



A través de la plataforma digital CERSHOP se pretende optimizar el proceso de compra de producto cerámico acortando y simplificando las fases. / EL MUNDO

VENTA 'ONLINE'

CERSHOP, escaparate digital de alcance mundial

El ITC- AICE presenta en Qualicer 2022 este proyecto que ya ha arrancado con la tienda digital omnicanal

C.A.D. / CASTELLÓN

Gracias al apoyo del Instituto Valenciano de Competitividad Empresarial (IVACE) y los Fondos Europeos FEDER de Desarrollo Regional, el Instituto de Tecnología Cerámica (ITC-AICE) ha desarrollado el proyecto CERSHOP, cuyo objetivo es digitalizar el proceso de compra cerámica. Tal y como explican desde la Unidad de Inteligencia Competitiva del ITC-AICE «Con CERSHOP lo que pre-

tendemos es aunar a fabricantes, distribuidores y consumidores finales en una misma herramienta, con el objetivo de facilitar y optimizar el proceso de compra de material cerámico. Por tanto, se trata de un proyecto bastante ambicioso al querer que gran parte de la cadena de valor del clúster cerámico forme parte o participe de manera activa en el mismo». Los responsables de esta Unidad subrayan que con esta solución no se pretende sustituir la venta fi-

sica por la venta digital ya que «somos conscientes que los consumidores necesitan palpar y tocar la cerámica a la hora de comprar para poder tomar una decisión final. CERSHOP lo que propone es optimizar este proceso de compra acortando y simplificando las fases».

A grandes rasgos, este proyecto apunta a que el consumidor pueda ver, desde donde quiera y desde cualquier dispositivo, piezas cerámicas de distintos fabricantes pa-

ra que pueda seleccionar las que más le gusten. Posteriormente, la herramienta le dirá cuáles son los distribuidores más cercanos que tienen disponibles esas piezas para que pueda verlas in situ.

Como valor añadido, la web dispone de un planificador de espacios, donde el usuario podrá visualizar en su estancia real todas las piezas cerámicas alojadas en CERSHOP para comprobar si encajan con sus gustos y prioridades.

«Adicionalmente, el cliente tam-

bién podrá interactuar con CERSHOP en la tienda, descargándose la app de CERSHOP una vez esté allí presente y seleccionar mediante códigos QR las piezas que más le agraden, para después volcarlas en un tótem que tendrán los distribuidores adheridos al proyecto», apuntan desde la Unidad de Inteligencia Competitiva del ITC que ha lanzado la plataforma, insistiendo que «este tótem facilitará la labor comercial al vendedor de tienda, que podrá apoyarse en él para consultar todas las características técnicas necesarias e inquietudes de todo tipo que tenga el cliente».

Cambio de hábitos de consumo

En definitiva, CERSHOP representa un *win-win* tanto para consumidores como para fabricantes y distribuidores, al verse beneficiadas todas las partes de la puesta en marcha de este facilitador de compra digital. En esta primera fase del proyecto se cuenta con la colaboración de las empresas de fabricación cerámica Azteca y Keraben así como también con la distribuidora Fustecma, como agente principales de CERSHOP.

Los investigadores del ITC apreciaron que la venta online de cerámica en España se encuentra en un mercado en fase de introducción en el que las ventas y los beneficios son todavía residuales, no obstante, teniendo en cuenta el cambio de hábitos de consumo, potenciado por la pandemia, ha llegado para quedarse CERSHOP da respuesta a los nuevos paradigmas de compra que están asomando al sector cerámico.