

El ITC pone a prueba las series de cerámica antes de ser fabricadas - Levante - 24/12/2018

## El ITC pone a prueba las series de cerámicas antes de ser fabricadas

► Las empresas podrán conocer la opinión de los potenciales consumidores de sus propuestas

D. LLORENS CASTELLÓ

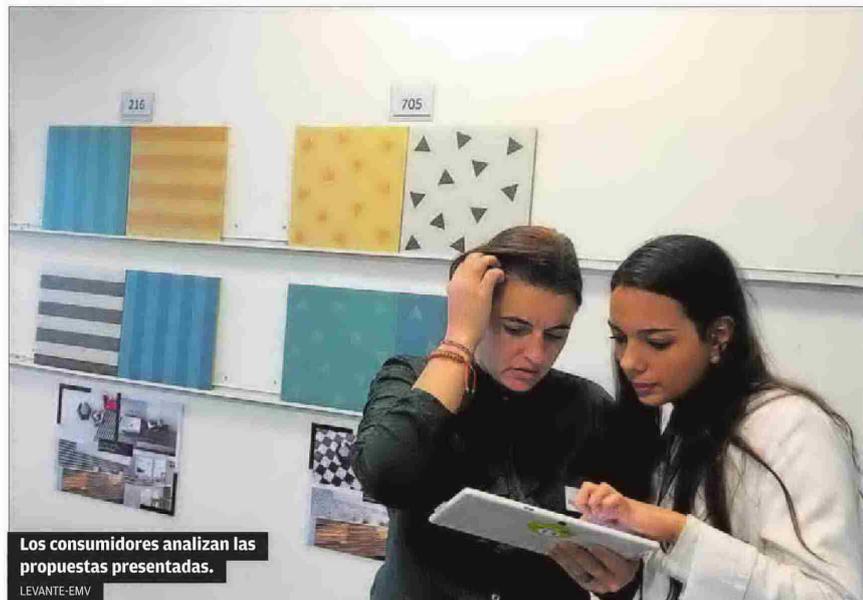
■ El Observatorio de Mercado del Instituto de Tecnología Cerámica (ITC) ha puesto a prueba una nueva colección cerámica antes de ser lanzada por la empresa. La prueba tuvo lugar los pasados días 19 y 20 de diciembre en el primer centro español de estudios del comportamiento del consumidor y análisis de las preferencias de consumo, a través del análisis sensorial, que pertenece a Ainia.

Ainia es un centro tecnológico constituido en 1987 como asociación privada sin fines lucrativos, y su trabajo está dedicado a impulsar la competitividad de las empresas a través de la innovación. Se trata de uno de los centros tecnológicos europeos con mayor base social empresarial, ya que cuenta con más de 700 empresas asociadas y 1.300 clientes.

La iniciativa que ha sido llevada a cabo quiere transformarse «en un nuevo servicio que el ITC ofrecerá a la industria cerámica de la Comunitat Valenciana, y mediante el que se podrá llevar a cabo un test de producto antes de ser lanzado a producción, ofreciendo una valiosa información de primera mano a la empresa productora a partir de la experiencia directa de las personas usuarias», indican fuentes del instituto tecnológico castellanense.

### Plan de trabajo

El ITC se ha encargado de desarrollar para una empresa fabricante de baldosas del sector cerámico, una colección inspirada en unos determinados valores impuestos por la firma con el objetivo de llegar a un determinado segmento de público. Es por eso que el test de producto lo lle-



Los consumidores analizan las propuestas presentadas.

LEVANTE-EMV

El test del producto «ofrece una valiosa información de primera mano a las empresas productoras»

va a cabo un centenar de potenciales consumidores seleccionados por tener afinidad y preferencia por el estilo de la propuesta a evaluar. Estas pruebas con consumidores fue realizada en las instalaciones de Ainia.

Las consumidoras seleccionadas para poner a prueba las nue-

El nuevo servicio del ITC tiene como objetivo mejorar la competitividad de las empresas cerámicas

vas propuestas cerámicas visitaron el *showroom*, o espacio expositivo en donde pudieron conocer la nueva colección y sus distintas formas artísticas, cromáticas y las posibles combinaciones existentes entre ellas, para pasar a cumplimentar los cuestionarios diseñados para el test, cuya

información será de gran valor para adecuar un producto cerámico que se dirige específicamente a estas usuarias.

«Constatar la utilidad de la iniciativa, siempre gracias a la colaboración de Ainia, abrirá la puerta a la consolidación de este nuevo servicio del ITC que tiene el objetivo de mejorar la competitividad de las empresas cerámicas, en este caso teniendo una base de información por parte de quienes consumen directamente los nuevos productos», se explica desde el ITC.

El objetivo final es conseguir que, antes de que una propuesta pase a ser producida de manera industrial, las empresas conozcan la opinión de los potenciales consumidores de la misma.