

## Así será la industria de la piedra en el año 2050

Analizamos de la mano de Levantina, Grupo Cosentino y Cupastone cómo será la industria de la piedra en el año 2050. Francisco Martínez-Cosentino, presidente de Grupo Cosentino, Sebastián Fullana, director de Marketing y Proyectos corporativo de Levantina y Carlos Lourerio, director de Cupastone, dibujan cómo será el sector dentro de 35 años.

Las tendencias que marcarán el futuro de la **industria de la piedra** son clave para anticiparse a los cambios y reescribir la estrategia empresarial. Las decisiones que los directivos tomen, posterguen o descarten tienen sin duda siempre un efecto directo en la cuenta de resultados. Por ello, desde **Focus Piedra**, nos preguntamos: ¿Cómo será la distribución y la comercialización de piedra en el año 2050? ¿Funcionarán las marmolerías tal y cómo las conocemos ahora? ¿Cambiará la relación con los clientes y proveedores? ¿Qué papel jugarán las nuevas tecnologías?

**Francisco Martínez-Cosentino Justo**, presidente Grupo Cosentino, lo tiene claro. La distribución de la piedra en el futuro estará muy marcada por la digitalización. “Todos los materiales estarán perfectamente escaneados y los marmolistas podrá seleccionarlos antes de ordenar un pedido”.

Para **Carlos Lourerio**, director de Cupastone, la distribución estará mucho más pensada en el cliente final, acortándose el canal todo lo que permita la tecnología y “se basará en acercar más la piedra al usuario”, afirma. De la misma opinión es

**Sebastián Fullana**, director de Marketing y Proyectos corporativo de Levantina. Él considera que el sector pasa por una fase de cambio fundamentada en el acercamiento de la piedra al consumidor final. “Hay que avanzar en la cadena de valor, tenemos que mostrar las bondades de la piedra como una opción más cercana, más habitual y estar más en la mente del consumidor cuando piensa en revestimientos o pavimentos”.

Otra de las tendencias que apunta el líder de Cosentino es que España seguirá siendo un país muy fuerte en el ámbito de la piedra, “pero las fuentes de aprovisionamiento serán aún más globales de lo que ya lo son en 2015”.

En cuanto a la comercialización de piedra natural, para Francisco Martínez-Cosentino, los profesionales de la prescripción tendrán unas fuentes de información totalmente conectadas con los sistemas de los fabricantes y podrán seleccionar y personalizar sus productos. “Los almacenes de distribución serán grandes galerías de la piedra, casi museos, con mucha selección de producto y mucha digitalización”.

La profesionalización del proceso de venta, así como la implicación del marketing en la valorización de los productos serán otros de los aspectos que también integrarán la industria, según Carlos Loureiro.

Respecto a los países que liderarán el sector en el año 2050, Cosentino y Cupastone coinciden en

las previsiones. Adelantan que no son previsibles grandes cambios en los cinco primeros puestos del ranking de explotadores, aunque sí ven previsible “que algún país europeo salga de la lista y entre alguno africano”, según Carlos Loureiro.

Martínez-Cosentino también prevé que “España mantendrá una especialización y liderazgo solo sobre unos pocos granitos y pizarras”.

### **Marmolerías**

No hay dudas acerca de que las marmolerías del futuro serán mucho más flexibles a las demandas del consumidor y que la automatización de los procesos de elaboración será mucho más avanzada y una realidad. Además, los talleres estarán especialmente equipados para cumplir con una normativa aún más exigente en materia de seguridad e higiene laboral.

Las máquinas de control numérico y waterjet se habrán generalizado por completo, y las oficinas técnicas de los talleres programarán todos los trabajos in situ. “Las marmolerías servirán sus productos finales como productos de lujo, por su alto valor añadido, así que tendrá más importancia el factor embalaje”, vaticina Cosentino. Por otra parte, la nanotecnología o los procesos energéticos, según Loureiro, también podrían acelerar estos cambios.

La evolución del número de empresas que conformarán el sector es incierta, aunque en los últimos años hemos presenciado una mayor polarización de las compañías. Esto sucede debido a una clara diferencia de tamaño y volumen de negocio, algo que también ocurre en otros sectores y que apunta a la necesidad de las pequeñas firmas, a fusionarse o a formar parte de una cadena mayor. Levantina y Cupastone son contundentes al afirmar que habrá un aumento del sector motivado por una mayor demanda y por el concepto de “producto natural” que en el futuro tendrá un valor aún mayor.

Cosentino considera que tal vez se redistribuyan los pesos de los departamentos de las empresas, con más protagonismo y predominio de las labores de asesoramiento en campos como el diseño, la colocación y en tareas de postventa.

La relación con los clientes también evolucionará en el futuro. Para Carlos Loureiro será más interactiva. De hecho, señala, “ya lo está empezando a ser hoy en día a través de las redes sociales, una tendencia que irá en aumento”.

Martínez-Cosentino sostiene también que “el factor de personalización de los diseños de los productos será algo muy preponderante debido a que las personas buscarán la diferenciación de sus espacios”. Desde el punto de vista de Sebastián Fullana, la relación con el cliente pasará más por un vínculo de colaboración, de unión de fuerzas, en el que también se contempla “ayudarle a vender”.

### **Canteras en 2050**

El mayor aprovechamiento de los recursos será una tendencia ineludible motivada por la introducción de las nuevas tecnologías. La radiología en el campo de las canteras subterráneas o la utilización de drones serán elementos que podrían comenzar a incorporarse en la gestión de las

explotaciones de piedra. “Seguramente se trabajará con más apoyo de información de satélites y se utilizarán técnicas extractivas más eficientes”, indica Cosentino, quien también avanza que habrá que ver qué sucede con el ya conocido como “internet de las cosas” en relación a la piedra. Un concepto del que se hablará permanentemente y que hará que todo lo que conocemos pueda estar conectado entre sí y puede estar monitorizado de forma fácil y sencilla.

### **Encimeras de cocina**

Aspectos como “la domótica, la comunicación y la gestión de la energía marcarán el desarrollo de las encimeras”, en palabras de Carlos Loureiro. El camino hacia la integración de las vitrocerámicas en el material que se utilice como encimera parece estar cada vez más cerca, al igual que el término “encimera inteligente”. En cuanto a materiales,

Cosentino considera que las encimeras de cuarzo y las de naturaleza cerámica “serán categorías preponderantes en la distribución de la cuota de mercado”.

Los proyectos arquitectónicos para Cupastone son el gran reto para el mundo de la piedra natural. El objetivo ahora es “hacer mucho más fácil a los profesionales de la arquitectura, la integración de la piedra en sus proyectos”.

