

La red, el activo para la transformación digital de los hoteles

TP-Link está preparado para responder a la demanda actual del sector hotelero que tiene en la infraestructura de red el pilar para avanzar en su digitalización y satisfacer todas las necesidades de sus clientes, viajeros siempre conectados que exigen una experiencia única y digital. Su tecnología, avalada por el trabajo de sus centros de I+D, más su propuesta que gira en torno a Omada, su plataforma de gestión que incluye redes Ethernet, GPON y videovigilancia, permiten a los establecimientos hoteleros ofrecer una atención personalizada a sus clientes y modernizar su operativa.

Rosa Martín

En la actualidad, en un mercado turístico tan competitivo como el español marcar la diferencia se ha convertido en una necesidad y los hoteles buscan esta distinción en las soluciones tecnológicas que se han convertido en un medio para atraer y retener a los clientes proporcionándoles una experiencia única. En este contexto, la columna vertebral del equipamiento tecnológico es la infraestructura de red que permite la conectividad del usuario que está siempre conectado. Íñigo Azcona, responsable del sector *hospitality* de TP-Link España, recalca que el papel de la red “va mucho más allá de dar conectividad al viajero”.

Garantizar una óptima conexión y una buena experiencia de usuario al huésped, que se tiene que conectar a la red para trabajar o disfrutar de su ocio, es una de funciones; pero también es una parte fundamental para la correcta gestión tanto de las operaciones de gestión como de la comunicación interna



Íñigo Azcona,
responsable del sector *hospitality* de TP-Link España

y de la seguridad del hotel. Y, además, es la vía para implantar nuevos servicios.

Azcona señala que a la hora de diseñar una red en un hotel hay que tener en cuenta dos

aspectos principales: la cobertura y la capacidad para gestionar los servicios que tenga el establecimiento. El especialista recalca que la cobertura incluye a las “redes alámbricas e inalámbricas”. Y la capacidad es su preparación para soportar la ingente cantidad de dispositivos que se conectan a diario, teniendo en cuenta que el usuario tiene una media de 4,5 dispositivos. Al mismo tiempo, hay que tener en cuenta la seguridad, un aspecto “importantísimo tanto para los datos de los clientes como para los datos del hotel”. Y que sea escalable. “Tenemos que estar preparados para el futuro”, subraya. La facilidad de gestión y de uso por el propio usuario son otros de los requisitos claves para diseñar una red óptima.

Estas características impulsan la demanda del sector hotelero que, a juicio del experto de TP-Link, requiere de “una red robusta, fiable y escalable. Y, sobre todo, que sea el pilar activo para la digitalización del hotel”. La red sería un



activo para que el hotel no se quede atrás en “la carrera de darle al darle al huésped todas esas herramientas digitales y esa experiencia digital está demandando”, recalca Azcona.

Propuesta de TP-Link: Omada

Ante esta demanda, la respuesta de TP-Link se basa en su conocimiento del mercado y en su experiencia para aportar la última tecnología acorde a las necesidades de las em-

Seguridad

La seguridad de la red es un elemento clave para garantizar la protección de los datos de los clientes y de la información del propio establecimiento hotelero. TP-Link blindo la red mediante una combinación de elementos. Por una parte, dota al equipamiento de funcionalidades avanzadas de seguridad y, además, la propia gestión centralizada a través de la plataforma Omada proporciona otra capa de seguridad. Azcona señala que sus equipos “poseen detección y prevención de intrusos”. Y, además, TP-Link cuenta con acuerdos con las principales plataformas de portales cautivos para que el acceso gratuito a la red del hotel sea más seguro.

Esta mezcla de “funcionalidades de los propios equipos y de la propia plataforma de gestión, que es centralizada, permite una gestión integral de la seguridad de la red del hotel”, resume el especialista.

presas. “TP-Link tiene una orientación a la investigación y desarrollo muy destacada. Tenemos más de 3.000 ingenieros alrededor del mundo y esto nos permite tener siete centros de I+D y tres de ellos internacionales”, comenta el responsable del sector *hospitality* de TP-Link España.

