

COSENTINO



ECOINNOVACIÓN
PROCESOS



HERRAMIENTAS E
INDICADORES

EMPRESA

SECTOR Construcción Nº EMPLEADOS 2.628 ¹

PAÍS España FACTURACIÓN 500 M€ ²



Cosentino es un grupo empresarial de carácter familiar y capital íntegramente español. Centra su actividad en el diseño, producción y distribución de soluciones arquitectónicas y decorativas a partir de piedra natural. Crea marcas y define productos que tienen por objeto aportar soluciones innovadoras y funcionales para el hogar y los espacios públicos.

ESTRATEGIA APLICADA

**ECO BY COSENTINO® ES UNA SUPERFICIE RECICLADA
COMPUESTA DE MÁS DE UN 75% DE MATERIALES RECICLADOS,
RESTOS DE PIEDRA NATURAL Y RESINA DE ORIGEN
BIOLÓGICO.**

CONTEXTO ^{1,4}

Cosentino detectó una **creciente demanda de productos más respetuosos con el medio ambiente en el sector de la piedra natural y las superficies** por parte de los consumidores y arquitectos y, en particular, en lo referente a la certificación de edificios. Esto le motivó a crear una línea de productos ecológica: ECO by Cosentino®.

DESARROLLO DE LA ECOINNOVACIÓN ^{5,6}

La investigación en la creación de nuevos productos **aprovechando residuos de distinta naturaleza**, tanto post-consumidor como post-industrial, dió lugar a la línea ECO by Cosentino®, lanzada al mercado en junio 2009. Entre los residuos incorporados, se encuentran botellas de vidrio, espejos, cerámica y cenizas vitrificadas. La selección de los materiales es fruto del análisis de diferentes potenciales materias primas procedentes de residuos, de modo que se analizaron muchos materiales pero no todos satisficieron las necesidades técnicas del producto (por ejemplo, un potencial material como las conchas de moluscos se descartó por no resistir la utilización de ácidos). Dado que ECO es una nueva superficie a partir de materias primeras totalmente distintas a las habituales, se han tenido que **adecuar los procesos de producción en fábrica**. En conjunto, la inversión en I+D ha sido de 4,5 millones de euros, pero la empresa lo considera una apuesta de futuro, ya que producir a partir de materiales reciclados es más caro, no sólo por el coste actual de dichos materiales, sino también por el importante desarrollo tecnológico que implican los procesos productivos asociados a éstos.



“NINGÚN PRODUCTO DE COSENTINO CONSIGUIÓ TANTOS RECONOCIMIENTOS DE INSTITUCIONES, PROFESIONALES Y PRENSA COMO ECO BY COSENTINO. ES UNA SEÑAL EVIDENTE QUE ESTE ES EL CAMINO POR EL QUE SEGUIR Y EL PRODUCTO POR EL QUE APOSTAR.” ¹

- Santiago Alfonso.
Director de Marketing



laboratorio
ecoinnovación

RESULTADOS PRINCIPALES

COSENTINO HA CREADO UNA **NUEVA CATEGORÍA DE MARCA** DENTRO DEL SECTOR, QUE NO EXISTÍA HASTA EL MOMENTO: SUPERFICIE RECICLADA.⁶

MÁS DE **24 MILLONES DE €** EN VENTAS DE LA LÍNEA ECO.⁴

LOS PRODUCTOS DE LA LÍNEA ECO TIENEN MÁS DE UN **75% DE MATERIALES RECICLADOS**.⁶

AUMENTO COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL



MERCADO

Gracias a la línea ECO, incremento de la cuota de mercado e introducción del producto en las dos principales cadenas de venta de cocina de EEUU, Home Depot y Lowes.¹



REPUTACIÓN

Certificaciones Cradle to Cradle (2014), LEED, Greenguard y Declaración Ambiental de Producto EPD (2014). Seleccionado Hot 50 Green Product en 2011 (EEUU).^{1,6}



GESTIÓN RIESGO

Reducción del uso de recursos naturales, cada vez más escasos, y aprovechamiento de residuos.³

BENEFICIOS PARA EL CLIENTE



FUNCIONAL

Producto de alta calidad, con las mismas prestaciones que las demás líneas de la empresa.⁴

BENEFICIOS PARA EL MEDIO AMBIENTE



MATERIAS PRIMAS

El uso de materiales reciclados ha permitido reciclar al año 65 millones de botellas de vidrio, el equivalente a una torre de 530 metros de altura y 1 m² de base de cenizas vitrificadas, 2 millones de espejos de 1 m² y 50.000 m² de baldosas cerámicas.⁶



GLOBAL

Proceso de fabricación más limpio (sin utilizar disolventes para la limpieza, reciclaje 94% del agua usada y minimización de las emisiones de compuestos orgánicos volátiles).⁶

FUENTES DE INFORMACIÓN DE LOS CASOS

CASO PRÁCTICO: COSENTINO

1 - Cosentino (2014).

Fuentes internas. Información no publicada

2 - La Voz de Almería (2014). Cosentino facturó casi 500 millones de euros en el ejercicio de 2013.

Disponible en: <http://www.lavozdealmeria.es/vernoticia.asp?IdNoticia=59144&IdSeccion=4>

3 - Environdec (2011). Environmental Product Declaration.

Disponible en: <http://gryphon.environdec.com/data/files/6/7977/epd270es.pdf>

4 - C2C Products Innovation Institute (2013). Innovation Stories.

Disponible en: http://www.troldtekt.dk/-/media/Files/Articles%20and%20books/Troldtekt_C2C_Your%20Innovation%20Stories%20Book%20pdf.pdf

5 - ECO by Cosentino (2014). Preguntas Frecuentes.

Disponible en: <http://www.ecobycosentino.es/preguntas-frecuentes.html>

6 - ECO by Cosentino (2014). Dossier de prensa ECO by Cosentino.

Disponible en: <http://www.ecobycosentino.es/documents/dossier-eco.pdf>