



Foto: TP Vision (Philips TV)

Sistemas Audiovisuales: Televisores y Proyectores Tecnologías de última generación

Los mejores hoteles ofrecen tecnologías de última generación para conseguir que sus clientes se sientan refugiados dentro de su habitación y, a la vez, conectados al mundo exterior. En estos momentos, un hotel que puede ofrecer un equipamiento tecnológico actualizado, siguiendo las últimas tendencias, transmite a sus huéspedes la sensación de modernidad e innovación. El usuario, cuando elige hospedarse en un hotel, lo primero que busca es la comodidad, calidad, sentirse como en casa, disponiendo de todos los sistemas audiovisuales tanto si es un viaje de relax como si se trata de un viaje de negocio..., en definitiva, contar con todos los servicios a su mano.

Para las cadenas hoteleras, contar con un equipamiento tecnológico actualizado y que siga las últimas tendencias, consigue crear en el huésped la sensación de modernidad e innovación. De esta manera, el establecimiento demuestra a sus usuarios que se preocupan por lo que puedan necesitar durante sus estancias, brindándoles todos los elementos necesarios para que, además, puedan desarrollar, con suficiente comodidad, tanto su trabajo como su descanso, de la mejor manera posible.

El cliente, cuando llega a su habitación espera encontrar en ella calidez, comodidad..., sentirse como en casa, pudiendo contar con todas las tecnologías posibles para poder estar conectado al mundo, en definitiva, tener todos los servicios al alcance de su mano. La habitación se convierte en una

ventana abierta al mundo y los hoteles deben ofrecer todos estos servicios a fin de facilitar las máximas prestaciones y comodidades tecnológicas.

“Es una realidad, que los huéspedes esperan una calidad de servicio y equipamiento acorde a la categoría del establecimiento y, por supuesto, ésta también se aplica en el caso del televisor. Además, las prestaciones tecnológicas diferenciales, van a ayudar a destacarse con respecto a otros establecimientos”, concreta David Sicilia, Responsable de Marketing y Publicidad de Nevir.

Hay que tener en cuenta que la adquisición de los sistemas audiovisuales es uno de los principales factores a considerar en los hoteles, ya que puede suponer una fuente de ingresos. En este sentido, Sylvain Hochart, Director Retail España y Portugal de Sagemcom, opina que son necesarios, no solo para las habitaciones sino para atraer otro tipo de negocios como son la celebración de eventos y convenciones. La mayoría de establecimientos hoteleros cuentan con televisores y/o proyectores en las salas que disponen para ello. Así pues, “ya no se ve el televisor como un mero accesorio obligatorio en la habitación, sino como otra muestra de servicio y cuidado del hotel con sus clientes, un objeto que revela la categoría y calidad del hotel, la preocupación y atención hacia sus huéspedes y que intenta que el cliente pueda experimentar sensaciones al menos similares a las que tiene en su hogar”, describe Gustavo Gil de la Serna, Iberia KAM Hospitality TV, TP Vision (Philips TV).

Por todo ello, es imprescindible que la persona encargada de valorar la implementación de un sistema audiovisual moderno, “estudie con detenimiento las diferentes opciones que existen actualmente, estoy seguro de que esta decisión es cada vez más meditada por los responsables de compras, ellos son conscientes del ritmo vertiginoso de las transiciones en cuanto a novedades tecnológicas se refiere, en el momento de la elección es vital hacer una proyección a 3 ó 4 años vista para calibrar correctamente su idoneidad, de no hacerlo así, el sistema que elijamos corre el peligro de quedar obsoleto en poco tiempo”, define Moisés



Foto: Barceló Hamilton Menorca

Merino, Responsable Área Equipamiento Audiovisual en NPG.

Sin embargo, Josep Lluís Mázquez, General Manager de IpmasD Hospitality Solutions, destaca que en este sector, como en el resto, hay de todo, aunque, en su opinión, “suele primar el coste por encima del resto de opciones y, a veces, no suele ser la solución óptima, sobre todo a largo plazo. Sirva como claro ejemplo el tema TDT-2 en estos momentos: Muchos hoteleros pueden decidir entre adquirir un televisor modo hotel básico, con Smart TV o con funciones avanzadas de conectividad a un precio ‘x’. Pero ya, en estos momentos, existen algunos

fabricantes que suministran los mismos modelos pero con el sintonizador de la futura TDT-2 integrado, obviamente por un ligero incremento en el coste del televisor... posiblemente muchos compradores decidirán el primer caso por un tema de coste, pero en 3, 4 ó 5 años ese mismo televisor seguirá funcionando cuando venga el nuevo apagón del TDT hacia el TDT2, mientras que los otros, que se descartaron por un pequeño diferencial habrá que reponerlos”.