La labor de estos centros, que se complementa con alianzas estratégicas con los principales fabricantes de *chipsets*, le permite ofrecer una oferta equilibrada en calidad y precio. Dentro de esta propuesta brilla su gama Omada, que es su línea de productos para redes profesionales, que aporta al sector ho-

telero la robustez y la sencillez necesaria para la gestión y la monitorización de toda la operativa. Ofrece visibilidad de toda la red y facilita informes de gestión para mejorar la toma de decisiones. Y todas estas operaciones las realiza sin descuidar la seguridad. “Bajo el pa-

raguas de Omada hay tanto software como hardware”, destaca el experto de TP-Link. Omada incluye puntos de acceso para cualquier situación, desde los de alta densidad hasta los del exterior o los exclusivos para las habitaciones. Además, incluye toda la parte

de electrónica de red, de *switches* y de *routers*, que permite llevar toda la conectividad a un punto central.

GPON

TP-Link acaba de incluir en la plataforma Omada las soluciones con la tecnología GPON (Red óptica pasiva con capacidad Gigabit), que permite llevar la fibra hasta la habitación. Según explica el especialista de TP-Link, la fibra GPON aporta cuatro ventajas principales. Una es la velocidad y el ancho de banda que es superior a otras tecnologías, lo que permite mejorar la experiencia del *streaming* y el número de dispositivos conectados. La segunda está relacionada con la eficiencia energética que implica un ahorro de costes y la tercera es la escalabilidad, que permite escalar tanto el número de habitaciones como el número de servicios que pasan por la red. La última ventaja es su capacidad para unificar en un mismo cable todos los servicios de conexión.



Canal

Un pilar estratégico para TP-Link es el canal de *partners*, integradores e instaladores. El canal “es la piedra angular sobre la que soporta toda la estrategia de comercialización y toda la estrategia que tiene el área de negocio de B2B”, resalta el especialista.

TP-Link está al lado de su red de *partners* en todo el proceso de venta. Desde la fase de preventa hasta la fase de postventa. “Compartimos el proyecto, vemos qué equipamiento es el adecuado, resolvemos problemas. También ayudamos a que la tecnología de TP-Link esté perfectamente instalada y configurada en el cliente final”, detalla.

Toda esta labor está apoyada con programas de formación y certificación para asegurar el conocimiento y la excelencia a la hora de la instalación y gestión. Al mismo tiempo, el proveedor apoya desde el punto de vista comercial a sus *partners* mediante la búsqueda de oportunidades, con recursos de marketing y cuidando el margen a la hora de presentar las ofertas al cliente final.

Capacidad de gestión

La llegada de este tipo de redes GPON plantea, en algunos casos, problemas de gestión cuando convive con otras redes previas como las

redes Ethernet. En los hoteles se pueden producir dificultades para pasar de una red a otra cuando no es la misma en la habitación que en las zonas comunes. Y, además, otro proble-



ma añadido es el uso de dos plataformas para gestionar las dos redes. TP-Link ha eliminado estos problemas con la introducción de las redes de fibra bajo la controladora Omada, lo que unifica la gestión. “En una misma plataforma se va a gestionar la red con independencia de si es de fibra o Ethernet”, resalta Azcona.

Vigi

La videovigilancia es otro elemento imprescindible en el hotel y TP-Link tiene en su oferta una completa gama de soluciones bajo la denominación Vigi. Esta gama de soluciones llegó hace casi dos años al mercado español y permite integrar la videovigilancia dentro de la red. “Es una solución completa que incluye desde cámaras de alta definición con



inteligencia artificial que permiten identificar cualquier suceso que hay en el hotel hasta grabadores NVR y el gestor VMS de la solución”, detalla Azcona.

Esta solución completa se integra en Omada, lo que permite que en una misma red se in-

tegre equipamiento clásico como puntos de acceso o *switches* hasta cámaras y NVR.

Beneficios para el hotel

La propuesta de TP-Link aporta al hotel numerosos beneficios por su tecnología muy avan-

zada y sobre todo por su orientación hacia el valor. Azcona explica que su propuesta está orientada a “tener el mejor equipo posible con las mejores funcionalidades a un precio muy competitivo”.

