

10/01/2008 - Campus Albacete

El trabajo, considerado "ejemplar" por Euroeditions, aboga por la necesaria renovación del comercio tradicional

La Fundación Europea para la Sociedad de la Información y Euroeditions premian a una profesora de Marketing de la UCLM

Carlota Lorenzo Romero, profesora de la UCLM del Área de Comercialización de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de Albacete, ha recibido un premio auspiciado por la Fundación Europea para la Sociedad de la Información y por Euroeditions, dentro del marco de convocatorias de becas 2007/2008 . El premio, que consiste en la selección y la publicación del trabajo de investigación titulado "E-Merchandising como estrategia de marketing para el comerciante virtual", ha sido reconocido por el Comité Científico de Euroeditions como "una obra ejemplar por su novedad y su potencial, en particular por ser una reflexión sobre la necesaria renovación del comercio tradicional y la actividad económica en el marco de las Nuevas Tecnologías"

Bajo el título "E-Merchandising como estrategia de marketing para el comerciante virtual", este trabajo de investigación aborda el tema del merchandising como una nueva técnica de venta, cuyos ejes principales son la presentación, imagen y desaparición de barreras. Para la autora, el merchandising "requiere un buen conocimiento de la distribución en general y del punto de venta en particular, y se aplica a todos los productos de consumo masivo y a los productos de venta generalizada o especializada", asegura.

Según esta investigación, la aplicación de técnicas de merchandising que se utilizan habitualmente en entornos de compra minorista convencional se trasladan al entorno virtual con el fin de atraer al usuario y proporcionarle una visita cómoda, rápida y entretenida, persiguiendo como objetivo último incrementar los resultados de venta de los comerciantes web. En este sentido, el trabajo ofrece un análisis de la evolución sobre las técnicas de venta que aplican los comerciantes en sus puntos de venta físicos, así como la forma en que la aparición y desarrollo de Internet como canal de comercio electrónico ha dado lugar a la aparición y desarrollo del denominado merchandising virtual o e-merchandising.

Para la profesora, las conclusiones indican "una perfecta adecuación" entre los instrumentos que utiliza el minorista dentro de su tienda convencional para atraer al consumidor, y los elementos que constituyen cada uno de los elementos web que dan lugar a un diseño del punto de venta virtual que busca como objetivos una visita rápida, entretenida y de fácil uso para el consumidor online.

En la actualidad la doctora Lorenzo colabora en el Área de Comercialización e Investigación de Mercados y participa en distintos proyectos relacionados con la aplicación de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en el ámbito del Marketing y, especialmente, en el caso del comercio minorista.

Los premios de la Fundación Europea para la Sociedad de la Información y Euroeditions son reconocimientos dirigidos a potenciar en el ámbito de la Unión Europea la creación y la difusión de ideas y nuevos proyectos en el campo de la Sociedad de la Información, las Nuevas Tecnologías de la Información y de las Comunicaciones así como de la Administración Electrónica.

Gabinete de Comunicación UCLM. Albacete, 10 de enero de 2008

Carlota Lorenzo es profesora de Marketing en la Facultad de Económicas y Empresariales de Albacete



Web mantenido y actualizado por el Gabinete de Prensa y Comunicación UCLM