La elección adecuada

“El empresario debe optar por una tecnología punta, compatible con los

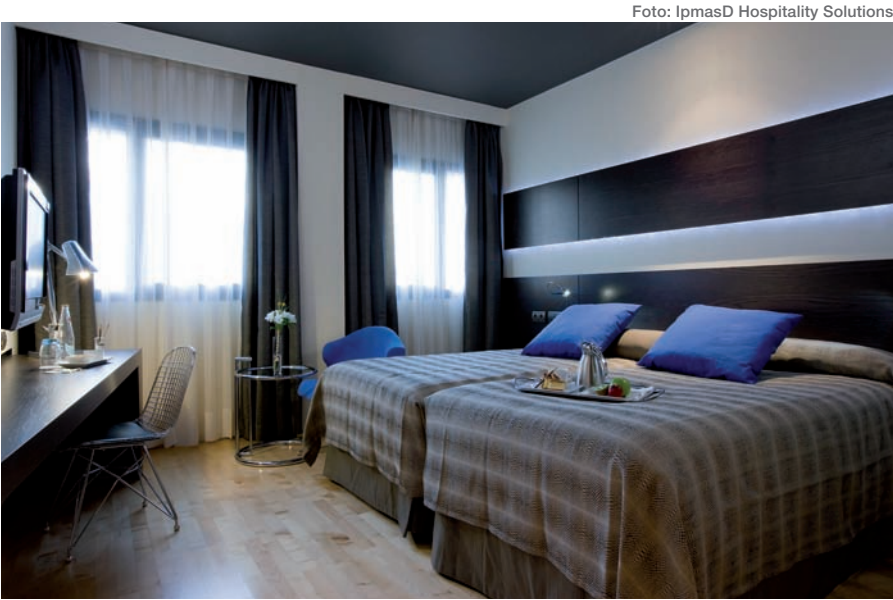


Foto: IpmasD Hospitality Solutions



Foto: Club Hotel RIU

sistemas actuales que pueda tener un huésped. Por su parte, éste elegirá aquella tecnología que le haga su estancia más fácil y cómoda”, analiza Sylvain Hochart (Sagemcom).

Por otro lado, Gustavo Gil de la Serna, (TP Vision, Philips TV) destaca que muchas veces el empresario empieza a contemplar temas como HD Ready, Full HD, los 100, 200, 300...Hz, y otras muchas opciones, que luego el huésped nunca va a valorar. “En este aspecto, los distribuidores tenemos mucho que aconsejar y ayudar al empresario a adquirir un producto que cumpla con los requisitos básicos sin necesidad de gastar más por prestaciones que no tendrán un efecto real sobre la percepción de huésped”.

Así mismo, para el hostelero pueden ser de una gran importancia, opciones tan sencillas como “el bloqueo de la configuración del televisor (que no pueda resintonizar ni cambiar el orden de los canales), contar con una lista única de canales, incluyendo los canales de TDT, de satélite, analógicos, digitales..., volumen máximo configurable, funcionalidad de clonación de la configuración por USB y apagado automático tras ‘x’ horas de inactividad”, especifica David Sicilia (Nevir). Además, y totalmente integradas con las anteriores opciones, también los huéspedes buscan, “equipos que les ofrezcan conexión multimedia y buenas prestaciones. Siguiendo la tendencia del mercado, entre estas prestaciones destacan una pantalla cada vez más

grande, una alta calidad de imagen y un buen sonido en consonancia con la imagen”, continúa.

Pero a la hora de elegir un tipo de aparato, suele ser evidente que el empresario busque un retorno de inversión lo más rápido posible, pero sin dejar de lado que una mala calidad de imagen o una televisión antigua puede dar al traste con la imagen de las habitaciones. “Obviamente la tecnología cambia rápidamente y no siempre es posible estar a la última, con lo cual muchas veces se hacen apuestas de futuro que pueden paliar costes inesperados”, explica Gustavo Gil de la Serna.

Mientras, el huésped, evidentemente, “busca conocer cosas nuevas y sobre todo de máxima calidad, acorde con

“Tanto el precio, como la tecnología y el diseño son factores muy importantes que no solo serán valorados por el establecimiento hotelero a la hora de adquirirlo, sino por el huésped a la hora de alojarse..”

la categoría del hotel en el que va a pernoctar”, continúan detallando desde Tp Visión (Philips TV).

