SEÑALIZACIÓN-DIGITAL SIGNAGE

GUIAR AL CLIENTE

La señalización en un hotel o restaurante debe facilitar información eficaz al cliente, al mismo tiempo que lo oriente en todo momento de cómo moverse por sus instalaciones, garantizando que la estancia sea mucho más cómoda. *Por Isabel Fernández*

OCCIDENTAL MARGARITAS

DYDPLAS

DYDPLAS

Los elementos que componen la cartelería o señalización en un negocio abierto al público tienen como objetivos fundamentales informar, promocionar y atraer. Por tanto, la evolución de estos elementos depende de las necesidades de comunicación de cada establecimiento hacia sus clientes y usuarios.

Como primera línea de atención al cliente en un establecimiento hostelero se encuentran los paneles o pantallas informativas. Para que la comunicación sobre instalaciones, servicios y actividades sea eficiente hay que elegir adecuadamente los formatos. Además de guiar al huésped, la señalización puede delimitar espacios, transmitir los valores de la imagen corporativa del local, contar una historia o crear ambientes mediante distintas soluciones técnicas. Los elementos de señalización pueden ayudar al hotel o restaurante a distinguirse de resto de su competencia, mejorando la experiencia de los clientes. Así, Antoni Domene, gerente de Dydplas, afirma que la señalización tiene "una importancia vital, tanto por normativa como para facilidad hacia el cliente en todos los sentidos: informativos, normativos y hasta estéticos". Para Marcos Fernández, director de Christie en España y Portugal, "la señalización digital es una herramienta muy po-

