

The Televes logo is displayed in white text on a solid orange rectangular background.The NP100 logo features the text 'NP100' in large, bold, white letters, with '100' being significantly larger than 'NP'. Below it, the text '100 productos en 18 meses' is written in a smaller, white font. The entire logo is set against a black background.

Francisco Pérez González, director comercial de Televés

**“Estamos cumpliendo nuestro objetivo de ofrecer nuevos productos prácticamente cada semana”**



**Santiago de Compostela, 7 de septiembre de 2011.** A principios de año, Televés puso en marcha NP100, con la pretensión de lanzar al mercado un centenar de novedades de producto en un plazo de 18 meses. Todo un reto, destinado a estimular un mercado erosionado por la crisis económica y a respaldar a los profesionales ante las exigencias que plantea la nueva normativa sobre ICT. El plan se aproxima a su ecuador y es hora de hacer un primer balance. Francisco Pérez, director comercial de Televés, asegura que se están cumpliendo las previsiones y que la respuesta del mercado está siendo positiva. De este modo, NP100 está demostrando que la mejor respuesta a la crisis es la tecnología capaz de aportar ventajas reales a los profesionales.

**¿Se están cumpliendo los objetivos de NP100?**

El plan avanza según lo previsto y de forma regular, ya que el lanzamiento de nuevos productos se está haciendo de forma escalonada. Prácticamente cada semana estamos ofreciendo productos nuevos al mercado, así que estamos cumpliendo nuestros objetivos.

**¿Cuáles han sido, hasta el momento, los lanzamientos más destacados?**

Los lanzamientos más destacados son aquellos que nos permiten seguir diferenciarnos tecnológicamente todavía más respecto a nuestros competidores. Por lo tanto, hay que señalar la gama de cabeceras de distribución T.OX, los amplificadores de la gama Picokom o la Diginova BOSS, con la que incorporamos el dispositivo inteligente que garantiza de manera automática un óptimo nivel de la señal de salida a una antena de reducido tamaño y bajo impacto visual. Además, destacaría el equipamiento para categoría F.

## **¿Cómo está respondiendo el mercado?**

El mercado está ávido de novedades que de verdad supongan una ayuda para superar la compleja situación económica actual. Un caso claro es el de las cabeceras T.OX, que están teniendo una muy buena acogida en el sector hotelero ya que, con ellas, estos establecimientos pueden mejorar y personalizar la oferta de canales de televisión que ofrecen a sus clientes. Con una inversión moderada, permiten combinar canales de TDT y satélite con un único mando a distancia, y seguir rentabilizando el parque de televisores existente.

## **¿Y la cadena de distribución? ¿Cómo ha recibido el plan NP100?**

Para nuestros distribuidores es importante que su proveedor pueda ofrecerles nuevas oportunidades de negocio, y ese es uno de los objetivos que nos hemos marcado. Saben que Televés es una apuesta ganadora, cosa que está poniendo de relieve un plan tan ambicioso con NP100, que ninguno de nuestros competidores podría afrontar.

## **Una de las prioridades era ofrecer al instalador todo el equipamiento necesario que exige la ICT2. ¿Se ha logrado?**

Sí. Nuestra política siempre ha sido dar a nuestros clientes todas las soluciones necesarias para el desarrollo de su negocio. En esta línea, y ante la aprobación de la ICT2, y la nueva categoría F exigida a los instaladores para realizar este tipo de instalaciones, el reto para Televés era ofrecer a estos clientes no solamente todo el equipamiento, sino también la formación y la asistencia técnica necesarias. Lo estamos haciendo, con NP100 y con las numerosas acciones formativas que hemos puesto en marcha en colaboración con las asociaciones profesionales. Entendemos que la ICT2 supone para los instaladores una interesante oportunidad de incrementar su volumen de negocio y el valor añadido de su trabajo. Desde Televés trabajamos para ser siempre su primera opción.

## **¿Se está logrando el objetivo de orientar la evolución del catálogo de Televés hacia la eficiencia energética?**

Ese es otro de los objetivos del NP100. Televés siempre mira hacia delante, con sensibilidad a los cambios que la sociedad plantea, y está claro que el futuro vendrá marcado por el ahorro energético, la optimización de los recursos y la sostenibilidad. En esta línea, destacan las cabeceras T.OX, de las que ya hemos hablado, puesto que son los equipos de este tipo con menor consumo energético por servicio distribuido. La acogida que estos equipos han recibido tanto en ANGA Cable como en Broadcast Asia ha sido muy positiva.

## **¿Cuál es la clave para poder mantener un ritmo tan alto de lanzamiento de novedades de producto?**

No cabe duda de que un reto como el que nos hemos planteado únicamente se puede afrontar contando con medios, y Televés los tiene. Contamos con la estructura de I+D+i más potente del sector, con más de 60 ingenieros; disponemos de métodos de fabricación punteros y de la logística más avanzada, y tenemos la red comercial más tupida y con mejor formación de nuestro sector. ¿En cuál de esos elementos está la clave? En todos. Si fallara cualquiera de ellos no sería posible estar sacando adelante con éxito un proyecto tan ambicioso como NP100.