La diversidad de la oferta es equivalente a la diversidad de la demanda, partiendo de esta base, Moisés Merino (NPG), considera que la elección de la oferta, en cuanto al sistema audiovisual, es inseparable de la orientación comercial que queramos dar al negocio, es decir, si tenemos claro cuál es el segmento de clientes a los que se quiere optar, entonces es algo más sencillo saber cuál es el sistema y tecnología idóneos. Ahora bien, “dado que habitualmente no hay un perfil de cliente único si no que son múltiples, deberíamos elegir un sistema de gama media, de fácil gestión, con buena conectividad y sobre todo con un buen servicio post-venta, que nos asegure el estar bien respaldados durante toda la vida útil de los equipos”.

En definitiva, se trata de un conjunto de factores porque en la elección de un sistema audiovisual para hoteles no puede primar uno sobre otro. “Tanto el precio, como la tecnología y el diseño son



Foto: Nevir

LA INFLUENCIA DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS

En la sociedad actual, la tecnología forma parte inseparable de nuestro estilo de vida, a diario utilizamos dispositivos electrónicos de última generación como Smartphone, Tablet o Televisores Smart TV, estos dispositivos nos acompañan en la mayoría de nuestras actividades cotidianas y, esta asociación permanente, hace que seamos muy exigentes con su nivel de calidad, así como con las infraestructuras que les dan soporte y permiten su uso con agilidad. Además, y debido a que el 99% de los usuarios viajan con portátil, Tablet, Smartphone u otro dispositivo móvil, es imprescindible que el hotel disponga de una red wifi, de banda, lo suficientemente ancha, para cubrir la demanda de conexión del cliente. Obviamente, la imagen de un hotel (incluso la de una marca) puede quedar en entredicho si no cumple con las necesidades del huésped.

La influencia de la tecnología en las expectativas de los huéspedes es fundamental. Los usuarios no pueden desprenderse de la tecnología, forma parte de sus vidas y la utilizan para todo. Ante este panorama, tanto si se trata de un viaje de negocios, como si estamos disfrutando de unas vacaciones, lo que vamos a querer / necesitar cuando lleguemos al hotel es compartir fotos con nuestros familiares o mandar el informe a nuestro jefe. Y en este sentido, la tecnología juega un papel clave.

Por todo esto, es lógico que los huéspedes también exijan del establecimiento un nivel tecnológico en sintonía con el que disfrutan en su hogar, incluso similar al que disponen en su entorno laboral, lo ideal es que el cliente siempre obtenga mejoras usando las herramientas proporcionadas por el establecimiento.

Sin embargo, Josep Lluís Márquez, General Manager de IpmasD Hospitality Solutions, no cree que, de manera generalizada, el huésped aprecie las funcionalidades del Smart TV o del Miracast. “Realmente un cliente aprecia sobretodo el tamaño del televisor y que sea un modelo nuevo (LED) muy por encima de detalles más complejos ya que con una estancia media de menos de 2 noches es muy complicado que la gente use características más avanzadas del televisor”.

En este sentido, el hotel debe ofrecer al cliente productos y servicios actuales. “Es importante que el establecimiento adecúe los medios que pone a disposición de los clientes, a las últimas tendencias del mercado. Por este motivo, el huésped reclama la posibilidad de interconectar otros dispositivos; cámara de fotos, tablets, reproductor de música y Smartphone”, concreta David Sicilia, Responsable de Marketing y Publicidad, de Nevir.

factores muy importantes que no solo serán valorados por el establecimiento hotelero a la hora de adquirirlo, sino por el huésped a la hora de alojarse. Especialmente el diseño y la tecnología”, expone Sylvain Hochart.

En relación a la opción más demanda por parte de las cadenas hoteleras es el “disponer de un televisor de gran formato, con una amplia oferta de canales de televisión y con la posibilidad de interconectar dispositivos electrónicos y de uso intuitivo, que no suponga quebraderos de cabeza para el huésped”, consideran desde Nevir. Así mismo, desde NPG, opinan que el equipo medio es un televisor con tecnología LED, que oscila entre las 32 y las 40 pulgadas. Del mismo modo, la tecnología Smart va ganando terreno y, a día de hoy, la demanda está

por encima de la de los modelos sin Smart. Fundamentalmente, los hoteles buscan “televisores para las habitaciones y zonas tipo lobby, bares, cafeterías..., sistemas de información digital para zonas comunes tipo recepción, pasillos, etc.. y pantallas de gran formato para presentaciones en Salas de Reuniones”, concreta Gustavo Gil de la Serna.

