcan unas características superiores. A lo

largo de los próximos años nos vamos a ir encontrando con equipos cada vez más finos y estrechos, colgados en la pared con una apariencia muy similar a un cuadro, perderemos los marcos, pudiendo jugar más con los diseños de las habitaciones, nuevas tecnologías (4K, 8K) que aportarán mayor calidad y realismo a las imágenes, y sobre todo una entrada muy fuerte del Smart TV que va a ser una revolución, tanto en los contenidos como en las prestaciones del televisor. Nos comenta sobre este tema Miguel García (NPG.), quien añade que “cada día, el televisor pasará a ser más inteligente y podremos afirmar “ahora yo tengo el mando”, controlar más que nunca lo que queremos ver o hacer.

En NPG, hemos fusionado dos de los elementos tecnológicos más usados, ordenador y Smartphone, y los hemos integrado en el más usado, el televisor. Si además a esto sumamos facilidad de uso, funcionando bajo la plataforma más utilizada y conocida dentro de los dispositivos móviles, como es Android, el resultado es una combinación perfecta que supondrá un servicio espectacular para todo aquel que lo experimente”.

“Tal como comentábamos –añade Manuel Royo (Grundig)-, considero que veremos una evolución en la integración de los dispositivos y diferentes tecnologías y servicios (propios del hotel o externos), englobada en el dispositivo rey de la habitación por excelencia: el televisor”. Lo que veremos a partir de ahora, opina Umberto Ronchetti (BenQ Technology Iberica), “será una mayor apuesta por los modelos de proyectores con características o conceptos “revolucionarios”, con respecto a los que conocemos habitualmente, como proyectores sin cable y proyectores laser. Los primeros conocidos también como Wireless, ya permiten instalaciones más sencillas, mayor conectividad y mayor movilidad; en un próximo futuro permitirán la conexión a todo tipo de dispositivo móvil para poder compartir sus contenidos. Los proyectores laser ya son una realidad y permiten, entre otras ventajas, un alto rendimiento y un coste de mantenimiento reducido, gracias al uso de una fuente luminica alternativa, como el laser, en lugar de la tradicional lámpara de mercurio”.

“En los hoteles de categoría veremos pantallas de ultra alta definición (UHD) con un mínimo de 32 pulgadas. La tendencia actual es el gran formato curvo y flexible, aunque pasará cierto tiempo hasta que los veamos instalados. En cuanto a proyectores, las últimas mejoras permiten convertir cualquier pared en una pantalla 4K improvisada. La tendencia se dirige hacia la miniaturización con mini proyectores con calidad DVD”, detalla Josepe Mendi (Nevir). Las nuevas tecnologías ya conocidas tomarán todavía un tiempo antes de que lleguen a las habitaciones de los hoteles, al menos de una forma masiva, y desplacen a los actuales LEDs, finaliza José Luis Márquez Rojas (IPmasD Hospitality Solutions), augurando que “otra cosa bien distinta son las aplicaciones y servicios ligados a los TVS. En ese aspecto, la convergencia entre la informática, las redes y la electrónica, nos permitirá ver un mundo de posibilidades en el ámbito de la integración de sistemas. De este modo, podremos controlar todo el entorno de la habitación (luz, clima, domótica, telefonía,

etc.) desde cualquier dispositivo, ya sea el TV o cualquiera de nuestros propios dispositivos móviles, acceder a nuestro contenido ya sea en la nube o local, conectarnos a nuestras redes sociales e interactuar con nuestro mundo cotidiano. Otra novedad, que es ya una realidad desde hace pocos meses, son las nuevas soluciones que estamos ofreciendo a nuestros clientes con soporte tablet. Los hoteles empiezan a ofrecer, sin cargo adicional para el huésped, una tableta con la que el huésped tiene libertad de uso a cualquier nivel, además de un sinfín de opciones y posibilidades dentro del hotel: desde chatear con otros huéspedes o el propio personal del hotel, hasta hacer el pedido del room service, reservas del spa, de restaurantes, de habitaciones en cualquier hotel de la cadena e, incluso, poder seguir rutas turísticas aprovechando la función GPS de la tableta”.

Como conclusión, tal y como explica Sylvain Hochart, “los usuarios cuentan en sus hogares con equipos de grandes



Foto: Sagemcom

prestaciones, ya que el mercado pone a su disposición una gran variedad de ellos. Por tanto, los establecimientos hoteleros deben estar a la altura y aportar valor ofreciendo también lo último en tecnología audiovisual”.

Imagen a lo grande

con Screeneo

innovation + you

Philips Screeneo
Smart LED projector
www.philips.com/screeneo

PHILIPS