empresarios del MÁRMOL asociación

XXIX PREMIOS MACAEL

SUPLEMENTO ESPECIAL

Cosentino se sitúa como referente en materia de I+D+i

La multinacional prevé lanzar en 2016 la gama de superficies pulidas de su producto Dekton

▸5

"El comercio exterior es el motor de crecimiento"

El presidente de AEMA, Antonio Sánchez, analiza la situación del sector en la comarca del mármol

▸ 10-11

Cajamar renueva su compromiso firme con el sector

La entidad, que recibe hoy el Premio Nacional, ha usado 6.000 metros de Dekton en su sede en el PITA

▸6

GALA | LA COMARCA ENTREGA ESTA NOCHE SUS GALARDONES ▸2-3

Mirando al futuro

El sector del mármol se proyecta al exterior sin descuidar el mercado nacional y sin echar la vista atrás

XXIX PREMIOS MACAEL | Diario de Almería | SUPLEMENTO ESPECIAL

Nueve galardones que ponen el mármol en el mapa mundial

La asociación de empresarios entrega hoy sus premios con el objetivo de una mayor proyección internacional y de valorar a los que apuestan por la piedra natural

Carmen Perny

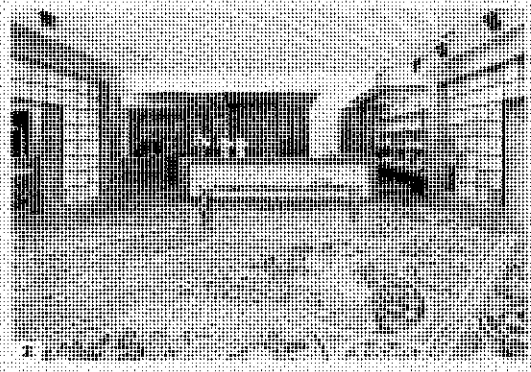
La séptima jornada gastronómica de los Premios Macael, que se celebra en Barcelona, pone de manifiesto la proyección mundial que tiene la piedra natural de este municipio. Así, mientras aquella noche se entregaba en el desayuno en el hotel de Casa Fuster, Miguel Ángel Torres, entre 2009 y 2014 los empresarios tuvieron que hacer frente a una crisis del sector y las empresas encontraron en los mercados exteriores una vía, como muchos apuntan, de salvación. Ahora, el presidente de la Asociación de Empresarios del Mármol de Macael (Asemmacael), que reagrupa a cerca de 20.000 habitantes, recoge la cruz

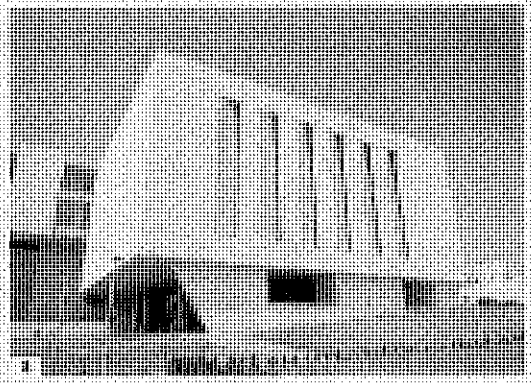
El reconocimiento a la Institución recae en la American Society of Interior Designers

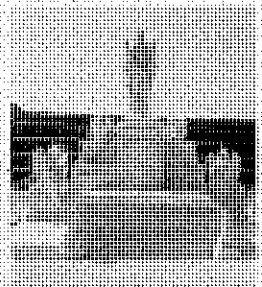
y la cara de un sector que ha sabido reinventarse y que ha encontrado en la innovación y en la calidad de la comercialización y de los productos la fórmula para salir adelante.

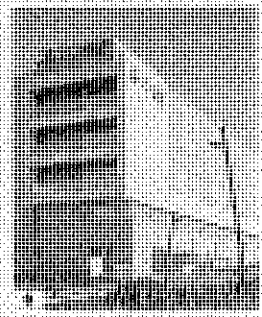
El Premio a la Comunicación recae en Manuel Madrid, que cuenta desde su oficina, en Madrid, con el reconocimiento de las fundaciones Mármol e Investigación Macael, donde se apoya el desarrollo, y para quien la proyección empresarial es esencial.

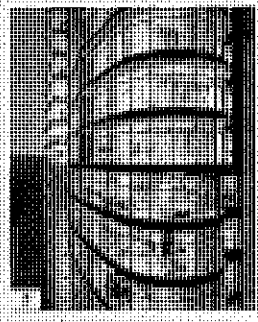
El Premio Internacional Macael se lo lleva en esta ocasión Miguel Ángel Torres, de Mármoles Torres, en Macael, el que se desmarca que el Premio Mármol, también concedido a Cantera Torres, es compartido en el mismo apellido. Para recoger el galardón acudirán Antonio Lorca y para su utilización, el premio internacional en una cantera, para cuya apertura este año se han cumplido cien años, en Santo Domingo, el Mediterráneo Nature, en el que ha participado la empresa.