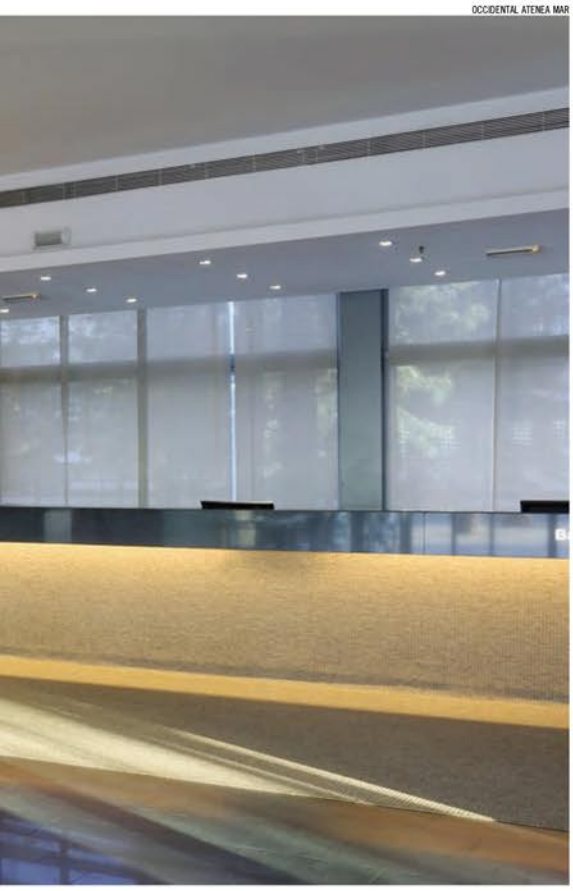
DYDPLAS

tente y valiosa para los hoteles por la gran variedad de aplicaciones que ofrece. También juega un papel muy importante en la experiencia de las personas que se alojan en este tipo de establecimientos. Por ejemplo, los clientes de un hotel se pueden beneficiar de las pantallas de señalización digital al acceder fácilmente a todo tipo de informaciones actualizadas sobre la ciudad y el hotel en el que están alojados, así como eventos que ocurran dentro y fuera del establecimiento. Se pueden anunciar servicios y promociones del propio hotel, mostrar la información del tiempo, planos interactivos de la ciudad, excursiones disponibles, noticias de actualidad, vídeos, entretenimiento, etc. Además, se pueden instalar pantallas en el exterior de las salas de conferencias para mostrar horarios e información de los diferentes eventos programados. También en las cafeterías y restaurantes, las pantallas pueden servir de apoyo a la hora de comunicar los menús del día, especialidades, etc.". Por su parte, Marta Fernández, CMO de Netipbox Technologies, agrega que "la transformación digital ha aterrizado con fuerza en todas las industrias. El mundo de la hostelería no es ajeno a la ola de cambios tecnológicos que llegan de la mano de un sinfín de posibilidades para las empresas del sector, que deben reinventarse cada día en este proceso de digitalización para mejorar su competitividad y la experiencia del cliente. Avanzar realmente en un nuevo espacio hostelero digitalizado hoy significa mucho más que colocar unas pocas pantallas en las paredes. La transformación en el ámbito de la tecnología y los cambios generacionales han cambiado al consumidor, que busca la interactuación máxima con todos los productos y servicios que consume, y exige soluciones completamente personalizadas. En este contexto, la señalización digital inteligente empieza a jugar un papel fundamental en la transformación digital del sector hostelero, ya que permite transmitir información al consumidor con la potencia del medio audiovisual, mucho más atractivo para el público, con la posibilidad de controlar qué mensajes lanzamos en cada punto gracias a la conectividad".

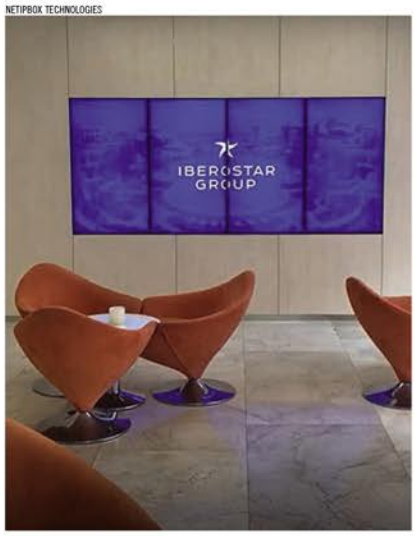
DYDPLAS

NONIUS

OCCIDENTAL ATENEA MAR



NETIPBOX TECHNOLOGIES



Los elementos que conformen la señalética deben estar coordinados con la decoración del establecimiento

Planificación del proyecto

Para proyectar la señalización, es recomendable identificar los lugares más tradicionales del establecimiento (*lobby*, restaurante, cafetería, salones de reuniones, ascensores, piscina…). Tras ello, se deben elegir los contenidos y mensajes clave a transmitir los clientes. Es preferible contactar con una buena agencia de diseño que permita ofrecer una imagen acorde con el *branding* del hotel o cadena a la que pertenezca. Otro consejo es dinamizar el contenido publicado de manera periódica, combinando la forma centralizada (HQ de la cadena hotelera) con la forma local (director del hotel). Esto posibilita hacer llegar los mensajes más apropiados a los distintos públicos. Y, por supuesto, es primordial medir el impacto del detalle, y basándose en los datos obtenidos, continuar mejorando el contenido publicado para que se adapte a las necesidades de aquellos clientes que serán los receptores del mensaje.

Según Juan Carlos Sánchez, *sales manager* Iberia de Nonius, "lo principal es la ubicación. Las pantallas deben estar bien situadas para facilitar su visualización y que todo el mundo las tenga presentes. En segundo lugar, el contenido debe ser sencillo y muy visual, con imágenes y vide-

