



INSTITUTO INTERNACIONAL SAN TELMO

**GRUPO COSENTINO**

---

Caso de la División de Investigación del Instituto Internacional San Telmo, España. Preparado por el Profesor Miguel Angel Llano Irusta, para servir de base de discusión y no como ilustración de la gestión adecuada o inadecuada de una situación determinada.

Copyright © Mayo 2009, Instituto Internacional San Telmo, España. Prohibida la reproducción total o parcial sin autorización escrita del Instituto Internacional San Telmo.

Do Not Copy or Post

## GRUPO COSENTINO<sup>1</sup>

A principios del 2008, Cosentino era un grupo empresarial de carácter familiar y capital íntegramente español. El Grupo centraba su actividad en el diseño, producción y distribución de soluciones arquitectónicas y decorativas a partir de piedra natural y de productos aglomerados para el mercado mundial. En esas fechas, era el primer productor mundial de superficies de cuarzo. Basaba su desarrollo en la expansión internacional y en la investigación, desarrollo e innovación tecnológica (I+D+i) para la obtención de nuevos materiales, procesos, canales, aplicaciones, modelos de organización y clientes nacionales e internacionales.

La actividad del Grupo abarcaba todo el proceso de la piedra natural, desde su extracción y transformación hasta la instalación de superficies planas, como encimeras de cocina y baño, revestimientos y otros productos elaborados. Por entonces Silestone<sup>2</sup> era la superficie de cuarzo líder en el mundo. Según datos de la empresa, más de una de cada cuatro encimeras de cocina instaladas en España en 2007 era de Silestone. En EE.UU. tenía un 7% de participación del mercado de encimeras de cocina.

En 2008 Grupo Cosentino ofrecía servicios y soluciones de un alto valor añadido para los hogares y los espacios públicos a partir principalmente de la piedra natural y del Silestone antibacterias. En un entorno competitivo cada vez más agresivo en precios, el Grupo Cosentino supo alcanzar y conservar una posición de liderazgo por medio del descubrimiento de nuevas oportunidades dentro del sector, del desarrollo de un posicionamiento diferencial – tanto en precio como en marca- y de la mejora continua en el servicio, con el objetivo de alcanzar la máxima satisfacción de sus clientes.

---

<sup>1</sup> Caso de la División de Investigación del Instituto Internacional San Telmo, España. Preparado por el Profesor Miguel Angel Llano Irusta, para servir de base de discusión y no como ilustración de la gestión adecuada o inadecuada de una situación determinada.

Copyright © Mayo 2009, Instituto Internacional San Telmo, España. Prohibida la reproducción total o parcial sin autorización escrita del Instituto Internacional San Telmo

<sup>2</sup> Silestone es una superficie compuesta de un aglomerado de cuarzo, resinas y pigmentos que se utiliza principalmente para la elaboración de encimeras de cocina.