

La importancia de tener unos buenos auriculares en una oficina va unida a cómo se van a usar

Hay un auge del uso de dispositivos de sonido en la oficina para fomentar la concentración en espacios abiertos. Ingram Micro, con marcas como Jabra, ofrece todo un rango de productos para satisfacer la demanda de cualquier cliente.



El mercado del audio profesional se encuentra en un buen momento. Eduardo Llarena, ProAV & UCC Back Office de Ingram Micro, explica que está en una situación de crecimiento. “Nosotros, de la mano de fabricantes como Jabra, Plantronics o Logitech, intentamos ofrecer el mejor servicio y los mejores productos. Las soluciones de audio profesional están funcionando bien, tanto para la oficina como las dirigidas a la movilidad”, indica. Justifica que esta tendencia al alza puede ser motivada por el incremento de nuevos negocios, de nuevas empresas.

¿Qué es lo mínimo que se necesita en un equipo de audio para el entorno profesional? Llarena responde que va en función de la demanda del cliente. “Lo que se requiere es calidad y durabilidad. Es algo a lo que vas a dar mucho uso”, sostiene. Miquel Geeraerd,

Major Account Manager Spain & Portugal en GN AUDIO SPAIN (Jabra), añade, desde el prisma del fabricante de soluciones de sonido, que ellos equipan “a empleados para comunicaciones”. Destaca que es necesaria la “multi-practicidad” con los demás dispositivos.

Geeraerd expone que, en cuanto a demanda, hay dos grandes ámbitos. Un ámbito de usuario de uso intensivo, de auricular. “Éste es un mercado muy estable”, informa. En el otro ámbito, el del entorno de oficina flexible, donde entra la movilidad, el crecimiento es notable. Jabra, aquí, lleva tres años con subidas del 25% anual. “Vemos que cambia la manera en la que trabajamos. Antes, estábamos atados a un escritorio con un teléfono fijo y ahora cada vez somos más flexibles. Podemos trabajar a veces desde la oficina, a veces desde casa o a

veces desde cualquier lado que nos pille. Ese tipo de cambio es lo que hace que se requiera un equipo que te comunique con todo”, comenta. Ya sea con un móvil, con un PC o con un teléfono fijo.

El impacto de los millennials está clarísimo. Aparte de la competitividad de las empresas, los recursos más cualificados y jóvenes van a exigir que se les dé más flexibilidad. Otro campo que aborda Geeraerd es el perfil de auricular que se va a utilizar. En Jabra, declara, es muy exitoso el tipo “prosumer, que es una mezcla estética de un producto de consumo con uno profesional”. Posee una estética parecida a los auriculares de escuchar música, pero con una calidad de micrófono y sonido profesional. Además, son inalámbricos. La importancia de tener unos buenos auriculares en una oficina va

unida a cómo se van a usar. Llarena puntualiza que están los que lo van a emplear sólo para llamar. *“Igual, buscas un tipo de auricular con unas características, para que sea cómodo, para un largo uso”,* expresa. Si se está más enfocado a la movilidad, hay que pensar en la conectividad y si se utilizarán también fuera de la oficina. Y hay gente que los utiliza sólo para llamar y contestar o que tienen una llamada puntual. En Ingram Micro, ofrecen un tipo de solución u otra en función del uso que se vaya a hacer.

Contra el ruido y las interrupciones

Desde 2012, en Jabra, realizan un estudio cada tres años entrevistando a 5.000 personas de siete países distintos, que trabajan en entornos de oficina. Analizan qué está ocurriendo en la oficina. Geeraerd especifica que *“hay una oficina abierta, un open office, donde hay más gente y menos barreras arquitectónicas”*. Han preguntado cuáles son las problemáticas a las que se enfrentan en esos entornos. Las dos primeras son el ruido y las interrupciones. *“El ruido molesta, evita la productividad y la concentración. Y cada vez nos interrumpimos más, porque son ámbitos colaborativos, pero la gente quiere trabajar y concentrarse en lo suyo”,* determina. Entonces, *“un auricular binaural no sólo ha de permitirte conectarte a comunicaciones, también ha de permitirte aislarte del entorno y concentrarte en tu tarea”*. Asegura que eso es lo que aportan en Jabra: *“Damos herramientas de productividad, para fomentar la concentración y la comunicación clara”*.

Llarena resume que Ingram Micro ofrece, tanto con Jabra, Plantronics o Logitech, auriculares por un lado. También, cuando el cliente ya dispone de una cámara de videoconferencia y quiere instalar audio, oferta un auricular micrófono, como la gama Jabra Speak. Equipa salas con un audio y un micrófono de calidad. *“Lo que te importa es, si te conectas con otra persona, oír bien y que te oigan bien”*, considera. Asevera que, teniendo todo el rango de productos, es más fácil satisfacer la demanda de cualquier cliente. *“El cliente es el que decide, aunque intentamos tener toda la variedad posible y que sea fácil de conectar”*, remarca. La idea es mejorar la comunicación. Cuestionados por sus productos estrella; Geeraerd habla de tres categorías. Los auriculares inalámbricos para entorno de oficina; que se conectan a PC, a móviles o teléfonos de escritorio. Los altavoces para las reuniones, que se conectan a móviles o PC. Para hacer reuniones de colaboración. Como tercera categoría, los auriculares para movilidad. Son Bluetooth, pequeños y ligeros, para gente en movimiento. Llarena, como Ingram Micro se dedica a equipar salas de videoconferencia, cita las cámaras All in One, con micrófono y audio incorporado. Hay diferentes opciones. Hay preferencia por comprarlo todo incluido. Dependiendo de la sala y de su tamaño, hay diferentes opciones para que se escuche a toda la gente de la sala. A los clientes les preocupa el sonido, porque hay que hacerse entender.



MIQUEL GEERAERD



EDUARDO LLARENA

Avisa que, *“es más complicada la comunicación sin calidad de conferencia”*.

Con todo, Geeraerd percibe que, en el sector profesional, hay una tendencia que viene de mercados de Centro Europa, del Norte de Europa y de EE UU. *“Hay un auge del uso de dispositivos de sonido en la oficina para fomentar la concentración en espacios abiertos”*. Es el mensaje del Major Account Manager Spain & Portugal en GN AUDIO SPAIN. En otros mercados, la demanda es el doble o el triple de lo que tenemos en España. Pero está llegando dicha moda. Llarena concluye que *“el mercado está en auge y hay que saber aprovecharlo”*. Ingram Micro se adapta a la demanda del cliente. ▶

