

Primeras pruebas del expositor inteligente creado por el ITC

CERIA, que realizó la presentación de su primera fase en febrero en **Cevisama 2020**, ha iniciado la segunda etapa en la que las personas y clientes tienen su papel a la hora de interactuar con el dispositivo, siguiendo la metodología del *design thinking*, uno de cuyos principios es actuar junto al consumidor. En este caso, se procedió a validar conjuntamente el prototipo físico y su funcionalidad en un entorno simulado, teniendo en cuenta la usabilidad de la pantalla principal y realizando las adaptaciones necesarias según las evaluaciones posteriores obtenidas tras los tests realizados por 20 personas (en este caso mujeres) que abordaron distintos casos o situaciones de compra, siendo sus opiniones tenidas en cuenta a la hora de redefinir diseño, funcionalidades, usabilidad, y todo aquello que manifiesten que puede mejorar el sistema expositor **CERIA**.

Tras esta fase, la idea era llevar a cabo un prototipo de tienda digital cerámica. **CERIA** es la continuación del gran proyecto **CEBRA+**, cuyo objetivo es la adopción de la estrategia 4.0 en toda la cadena de valor del sector cerámico, desde la fabricación a la venta, y está enmarcado en el subproyecto **Dataker-Promoción**. Cuenta con el apoyo del Instituto Valenciano de Competitividad Empresarial (IVACE) de la GVA y con la



colaboración de las empresas **Colorker, Azteca y Fustecma**. El objetivo del proyecto es generar un concepto global, a modo de tienda digital cerámica, basado en un proyecto precedente implantando una serie de mejoras sustanciales. Tras el desarrollo del primer expositor inteligente del sector cerámico, el **ITC** pretende, desde **CERIA**, y a partir de unas hipótesis previas ya definidas, generar algoritmos de *machine learning* que se nutran de los datos obtenidos de la pantalla del dispositivo, así como de los paneles técnicos y de otra serie de tecnologías avanzadas que se están implantando en la actualidad a fin de generar modelos predictivos, en particular sistemas de recomendación, que

permitan a las empresas tomar decisiones estratégicas y anticipar problemáticas relacionadas con el material promocional. A partir del desarrollo completo de este primer expositor ya con las mejoras implantadas, está prevista, en el marco del proyecto, la aplicación del método a un conjunto de distintos displays o expositores a definir y/o sobre las propias piezas cerámicas, para generar un concepto global, a modo de tienda digital cerámica. Un prototipo integral que recoja todas las necesidades reales de la tienda respecto a las opciones de merchandising más comunes, bajo un software, programa digital y aplicación común ya desarrollados en el proyecto **Dataker Promoción**.

Ceramic machinery revenues fall to 1.7 billion EUR in Italy

The Italian ceramic and brick machinery and equipment industry posted revenues of 1.73 billion EUR in 2019 following five years of record growth that had led Italian manufacturers to a turnover in excess of 2.2 billion EUR. In 2019, the signs of a slowdown that had already emerged the previous year intensified and the decline in volumes

reached 19.8%. This decline was a combined result of the expiry of the Industry 4.0 tax incentives in Italy and the slowdown in international construction sector investments, particularly ceramic tiles. Ten years on from the disastrous year 2009 when the sector abruptly lost more than 30% of its revenues, this niche

segment of the Italian mechanical engineering industry, 73% of which is dependent on foreign markets, is now facing a second severe contraction. In particular, it saw a more than one fifth decline in exports in 2019, down 20.4% to 1,262 million EUR. Meanwhile, the Italian domestic market contracted by 18.3% to a turnover of 488 million EUR.



XVI CONGRESO ANUAL DE COGENERACIÓN

Cogeneración imprescindible para la reactivación: industria, energía y clima

2 de Diciembre de 2020
Hotel The Westin Palace, Plaza de las Cortes 7, Madrid



PATROCINADORES



APOYAN



PRENSA COLABORADORA

