

Un estudio del ITC ensalza las "smart cities" como un destacado nicho de mercado - Levante de Castelló - 04/06/2015

Un estudio del ITC ensalza las «Smart Cities» como un destacado nicho de mercado

LEVANTE DE CASTELLÓ CASTELLÓ

■ Las «Smart Cities» o ciudades inteligentes se revelan como un destacado nicho de mercado para la industria cerámica y también para las empresas vinculadas al hábitat, a no muy largo plazo. Así lo revelan los resultados del «Pulsómetro de las Smart Cities» un estudio realizado por el Observatorio de Mercado del Instituto de Tecnología Cerámica (ITC) de Castelló en el que un 67 por ciento de la muestra de empresas corresponde a fabricantes de baldosas y de fritas, esmaltes y colores cerámicos.

Del estudio también se desprende que un 54 por ciento valora notablemente la oportunidad que representa este mercado para su sector, y sólo un 7 por ciento considera que no tiene interés. Además, según el equipo investigador, «el 75 por ciento opina que el mercado de las Smart Cities en general tardará entre cuatro a nueve años en ser estratégico para las empresas de su sector, y el 17 por ciento cree que tardará incluso menos de tres años en serlo». La misma pregunta, referida a la propia empresa de la persona encuestada, revela resultados aún más enfocados en el corto plazo: un 31 por ciento cree que será estratégico en menos de tres años para su empresa.