Otro de los beneficios que aporta es el conocimiento y la experiencia de su canal de *partners* y de integradores, que cuenta con la certificación necesaria para sacar el máximo provecho a su tecnología.

El responsable del sector *hospitality* de TP-Link resume las ventajas de su tecnología para el hotel, indicando que “tenemos la plataforma Omada sobre la que vamos a ir creciendo. Hoy tenemos soluciones de redes Ethernet, soluciones de redes GPON, soluciones de redes de Vigi y todo eso integrado”.

La oferta de TP-Link ha tenido muy buena acogida en mercado y numerosos hoteles ya disfrutan de su tecnología entre los que se encuentran los de la cadena RoomMate, Majestic o Santos.

TP-Link: “El papel de la red en el sector hotelero va más allá de dar conectividad al viajero”

La infraestructura de red se ha convertido en una de las piedras angulares para el desarrollo de los servicios que el hotel presta a los huéspedes. Ignacio Azcona, responsable del sector *hospitality* de TP-Link España, señala que el papel de la red “va mucho más allá de dar conectividad al viajero”. Se ha convertido en el medio para integrar operaciones y proporcionar nuevos servicios. Su consejo a la hora de diseñar una red es que aporte la cobertura y la capacidad necesaria para gestionar los servicios que proporcione el hotel.

La seguridad, la facilidad de gestión y la escalabilidad para afrontar el desarrollo futuro son otros de los requisitos que tiene que tener la red en el sector hotelero. “Hay que pensar en una red que pueda aumentar para estar preparados para el futuro y que sea fácil de gestionar”, recomienda Azcona.



Omada, la plataforma de TP-Link para garantizar una óptima gestión de la red en el sector hotelero

TP-Link mantiene una firme apuesta por el I+D para ser una marca de referencia en el sector empresarial. Su trabajo de investigación y desarrollo se plasma en el trabajo de más de 3.000 ingenieros y en sus siete centros de I+D. Esta labor y su red de alianzas con los principales fabricantes de *chipsets* le habilitan para llevar a cabo un desarrollo integral de las soluciones para construir una propuesta que destaca por su equilibrio en “precio y valor”, según destaca Íñigo Azcona, responsable del sector *hospitality* de TP-Link España.

Dentro de esta propuesta destaca Omada, su plataforma robusta para la gestión de la red que permite dar una experiencia de conexión al huésped óptima y todos los servicios que necesita con total seguridad.



TP-Link integra bajo la gestión de Omada todas las redes más la videovigilancia del hotel

“Bajo el paraguas de Omada hay tanto software como hardware” explica Íñigo Azcona, responsable para el sector *hospitality* de TP-Link España. El especialista destaca que el mercado del *hospitality* es muy exigente y necesita una cobertura fiable y robusta. Por eso bajo Omada se gestionan puntos de acceso, la electrónica de red compuesta por *switches* y *routers*, redes GPON y videovigilancia.

TP-Link permite a los hoteles gestionar tanto las redes Ethernet como las GPON a través de Omada resolviendo el problema que plantea gestionar dos redes. Además, recientemente ha incluido la gestión de la videovigilancia mediante sus productos Vigi, lo que convierte a Omada en la solución para tener una red que integre equipamiento clásico de redes, pero también toda la parte de cámaras y grabadores NVR.



Íñigo Azcona,
responsable del sector *hospitality* de TP-Link España

TP-Link confía en el canal para llevar su propuesta al sector hotelero

“Somos una empresa de canal”, indica Íñigo Azcona, responsable del sector *hospitality* de TP-Link. Su red de *partners* e integradores son el eje de su estrategia de comercialización del área B2B. Y TP-Link está volcado en atender todas sus necesidades y respaldar su trabajo a través de recursos técnicos y comerciales. “Ayudamos a nuestros *partners* a entender bien qué elementos deben ser instalados. Compartimos el proyecto y les ayudamos a que la tecnología de TP-Link esté perfectamente configurada en el cliente final”.

El conocimiento y el buen hacer de su canal es una de sus fortalezas y una de las ventajas que ofrece al sector hotelero junto con su tecnología. “Tenemos una propuesta muy orientada al valor”, destaca Azcona.



Íñigo Azcona,
responsable del sector *hospitality* de TP-Link España