En cuanto al diseño, “el comprador busca perfiles Ultra-Slim y cada vez son más los establecimientos que optan por colgar el televisor en la pared prescindiendo de la peana, así se logra una mejor integración del televisor en el diseño de las habitaciones”, describe Moisés Merino.

Pero hay que tener en cuenta que, el precio siempre influye, “aunque la tendencia es preponderar diseño y tecnología sin ir al producto más barato. Desde Nevir podemos asegurar, que hasta en un 50 por ciento interviene el diseño en la elección de equipo audiovisual, por eso en nuestra gama contamos con TVLED con carcassas integradas en color blanco”, concluye David Sicilia. Sin embargo, desde NPG, opinan que éste tiene importancia pero es decreciente, “en la medida en la que los servicios audiovisuales han aumentado su importancia por la demanda de los clientes, que ahora buscan sistemas acordes a la tecnología que llevan consigo y que utilizan habitualmente”.

Foto: IpmasD Hospitality Solutions



LOS PROYECTORORES EN LA SALA DE REUNIÓN

Las salas de reuniones suelen ser utilizadas por clientes y empresas que quieren hacer presentaciones de sus productos, workshop o meeting con sus clientes, staff, medios de comunicación... Por ello, se busca la tecnología más avanzada para que las empresas puedan realizar presentaciones y videoproyecciones cómodamente. Los sistemas disponibles deben ser compatibles con la tecnología que el cliente trae consigo.

En opinión de Josep Lluís Márquez, General Manager de IpmasD Hospitality Solutions, en estas estancias, “los proyectores poco a poco van dando paso a las pantallas de 60, 70 y 80” ya que la bajada de precio permite el cambio sin ser un gasto prohibitivo. Aun así, y quizás sobre todo para salones más grandes, los proyectores siguen siendo la mejor opción”.

Del mismo modo, Moisés Merino, Responsable Área Equipamiento Audiovisual en NPG, destaca que los sistemas más demandados actualmente son los sistemas interactivos, con buenas capacidades de gestión remota, las pantallas a partir de 50” y hasta 75” con tecnología LED Smart TV.

No es que estos equipos vayan a sustituir a los tradicionales proyectores, pero en muchas ocasiones, cuando el auditorio no es demasiado grande, es la opción más válida. Pero, sobre todo, deben ser sistemas que nos permiten interactuar y conectarnos con cualquier lugar del mundo y obtener datos como si estuviéramos en nuestras propias oficinas. “Pantallas de gran formato, con distinta conectividad y acceso ágil a sistemas internos de información constituye un punto importante de oferta en la actualidad”, define Gustavo Gil de la Serna, Iberia KAM Hospitality TV, TP Vision (Philips TV).

En definitiva, se buscan sistemas de proyección audiovisual totalmente compatibles con el PC y con una puesta en escena muy rápida.

Tendencias

Gracias a los avances tecnológicos, la tendencia es hacia la movilidad, la conexión y la diversidad de formatos sin sacrificio de la calidad del contenido. “El usuario quiere crear y ver contenido cuando así lo desee, pero además, poder compartirlo”, comenta Sylvain Hochart de Sagemcom. Dado que la conexión WiFi gratuita forma ya parte de un mínimo imprescindible, “fundamentalmente se busca la interconexión del televisor con los distintos dispositivos móviles (Tablet, Smartphone, etc.); también existe demanda creciente de sistemas de información al público en general en las zonas comunes del Hotel”, analiza Gustavo Gil de la Serna, de TP Vision (Philips TV).

Fundamentalmente la conectividad aplicada a los equipos audiovisuales, junto con la incorporación de sistemas de gestión inteligentes, son dos características que permiten poder ofrecer servicios adaptados a la medida de los clientes en función de sus hábitos o requerimientos, con un grado de personalización casi total, para gestionar

“La tendencia va hacia la movilidad y la conexión: crear, consumir y compartir contenido cuando y donde se quiera, pero sin sacrificar la calidad del mismo...”

una necesidad en el mercado hotelero, a esto se le une la continua evolución tecnológica. La sinergia entre informática, social media y electrónica forma parte de nuestro día a día y se incorpora en los televisores a través de los Smart TV”, concluye David Sicilia, de Nevir.