Obligatoria por ley

PLANNING SISPLAMO

Por ley, solo es obligatoria la rotulación orientada a la prevención y la destinada a mantener la seguridad, es decir, la de emergencia, además de la accesibilidad. Esto en cuanto a señalización estática, ya que en la digital no hay ningún estándar. Por tanto, como buen edificio público, el hotel o restaurante debe contar con un buen plan de prevención de incendios y de un buen sistema de extinción, con vías de escapatoria claramente señalizadas. Para ello se emplearán las señales de evacuación definidas en la norma UNE 23004:1988. La señalética debe ser visible incluso en caso de suministro del alumbrado normal. Cuando sean fotoluminiscentes deben cumplir con lo establecimiento en las normas UNE 23035-1:2003, UNE 23035-2:2003 y UNE 23035-4:2003, y su mantenimiento se realizará conforme a lo establecido en la norma UNE 23035-3:2003. Por otro lado, Juan Carlos Sánchez, *sales manager* Iberia en Nonius, indica que "los hoteles están obligados a informar de los procesos de seguridad del hotel y de los precios de habitación, y para eso una pantalla digital en la recepción es la tecnología ideal para los hoteles, porque pueden actualizar diariamente de forma automática. También se suele instalar en zonas comunes a la vista de los clientes y en los salones para informar de los eventos que están aconteciendo". Además, Marta Fernández, CMO de Netipbox Technologies, sostiene que, "en relación con la seguridad, la señalética digital dispone de una función muy interesante que sirve de gran ayuda en situaciones de emergencia: la capacidad de sincronizar todos los contenidos y comunicar a la vez las medidas de seguridad, con actualizaciones en tiempo real, utilizando las pantallas en situaciones de alarma para señalizar las salidas de emergencia. Cuando las pantallas digitales se colocan en un establecimiento grande y complejo, al estar interconectadas, se pueden utilizar como sistema de alerta en caso de emergencia. En caso de emergencia, como un incendio o condiciones climáticas peligrosas, las pantallas digitales de todo el complejo, al estar conectadas y gestionadas desde un sistema central, pueden revelar detalles sobre dónde deben ir los huéspedes, qué deben hacer, cómo pueden obtener los recursos que necesitan, etc.".

Las pantallas deben estar bien ubicadas para facilitar su visualización y que los clientes las tengan presentes

Imposición de lo digital

Aunque se continúa apostando por la rotulación tradicional, en la que se pueden hacer adaptaciones con todo tipo de información, en los últimos años se ha ido imponiendo la señalización digital o *digital signage*.