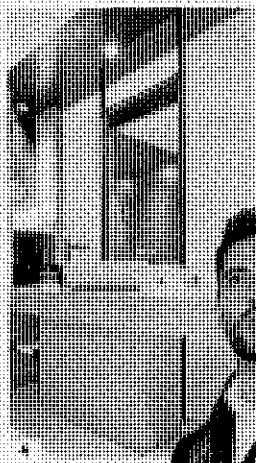












El Premio Internacional Macael se lo lleva en esta ocasión Miguel Ángel Torres, de Mármoles Torres, en Macael, el que se desmarca que el Premio Mármol, también concedido a Cantera Torres, es compartido en el mismo apellido. Para recoger el galardón acudirán Antonio Lorca y para su utilización, el premio internacional en una cantera, para cuya apertura este año se han cumplido cien años, en Santo Domingo, el Mediterráneo Nature, en el que ha participado la empresa.

La entrega de premios es esta noche. Al igual que en Jaén, Cazorla se convierte en la capital de la provincia al reunir a los galardonados del Premio Nacional que concede el Ministerio de Cultura y Deporte, el Premio Comunidad Europea Leader y el Premio Diputación de Jaén. Todo ello en el que se han volcado

Sigue en la página 3

Optimismo y mejoría en un sector muy golpeado por la crisis en la construcción

● Las empresas del mármol vuelven, aunque con paso lento, a crear empleo, así 192 puestos de trabajo de enero a agosto

C. Fenoy

Después de que el de la piedra natural haya sido uno de los sectores más golpeados en esta crisis económica por su estrecha relación con la construcción, parece que se vislumbra la luz al final del túnel. Según un balance que hacía a finales de septiembre Antonio Sánchez, presidente de AEMA, el sector mantiene la tendencia al alza y el pensamiento optimista en consonancia con el año anterior.

El comercio exterior refleja que las cosas van mejor. Mientras la exportación en el pasado año ascendía a 303,6 millones de euros, hasta julio del presente las ventas han sumado 240 millones de euros; en palabras del presidente de la Asociación de Empresarios del Mármol de Andalucía, estos datos suponen un incremento del 38%. Esta mejora en las ventas ha repercutido en el aumento del empleo, aunque, tal y como apuntaba Antonio Sánchez, "no todo el que nosotros quisiéramos porque la destrucción es mucho más rápida que el crecimiento". Con datos hasta agosto, en los ocho primeros meses del presente ejercicio se han creado 192 puestos de trabajo.

El recién nombrado presidente de AEMA valora la internacionalización de las empresas en un momento en que el comercio exterior marcha, mientras que el mercado nacional no ha arrancado, "aunque sí hay visos de que hay mayor movimiento".

En línea con las reivindicaciones de la asociación en los últimos años, Sánchez insistía en la mejora de infraestructuras para incrementar la competitividad de las compañías, que puedan reducir costes.

Uno de los pasos de gigante dados en este pasado mes y uno de los objetivos primordiales de la asociación, fue la aprobación por parte del Parlamento Europeo del informe que defendía una extensión de la protección de la indicación geográfica de la Unión Europea a productos no agroalimentarios, una herramienta que servirá para poner en valor el modelo productivo y las características milenarias de la labor artesanal de determinadas actividades como el mármol almeriense.

Según Antonio Sánchez, después de pasar todos los trámites, se podría empezar a regular entre finales de 2016 o principios de 2017.

F. L.

Pequeña voladura en una cantera de Macael.

DIARIO DE ALMERÍA

Mármoles Gutiérrez Mena es un expositor fiel en la feria de Verona (Italia), en Marmomacc.

Gutiérrez Mena, desembarco en EEUU

● La empresa con sede en Fines elabora un atrio de más de 8.000 metros cuadrados con Blanco Macael para el emblemático edificio 'Prudential Financial Tower', que se ubica en New Jersey

Elio Sancho

Con más de medio siglo de historia a sus espaldas, Mármoles Gutiérrez Mena pisa fuerte en el sector de la piedra natural, pues su amplia experiencia en la extracción de mármol, ya sea Blanco Macael, Amarillo Macael y Bronceado Sierra Elvira, hasta la realización a medida de complejos elementos de diseño, le avala.

Su filosofía de trabajo se basa en una exhaustiva selección de la materia prima, para la que cuenta con un amplio abanico de posibilidades, hasta la fabricación y elaboración de todo tipo de elementos, tanto a nivel de revestimientos y fachadas, como de artesanía, chimeneas y mobiliario de baño. Este conjunto de posibilidades permite a la compañía llevar a cabo complejos proyectos integrales en piedra natural, convirtiéndose éstas en testigos de su buen hacer.

