Vigilancer suma más de 600 usuarios del sector cerámico - El Mundo Castellón al Día - 25/09/2018

Vigilancer suma más de 600 usuarios del sector cerámico

La Diputación e ITC consolidan este sistema de vigilancia competitiva para el azulejo

EL MUNDO CASTELLÓN

La Diputación de Castellón y el ITC han consolidado Vigilancer como una herramienta útil para fomentar la competitividad del sector cerámico provincial. Y es que más de 600 usuarios utilizan de forma periódica este sistema de vigilancia competitiva que forma parte de las acciones con las que el Gobierno Provincial apoya a este sector clave para los municipios de Castellón.

El diputado de Promoción Económica, Salvador Aguilella, ha explicado que «la mejor respuesta y prueba de que es un recurso útil es que cada día lo utilizan más empresas, prescriptores y profesionales vinculados a la cerámica, porque comprueban el buen funcionamiento de Vigilancer. Es un sistema de búsqueda de información en medios y fuentes *on line*, por lo que es capaz de acceder a una exhaustiva cantidad de información privilegiada»

Cada trimestre se suben de media 200 contenidos a la web de Vigilancer

Este recurso nace de la colaboración entre la Diputación Provincial de Castellón y el Instituto de Tecnología Cerámica (ITC) para ofrecer al tejido industrial azulejero de Castellón una herramienta estratégica que le permita adelantarse a los cambios que afectan al sector cerámico y tomar posiciones de ventaja competitiva en el mercado mundial.

ACTUALIZACIÓN

La clave del éxito que ha cosechado este sistema se centra en que incorpora contenidos actualizados y de interés para el sector cerámico

Cada trimestre se suben una media de 200 contenidos a la página web de Vigilancer (*http://www.vigilancer.es/*), prevaleciendo los criterios de calidad sobre los de cantidad. Estos contenidos son fruto de la labor de análisis diario realizado por personas especializadas en cerámica y muy conscientes de la realidad actual que vive el sector. La experiencia les permite seleccionar los contenidos más interesantes del bruto de la información que estudian.

REDES SOCIALES

Se considera de especial relevancia que los contenidos seleccionados aparezcan en las redes sociales con el distintivo del proyecto para que se consiga incrementar el tráfico de la web y así lograr los objetivos de impactos buscados. Por ello, cada vez que se selecciona un contenido, se comparte en Twitter con la correspondiente etiqueta.

Además, desde el inicio del trabajo, se ha gestionado, montado y enviado un *newsletter* o boletín a todos los usuarios inscritos a la lista de correo de Vigilancer, con una periodicidad de 15 días (excepto extraordinarios). El mismo está dividido en una serie de secciones entre las que destaca una editorial, que consiste en un artículo de opinión emitido por diferentes personas vinculadas al sector, buscando la máxima relevancia de las mismas, así como también una sección de oportunidad, que publica la oportunidad u oportunidades que se han preparado y publicado en la web 15 días antes.

Incorpora también el boletín una selección de contenidos que se consideran de mayor relevancia de entre los publicados los 15 días anteriores. El criterio que se sigue para considerar un tema o contenido concreto como oportunidad es que, por lo novedoso, singular, o especial interés de lo que difunde (bajo el criterio de los técnicos encargados del análisis de información) se considera una oportunidad para alguno de los perfiles de empresa del conjunto del sector cerámico.

El trabajo a realizar difiere dependiendo de la naturaleza del contenido a desarrollar. En ocasiones es un informe de interés, caso en el cual se lee y realiza un resumen de lo interesante, mientras que en otras es un tema de actualidad de prensa, donde se busca más información para ampliar.

Se refleja también las innovaciones, en las que se busca información técnica (patentes, artículos científicos, etc.) para recopilarla e intentar facilitar la comprensión o las posibilidades de dicha novedad.



Reunión de responsables del ITC y de la Diputación con empresarios del sector cerámico en la pasada edición de Cevisama.
EL MUNDO