

ITC-AICE digitaliza el proceso de compra cerámica a través de CerShop

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)** desarrolla el proyecto **CerShop**, cuyo objetivo es digitalizar el proceso de compra cerámica, y esto porque la Unidad de Inteligencia Competitiva del ITC-AICE detecta la necesidad de crear un nuevo concepto omnicanal. Según fuentes de este equipo de investigación, "la venta *on line* de cerámica en España se encuentra en un mercado en fase de introducción en el que las ventas y los beneficios son todavía residuales. A priori, puede parecer de poco interés para las empresas fabricantes ya consolidadas en la distribución tradicional. Este sería, creemos, el principal freno para la expansión de este formato de venta sin intermediarios". Sin embargo, la irrupción de la pandemia global derivada de la covid-19 ha puesto de manifiesto que era necesario mejorar el proceso de compra para centrarlo en la clientela final, materializando "propuestas de aterrizaje claras, con foco en el corto y medio plazo", afirman las mismas fuentes, que añaden: "entre algunos de los *drivers* o motores que están impulsando el cambio hacia este nuevo proceso de compra encontramos los cambios de hábitos en los consumidores, muchos de los cuales pasarán a ser estructurales. El impacto de la covid-19 ha sido definitivo y los consumidores han empezado a visitar asiduamente internet para conocer el producto cerámico. "Este cambio de hábitos ha llegado para quedarse", concluyen. También advierten de que cada vez hay mayor accesibilidad y disponibilidad de tecnologías, de modo que casi cualquier persona puede desarrollar una web comercial, dado que existen plataformas sencillas que apenas requieren inversión inicial.

Por otra parte, la pauta de consumo que se observa por parte de los consumidores finales es que aceptan cada vez más la implantación de tecnologías de digitalización: ver y probar en una tienda cerámica digital un producto como si estuviera en un espacio real, es un aspecto que puede resolverse mediante la aplicación de nuevas tecnologías.

"Tras constatar estos aspectos, dimos forma al proyecto CerShop, una solución centrada en resolver las necesidades actuales de los consumidores de cerámica desde un punto de vista omnicanal. CerShop dará respuesta a los nuevos paradigmas de compra que están asomando al sector cerámico", dicen en la Unidad de Inteligencia Competitiva del ITC-AICE. Así, ahora se está desarrollando y diseñando la plataforma que materializará la idea inicial del proyecto **CerShop**, para generar un proceso omnicanal que en esta fase contará con la colaboración de las empresas Azteca, Keraben y Fustecma como agentes principales del proyecto. ♦



Grupo de trabajo del proyecto CerShop, Unidad de Inteligencia Competitiva: de izquierda a derecha, Vicente Lázaro, responsable de la Unidad; Marta Lázaro y Gabriel Gomez, investigadores y miembros del equipo

ITC-AICE apuesta por la salud laboral a través del proyecto PGNano

El **Instituto de Tecnología Cerámica (ITC-AICE)** está desarrollando el proyecto PGNano en colaboración con Unimat Prevención, con el objetivo de minimizar la exposición ocupacional a nanopartículas de los operarios que pueden convivir con este contaminante en sus puestos de trabajo. Esta investigación, apoyada por el **Instituto Valenciano de Competitividad Empresarial** a través de los Fondos FEDER de Desarrollo Regional se inició al constatar la necesidad de evaluar la exposición ocupacional ante contaminantes emergentes como las nanopartículas y partículas ultrafinas que se pueden generar en procesos industriales muy energéticos, tanto térmicos como mecánicos, abordando los mecanismos de emisión, la toxicidad y las propiedades fisicoquímicas de las partículas emitidas.

Según indican en ITC-AICE, entre los procesos estudiados se han identificado como significativos el corte láser, la soldadura y la pulverización de pinturas, alcanzándose concentraciones de nanopartículas superiores al valor de referencia propuesto 40.000/cm³ en el rango de 4-1.500 nm. Estas emisiones presentan como elementos mayoritarios hierro, manganeso y azufre en el caso de los procesos de soldadura y de corte láser. Los resultados obtenidos de la caracterización toxicológica muestran que en ninguno de los escenarios industriales evaluados se ha obtenido una citotoxicidad superior al 20% durante la exposición a 24 horas, por lo que se puede considerar que los extractos de los filtros no han resultado ser tóxicos.

La minimización de las emisiones generadas en los procesos

[R]evoluciona consulting: apoyo nacido de la experiencia

Te sientes arrastrado por un torbellino diario que te impide trazar un plan a medio-largo plazo que sabes necesario para no tener problemas en el futuro, pero tienes una carga de trabajo tal que te impide poner foco en lo realmente importante y vas solucionando sólo lo más urgente. Sientes que estás enredado, te faltan recursos para gestionarte mejor y encontrar tiempo para ti. Necesitas facturar más, tener un crecimiento sostenido que garantice el futuro de tu negocio. Los empresarios que tienen grandes resultados saben de la necesidad de definir objetivos y trazar un plan de acción para poder conseguir las metas soñadas. Basándose en una sólida, intensa y extensa experiencia personal, **Antonio Bonilla** (en la foto) creó su propio método y en los últimos 5 años ha contribuido a adaptarlo e implantarlo en decenas de empresas para que pudieran también alcanzar sus metas. Este método se centra en 4 áreas:

1. Gestión y planificación. No se puede hacer crecer una empresa sin buenos cimientos. Por eso, antes de comenzar a crear la estrategia, se requiere un diagnóstico del negocio en las 8 áreas vitales (en el gráfico), para así definir cuáles son sus puntos fuertes y los que habría que mejorar.

2. Estrategia. Una vez realizado el diagnóstico se elabora un informe completo de todas las áreas con las posibles acciones de mejora. Creación una hoja de ruta para no desviarse del objetivo: incrementar la rentabilidad del negocio. Análisis del modelo de negocio y búsqueda de la estrategia más efectiva. Aportación de herramientas prácticas ejecutables y revisables en reuniones periódicas.

3. Plan de acción detallado. Definición y ejecución del plan de acción, midiendo siempre los resultados. En caso de que los objetivos no se estén logrando se deberá analizar bien qué está pasando para revisar la estrategia y modificar lo necesario. También se considerará la estrategia comercial. Para

obtener clientes habrá que definir bien una estrategia de marketing para atraer clientes al negocio con el objetivo de conseguir más ventas y así incrementar la rentabilidad.

4. Liderazgo y equipo. Máxima importancia a trabajar el liderazgo, saber delegar funciones para ganar agilidad y mantener motivado y alineado al equipo. Se puede tener una estrategia muy buena, pero si el equipo no está implicado gracias al desarrollo de un buen liderazgo no conseguiremos los objetivos. En estas áreas, **[R]evoluciona consulting** (www.revolucionaconsulting.com) te acompañará con herramientas para llegar a conseguir tus metas, solucionando los actuales problemas que te impiden alcanzarlas. ♦



evaluados se puede alcanzar mediante la implementación de medidas correctoras, como, por ejemplo, la instalación de aspiraciones localizadas o el cerramiento parcial, que han permitido reducir los niveles de nanopartículas en el interior de las naves entre 50-85%.

Asimismo, se han propuesto modelos de predicción como herramientas para la gestión del riesgo por exposición a nanopartículas, identificándose los modelos tipo *one box* o *two box* como los más apropiados.

Finalmente, se ha elaborado un manual de buenas prácticas, que ayude a las empresas a implantar medidas correctoras que permitan la reducción de la exposición laboral a nanopartículas y partículas ultrafinas, permitiendo así una mejora en las condiciones de trabajo en las empresas. ♦