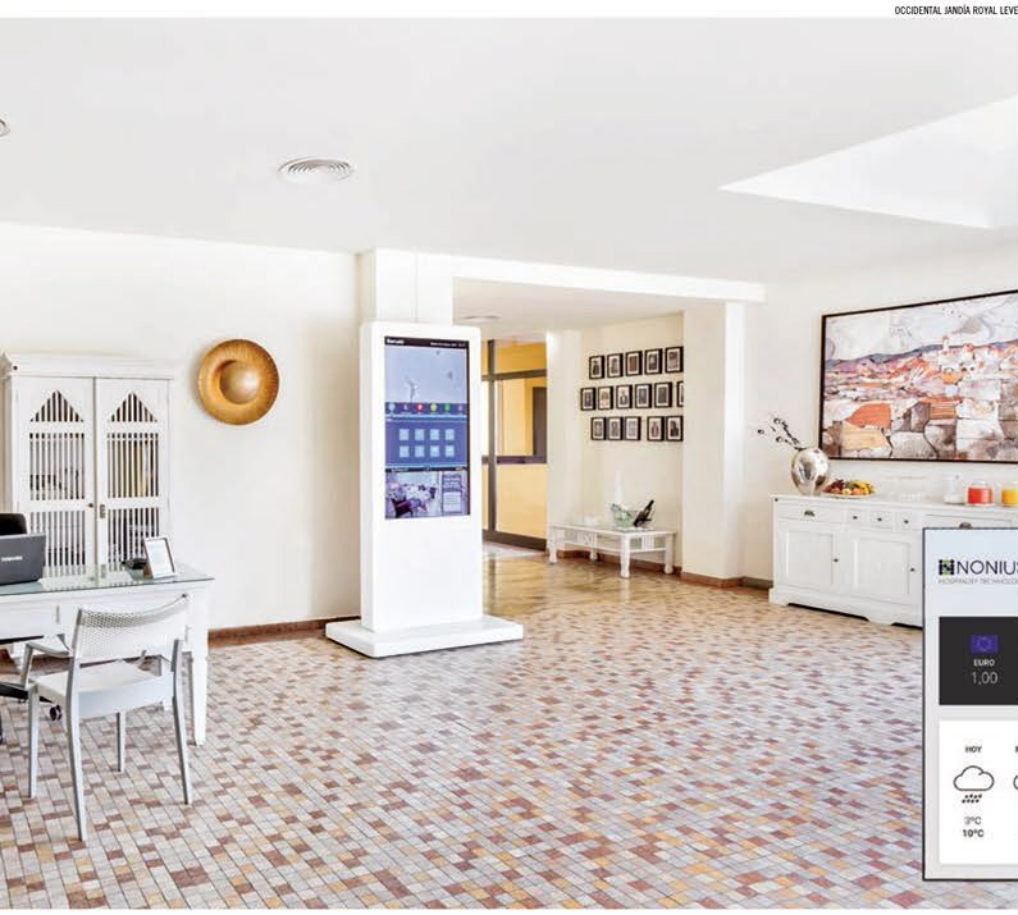
Así, Juan Carlos Sánchez, *sales manager* Iberia de Nonius, cree sí se ha impuesto: "Hoy en día es muy importante que los huéspedes conozcan los servicios del hotel y las atracciones locales turísticas para informar y deleitar a los huéspedes. Aumenta las ventas cruzadas y la imagen de marca, convirtiendo tu clásico hotel en un moderno y dinámico centro turístico". Por su parte, Marta Fernández, CMO de Netipbox Technologies, añade que, "hasta hace poco, los establecimientos hoteleros con alguna estrategia de comunicación digital que aprovechara las pantallas ya existentes (televisores de las habitaciones, monitores del *lobby* o del restaurante, etc.) se consideraban punteros e innovadores. Entonces vino la innovación digital, la competencia se puso al día y los nuevos jugadores ya no conciben un establecimiento hotelero sin estrategia digital. Los hoteles no deben centrarse en la pura venta del alojamiento, sino vender experiencias personalizadas por y para sus clientes. Hoy en día la digitalización en el sector hotelero no es una opción, es una necesidad. Según datos internos de Netipbox, la comunicación digital mejora el impacto y el *engagement* de los clientes en más de un 300%, recuperando la inversión (ROI) en menos de 12 meses".

os". Asimismo, Antoni Domene, de Dydplas, cree que "hay que verificar qué normas debe cumplir, así como ver desde el punto de vista del cliente qué información precisa". Además, Marcos Fernández, de Christie, incide en que hay que "apoyarse en integradores tecnológicos con contrastada experiencia en señalización digital, los cuales están al día de las últimas tendencias del mercado, y saben cómo dimensionar el proyecto y que no quede obsoleto a los pocos años. Es importante asegurarse de que las características reales del producto seleccionado cumplen los requisitos de diseño planteados para la aplicación. También hay que apostar por fabricantes reconocidos que trabajen con sistemas de grado profesional, y que ofrezcan una garantía seria y un buen servicio de soporte técnico local".

Tipología según los espacios

En este mercado, hay multitud de soluciones estándar que se pueden aplicar, pero cada establecimiento tiene una necesidad, no solo de elementos o medidas, sino también en cuanto a los materiales que se pueden emplear. Pero todo ello debe tener una coherencia y estar integrado con el mismo diseño. De esta manera, desde Dydplas, Antoni Domene, señala "la normativa, como planos de emergencia; la informativa, como directorios; la informativo-cortesía, como cartelería de habitación ocupada, camarera, uso de toallas, llave/tarjeta de acceso, y la de concienciación ecológica, como el uso racional del agua, consumo eléctrico….". Por otro lado, Marta

