

ITC-AICE digitaliza el proceso de compra cerámica a través del proyecto Cershop

Daniel Llorens • [original](#)

Equipo de trabajo de Cershop. | LEVANTE-EMV

El Instituto de Tecnología Cerámica (ITC-AICE) está desarrollando el proyecto Cershop, cuyo objetivo es digitalizar el proceso de compra cerámica, ya que desde la Unidad de Inteligencia Competitiva del centro tecnológico castellonense se ha detectado la necesidad de crear un nuevo concepto omnicanal: «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. 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». Cershop cuenta con la colaboración de las empresas Azteca, Keraben y Fustecma.

Sin embargo, la irrupción de la pandemia 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.

[Facebook](#) [Twitter](#) [Linkedin](#) [Whatsapp](#) [Telegram](#) [Correo electrónico](#)

