



El sector del hábitat crea un centro pionero para reactivar el consumo y generar negocios competitivos mediante tecnologías inmersivas

- El proyecto es pionero en el ámbito internacional para la industria del hábitat por su enfoque multidisciplinar y por el método de análisis que establece para detectar las necesidades latentes en los hogares.
- El modelo aplicado en el Centro de Investigación del Comportamiento del Usuario, Living Space Lab, integra distintas disciplinas que permiten obtener del usuario toda la información relativa a sus emociones, gustos y preferencias, y que está relacionada con la compra y el uso de productos del hábitat.

Un novedoso método de análisis de consumo que utiliza la realidad virtual en el proceso de investigación detectará las necesidades latentes en los hogares y permitirá a las empresas del sector del mueble y del hábitat dinamizar el consumo y adelantarse a demandas futuras con productos ajustados a los estilos de vida, y así generar modelos de negocio basados en el usuario para potenciar la capacidad competitiva de la empresa.

Así lo aseguran los promotores de la iniciativa, presentada hoy en la Ciudad Politécnica de la Innovación, e impulsada por el Instituto Tecnológico del Mueble, Madera, Embalaje y Afines, AIDIMA, junto con investigadores del LabHuman y LabPsittec, integrados en el Instituto Interuniversitario de Investigación en Bioingeniería y Tecnología Orientada en el Ser Humano (I3BH) de la Universitat Politècnica de València, la Universitat de València y la Universitat Jaume I de Castelló.

Según destacan, el “Living Space Lab”, como se denomina el Centro de Investigación del Comportamiento del Usuario, es el único que integra en su desarrollo de investigación distintas disciplinas, entre las que destacan mercado, estrategia, neuromarketing, realidad virtual y realidad aumentada.

“La existencia de múltiples perfiles de consumidor con distintos comportamientos y que implican a su vez distintos estilos de vida, aunque obvio, da cuenta de la dificultad de una investigación de consumo sobre los citados parámetros. El “Living Space Lab” resuelve estos problemas a través de la realidad virtual, que permite incorporar infinitos escenarios y elementos, una diferencia fundamental frente a otros *livings* existentes”, precisan sus promotores.

Factores diferenciales

Las nuevas tecnologías gráficas inmersivas como la realidad virtual y la realidad aumentada, permiten crear entornos virtuales del hábitat importando bibliotecas de productos de forma directa mediante el estándar FunStep[®] desarrollado por AIDIMA. En estos entornos, “el usuario interactúa de manera natural como lo haría en espacios reales utilizando para ello novedosas interfaces naturales de interacción desarrolladas por LabHuman del I3BH”, explican los promotores de la iniciativa.



Dicha interacción es analizada mediante novedosas técnicas desarrolladas en este caso desde el LabPsitec-13BH, que permiten evaluar las respuestas del usuario ante los estímulos proporcionados durante la inmersión sensorial, según describen los investigadores.

Para el análisis del usuario –continúan-, se usan diversas técnicas de medición psicofisiológica, y de la actividad cognitiva y la actividad cerebral, entre otras, y “mediante complejas técnicas de análisis e interpretación de los datos –que incluyen técnicas basadas en inteligencia artificial-, es posible proporcionar la información necesaria para abordar la definición de los perfiles de consumo que trabajará el Sistema de Inteligencia Competitiva del Mueble ICM-AIDIMA”, concluyen los impulsores del proyecto.

Este sistema de gestión de la innovación que viene desarrollando el Instituto Tecnológico AIDIMA desde 1998, interpreta qué usuarios y estilos de vida son objetivo de la empresa, y valora las posiciones emergentes a través del Observatorio de Tendencias del Hábitat y el centro de prospectiva CEFFOR[®], y determina su posición en el mercado con el análisis trimestral del Observatorio Español del Mercado del Mueble, OM.

El ICM-AIDIMA incorpora en todo el proceso de análisis de consumo una metodología estratégica orientada al mercado para impulsar finalmente innovación tecnológica, en producto, en comunicación y punto de venta, y en innovación estratégica para las empresas con una reorientación del modelo de negocio.

El Living Space Lab integra, de este modo, el “know-how” de 3 equipos de investigación del Sistema Valenciano de Ciencia y Tecnología, que combinan sus conocimientos en inteligencia competitiva, psicología aplicada, tecnologías de la información, y estrategia de la empresa, que dotan al Centro de un modelo novedoso de investigación e innovación, y que es ejemplo de colaboración y eficacia de los recursos aportados por el Instituto para la Mediana y Pequeña Empresa Valenciana, IMPIVA, y la Unión Europea.

El Living Space Lab ha iniciado su andadura con la participación de 7 empresas del sector del hábitat que han validado esta novedosa metodología de investigación encaminada a reactivar el consumo de un macro sector -ya acuñado hipersector del hábitat- y que integra al mueble, textil-hogar, iluminación y construcción.

Durante la presentación del nuevo Living Space Lab, el rector de la Universitat Politècnica de València, Juan Juliá, ha resaltado la importancia de este proyecto y de los investigadores responsables del mismo como referente del compromiso de la universidad con la generación de valor a través del desarrollo de conocimiento. “Estamos ante unos grupos de investigadores cuya trayectoria avala claramente un cumplimiento eficaz de esta misión”, ha destacado Juan Juliá.

Asimismo, el rector de la UPV ha señalado que se trata de un proyecto enormemente oportuno “porque las cinco universidades públicas valencianas estamos iniciando en este momento un proyecto para concurrir a la nueva convocatoria de campus de excelencia que lleva como tema el hábitat, y lo hacemos también de la mano de REDIT”.

En su intervención, el rector Juan Juliá ha apuntado que viviendo en un momento de crisis, “no podemos olvidar de dónde venimos, de una etapa de importante crecimiento económico, sin precedentes en nuestra historia, que ha tenido dos elementos referenciales muy importantes, como son el sector residencial, que no es solo la construcción, sino que abarca también a la industria cerámica, el mueble, el textil y otros muchos sectores, y el sector del turismo”.

En este sentido, Juliá ha señalado que si bien es necesario un nuevo cambio de modelo económico, basado en el conocimiento mucho más intensivo de la tecnología, en nuestra comunidad no podemos olvidarnos de que este cambio de modelo económico debe comenzar por estos sectores, residencial y turismo. “Teniendo además el privilegio de estar en una Comunidad como la valenciana, que reúne muchos de los más importantes institutos de investigación y tecnológicos en todo lo relacionado con el hábitat, debíamos



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA

Nota de premsa

impulsar el primer campus de excelencia del estado español relacionado con este importantísimo sector, para ayudar a cumplir cada vez mejor esa tercera misión de generar valor, negocio, calidad de vida para nuestros conciudadanos. Es un proyecto ilusionante, que parte con los mejores mimbres y esperamos que sea uno de los campus de excelencia que marque un referente en el estado español”, ha destacado el rector de la Universitat Politècnica de València.

Datos de contacto:

Luis Zurano Conches

Unidad de Comunicación Científica e Innovación

Universitat Politècnica de València

Móvil: 647 422 347

Anexos: Tríptico de la jornada

UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA

Área de Comunicación

Edificio Nexus (6G), Camino de Vera, s/n - 46022 VALENCIA