Los retos del sector

Uno de los principales retos que tiene el sector en estos momentos es “lograr la interacción real del usuario con esos medios de comunicación audiovisual. Que la información sea bidireccional y que se consiga de una forma fácil y sencilla. Por otra parte, hay que destacar la profesionalización, puesto que todo no vale ya en términos del gestor de contenidos, del player y de la pantalla”, especifican desde Sagemcom.

Siguiendo con esta idea, desde IpmasD Hospitality Solutions, opinan que los sistemas audiovisuales suponen, ya de por sí, un reto permanente. “La tecnología es algo que avanza y cambia constantemente, y nuestra función, más que nunca, es la de asesorar a nuestros clientes hoteleros en función



Foto: Barceló Hamilton Menorca

de la disponibilidad del producto o la tecnología, sus posibles usos y funciones y la capacidad de adaptarse a los entornos futuros”.

Es evidente que nos encontramos en un periodo de transición, “las nuevas tecnologías aplicadas al sector audiovisual abren un abanico de posibilidades tan amplio, que el verdadero reto será el de filtrar y optimizar los servicios relevantes por encima de lo accesorio, de manera que aporten valor al conjunto y no diluyan o compliquen el mensaje que queremos transmitir a nuestros clientes, la oferta debe ser clara y con un grado de practicidad muy alto, para cumplir con ese cometido el sistema que elijamos, como nexo o interfaz para desarrollar estos servicios, debe ser lo más universal posible, así los usuarios lo utilizarán familiarmente, como una extensión de sus herramientas habituales, para el desarrollo de sus actividades profesionales o de ocio”, exponen desde NPG. Del mismo modo, Josep Lluís Márquez, explican que el reto está en la ansiada necesidad de ofrecer en los televisores de los hoteles servicios adicionales al huésped, que pueden ir desde los históricos sistemas de películas, música, información corporativa, hasta los recientes servicios de internet, Smart TV, y conexión directa con los smartphones y tabletas de los huéspedes.

A día de hoy, el mundo audiovisual no sólo en hoteles, sino en todo tipo de centros públicos, “está incrementando su demanda de una forma exponencial: Sistemas de Información Digital, exposición en salas de espera, flujo de información al público en general... es un requisito que demanda la sociedad actual”, define Gustavo Gil de la Serna, de TP Vision (Philips TV)

Por todo ello, cada vez más, 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 Slim, integrados en la pared como si fueran un cuadro. Además, se irán incorporando las tecnologías de alta resolución (como el 4K) que aportarán mayor calidad y realismo a las imágenes, y, sobre todo, una incorporación muy fuerte de los



Foto: Toshiba

Smart TV, implementando paralelamente los contenidos (con aplicaciones dirigidas directamente al ocio del usuario) y las prestaciones Smart de los televisores”, menciona David Sicilia (Nevir). Fundamentalmente, “la interconexión del televisor con otros dispositivos móviles, así como el televisor bajo IP, serán puntos fundamentales. Asimismo, procesos tales como instalación/actualización de canales y software en remoto que abaraten los costes de instalación y sistemas internos de información del hotel ya son objeto de máxima demanda en la actualidad”, detalla Gustavo Gil de la Serna.

Este sector es muy dinámico y está en constante evolución, así que se puede prever que con cierta frecuencia surjan nuevos avances o mejoras, sin embargo, para Moisés Merino (NPG), el cambio más relevante de los últimos 10 años ya se ha dado y es una realidad, se trata del lanzamiento de la tecnología Smart TV, aunque aún es una tecnología muy joven y tiene que evolucionar mucho más, es sorprendente cómo, en poco tiempo, ha

cambiado nuestra forma de interactuar con el televisor, hemos pasado de ser receptores de información pasivos en base a una limitada oferta de contenidos, a ser de forma activa, los diseñadores de nuestro propio universo de contenidos. “Si a todo esto le sumamos la posibilidad de acceder a redes sociales, o a la, cada día más extensa, oferta de servicios en la nube, podemos afirmar, como dice uno de nuestros más conocidos slogan, ‘con la TV Smart TV de NPG, ahora más que nunca, tú tendrás el mando’”.

En definitiva, “la tendencia va hacia la movilidad y la conexión: crear, consumir y compartir contenido cuando y donde se quiera, pero sin sacrificar la calidad del mismo. La movilidad y la eterna conexión son dos conceptos que difícilmente vamos a poder dejar de lado. Además, la variedad de formatos (video en 4K, 5K...) con cada vez más calidad es otra tendencia al alza que está siendo posible gracias a la rapidez con la que avanza la tecnología”, concluye Sylvain Hochart de Sagemcom.



Foto: NPG