OCCIDENTAL JANDÍA ROYAL LEVEL



DYDPLAS

NONIUS

Fernández, de Netipbox Technologies, apunta que "las posibilidades de señalética digital para los establecimientos hoteleros son ilimitadas: desde puntos de información interactivos, pasando por escaparates digitales, kioscos de autoservicio, *menuboards*, *videowalls* estructurados o anamórficos, o hasta contenidos vía *smartphone*; todos los dispositivos son capaces de servir de medio de comunicación y/o interacción entre establecimiento y cliente, situándolos estratégicamente en los *lobbies*, ascensores, habitaciones, entradas y salidas, pasillos, salas de conferencias, restaurantes y cafeterías, espacios para eventos, etc. A través de ellos, el hotel es capaz de realizar envíos de mensajes completamente personalizados para cada uno de sus huéspedes, comunicar eventos, realizar ventas cruzadas o gestionar la ocupación, mediante una actualización en tiempo real". Además, Marcos Fernández, de Christie, indica que "una de las tecnologías más populares son los paneles planos LCD, donde se puede encontrar una gran variedad de tamaños, desde 55 a 98 pulgadas, muchos de ellos con función táctil integrada, y con precios para todos los presupuestos. También están las pantallas led que garantizan un gran impacto visual. Se trata de un tipo de pantalla que involucra el uso de diodos emisores de luz y permite una gran versatilidad, y donde hay un amplio rango de tamaños, *pixel pitch* y precios. Con ellas se pueden formar *videowalls* llamativos para cautivar al público ya que permiten crear distintas formas geométricas (cóncavas, convexas, ángulos a 90 grados, etc.) que llaman la atención. Por lo general, las pantallas led son la mejor elección para los espacios exteriores ya que son más resistentes a las inclemencias meteorológicas y se adecúan mejor a las condiciones de luz que se pueden dar en el exterior".

El impacto de la pandemia

La crisis del coronavirus ha provocado un cambio en las tendencias y hábitos de consumo a los que el sector de la hostelería ha tenido que adaptarse. La información es más importante que nunca y estar comunicado manteniendo las distancias sociales y con el mínimo contacto con otras personas es de vital importancia. Por ello, la cartelería ha adquirido todavía más protagonismo.
Como argumenta Marta Fernández, "la mayoría de las novedades del sector ha venido de la mano del tema del Covid y estos avances en la digitalización han venido para quedarse. Hoy en día estamos en un punto que, en la dinámica natural, habríamos tardado años en alcanzar, ya que para la mayoría de los sectores la digitalización ha pasado de ser una prioridad para convertirse en una obligación. Por ejemplo, en Netipbox Technologies hemos lanzado un paquete de soluciones de transformación digital para combatir al Covid-19 en los espacios físicos, en especial para el sector hotelero, y así garantizar un entorno más seguro a clientes y empleados. Este paquete de soluciones integradas, listas para instalar y con financiación a medida, incluyen escaparates digitales para comunicar medidas de seguridad, controles de entradas, salidas y aforos en los diferentes establecimientos, gestores de turnos *contactless*, dispensadores digitales de gel con sensores de movimiento, e incluso purificadores de aire homologados para reducir las partículas de Covid-19 del ambiente". Además, Marcos Fernández, de Christie, remarca que el coronavirus "ha impulsado mucho el uso de este tipo de productos ya que son vitales para recordar a los clientes a través de pantallas las medidas que deben seguir en todo momento: distancia mínima de seguridad, protocolos, higiene de manos, etc. También pueden servir utilizándose como una herramienta de gestión de colas, lo que permite controlar de forma correcta el flujo de clientes, evitando que se aglomeren muchas personas en un mismo sitio". Por último, Juan Carlos Sánchez, de Nonius, subraya que "la cartelería digital, a partir de ahora, es la gran aliada del hotel para mostrarnos con sus atractivos mensajes, las normas higiénicas y recomendaciones de salud en relación a este postCovid-19. Desempeña un papel importante en la difusión de contenidos referentes a la salud y a la seguridad pública".