

Domótica: ¿producto o solución?

Llevamos desde principios de los años 90 hablando del futuro de nuestros hogares, de “hogares inteligentes”. Nos imaginábamos un entorno dominado por la tecnología, con pantallas táctiles por todos lados, robots de servicio a nuestras ordenes y una conexión permanente de nuestro hogar con el exterior; pero realmente seguimos viviendo en el mismo tipo de edificios que entonces.

Si bien todos tenemos más o menos claro lo que la tecnología nos puede aportar, nos entran infinitas dudas al plantearnos su introducción en nuestros hogares.

Es posible que seamos incapaces de desterrar la imagen aterradora de las máquinas dominando el mundo como en “Terminator” o ese ordenador, “HAL 9000”, que tomaba el mando de la nave asesinando a sus creadores.

Dejando la ciencia ficción a un lado, la tecnología lleva años preparada para desembarcar en nuestros hogares, a través de la [domótica](#), ofreciéndonos un sinfín de posibilidades para incrementar nuestro confort, nuestra seguridad, ayudarnos en la difícil tarea de ahorrar energía y conectar nuestro hogar al exterior.

¿Cómo es posible que aun no sea un estándar como lo es en los vehículos?. ¿Por qué en la era de los smartphone, las tablet, el Facebook o el Twitter nuestra casa permanece aislada?.



Si lo consultas con los profesionales, te encuentras diversas “excusas”:

- La [domótica](#) es muy complicada.
- La [domótica](#) es muy cara.
- La [domótica](#) no funciona y no da más que problemas.
- ¿Qué puede hacer la [domótica](#) que no haga una instalación convencional?.
- Los clientes no lo piden.

La [domótica](#) no es más difícil de manejar que un teléfono moderno de los que todos llevamos encima. A día de hoy tampoco es tan cara en el precio final de una vivienda, es más, diría que para las prestaciones que puede llegar a ofrecer es hasta barata. La domótica, al igual que casi todo, funciona si se instala y configura correctamente.

No me imagino a un cliente entrando en un concesionario de vehículos hace 40 años para pedir un airbag de conductor y pasajero; los clientes piden aquello que se les ofrece como mejora, pero hemos de ser nosotros, los profesionales, los que planteemos las opciones.

La raíz de todo el problema no está en la [domótica](#) en si misma, ni en lo que ésta puede ofrecer, sino en que nos hemos empeñado en venderla como si fuese un producto, como si fuese un interruptor o un enchufe, y no como lo que es en realidad, una SOLUCIÓN.

Cuando planteas incorporar a un proyecto [domótica](#), no puedes perder de vista el usuario final, has de ser consciente de para quién es esa vivienda y cuáles son sus necesidades. No puedes plantear la domótica como una caja que se vende en cualquier gran superficie, sino como un traje a medida para ese usuario. Has de sentarte frente a él, detectar sus necesidades y buscar aquello que mejor se adapte para ofrecerle soluciones.

Me gusta comparar la [domótica](#) con un abanico. Hablas con el cliente y le planteas todas las opciones que tiene para su vivienda: las que le ofrecen seguridad, las que le ofrecen confort, las que le ayudan a ahorrar, la manera de controlarlo todo, etc; abres el abanico, en definitiva.

Posteriormente y una vez detectadas sus necesidades, cierras el abanico para centrar la atención sobre aquello que realmente le aportará algo, para finalmente ir abriendo nuevamente, y poco a poco, el abanico hacia nuevas opciones y ampliaciones.

No olvidemos que el hecho de que algo funcione no tiene que ver con la percepción de funcionalidad de un usuario, es decir, un interruptor que activa la luz del salón, mecánicamente funciona, pero si la luz que ha de encender para el cliente es el pasillo, te dirá que no funciona. Lo mismo pasa con la [domótica](#), lo que para unas personas es indispensable, para otras es absurdo. No tiene sentido plantear una bajada general de persianas en una vivienda con 2 ventanas, pero la cosa cambia si estamos en una unifamiliar que tiene 35. Para este último posiblemente le hagamos un gran favor mientras para el primero le estamos complicando la vida.

Hay muchas tecnologías que nos permiten esta flexibilidad y con diferentes precios que se adaptan a todos los bolsillos (KNX, Lonworks, BUSing, X10, etc.), sólo falta que nosotros cambiemos nuestra manera de enfocar el mercado, haciendo un pequeño esfuerzo por escuchar más al cliente.

Escrito por:

Jorge Juan González Rico
Director Comercial y Marketing de Ingenium, S.L.