En la actualidad, Mármoles Gutiérrez Mena se encuentra inmersa en un emblemático proyecto en Estados Unidos, que abrirá las puertas a la firma para futuros trabajos en este mercado tan exigente como es Norteamérica. La iniciativa se remonta a 2011, cuando uno de los mayores distribuidores del mundo se puso en contacto con la compañía con sede en Fines para un proyecto que tenía en estudio en New Jersey. En concreto, los arquitectos buscaban una piedra natural para revestir un impresionante atrio, en el corazón del edificio, con el objetivo de potenciar la luz natural a través de los muros de cristal. Para hacerse con el proyecto, Mármoles Gutiérrez Mena compitió durante más de un año con materiales de todo el mundo, para lo que envió muestras a tamaño natural, se hicieron ensayos y tests en diversas instituciones y laboratorios americanos para estudiar la idoneidad del Mármol Blanco Macael en modulaciones de gran formato y guresos máximos de tres centímetros y se visitó a los arquitectos en Nueva York. Y consiguió entrar en el proyecto, denominado 'Prudential Financial Tower', compuesto por 8.000 metros cuadrados de Mármol Blanco Macael.

En abril de 2013, la empresa almeriense recibió la visita de una delegación compuesta por todas las partes implicadas en la iniciativa, que comprobó cómo la firma transforma el Mármol Blanco Macael, adaptándolo a las necesidades del proyecto en tiempo y forma. Tras estos dos primeros años de trabajo, Gutiérrez Mena comenzó una nueva fase: inversiones, despizarres y trabajo duro en canteras, en plena crisis, extrayendo bloques continuamente para los trabajos. En total, se destinaron más de 50 contenedores de mármol elaborados para las diversas áreas de 'Prudential Financial Tower' durante los años 2014 y 2015, en New Jersey.

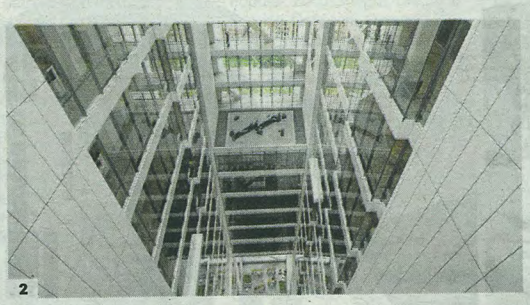
> Mármoles Gutiérrez Mena ha trabajado durante 4 años para el proyecto de Prudential

El resultado final ha sido un "impresionante atrio revestido con más de 8.000 metros cuadrados de piezas de Mármol Blanco Macael, de más de 250 metros de largo y 75 de ancho, elaboradas íntegramente en nuestra fábrica, lo que supone una parte fundamental del nuevo edificio financiero de Prudential, una de las empresas más prestigiosas de Estados Unidos, y que fue inaugurado el pasado mes de septiembre", explican desde Mármoles Gutiérrez Mena.

Diseñado por la firma KPF de Nueva York bajo la premisa de ser un edificio icónico y emblemático en New Jersey y ya alberga a más de 3.000 empleados de su división financiera. "Todo el equipo humano de Mármoles Gutiérrez Mena se siente profundamente orgulloso de haber formado parte de este proyecto", indican desde la compañía.

Mármoles Gutiérrez Mena comenzó su andadura en los años 50 en los que la familia Gutiérrez Mena se adentra en la extracción de Blanco Macael. En la actualidad, la firma cuenta con un equipo de más de 60 profesionales, de contrastada experiencia en su campo, que junto a un extraordinario equipo tecnológico, le permite hacer frente a proyectos de gran dificultad.

1



2

3

1. Los materiales de Mármoles Gutiérrez Mena se han colocado en el proyecto Alhambra 396, en Coral Gables (Miami). **2.** La empresa con sede en Fines ha elaborado un atrio de más de 250 metros de largo y 75 de ancho, usando 8.000 metros cuadrados de Blanco Macael, para el edificio 'Prudential Financial Tower', en New Jersey. **3.** El estand de la empresa, en Marmomacc.

COSENTINO

La vanguardia del sector y ejemplo de I+D+i

● La multinacional lanzará en 2016 la gama de superficies pulidas de Dekton, tras presentar los nuevos colores a lo largo de 2015

Elio Sancho

A punto de concluir el ejercicio 2015, año en el que Grupo Cosentino ha conmemorado el 25 aniversario del lanzamiento de su marca Silestone, la multinacional almeriense continúa mirando al horizonte con la vista puesta en nuevos proyectos, siempre a la vanguardia del sector de la piedra natural y un ejemplo a seguir por su continua apuesta por la investigación, el desarrollo y la innovación, los tres pilares sobre los que se sustenta su actividad y su crecimiento.

La investigación y su aplicación posterior a los productos que elabora, junto con su consolidada estrategia de internacionalización, con presencia en los cinco continentes y un avance imparable año tras año, conforman el tándem perfecto para alcanzar las mareantes cifras que maneja el grupo que preside Francisco Martínez-Cosentino.

La compañía con sede en Cantoria cerró el ejercicio 2014 con una facturación de 563,4 millones de euros, un 15% más que el año anterior. De todas las ventas, nada menos que el 90% se ha llevado a cabo fuera de las fronteras nacionales, lo que da idea del 'ADN exportador' de la firma almeriense.

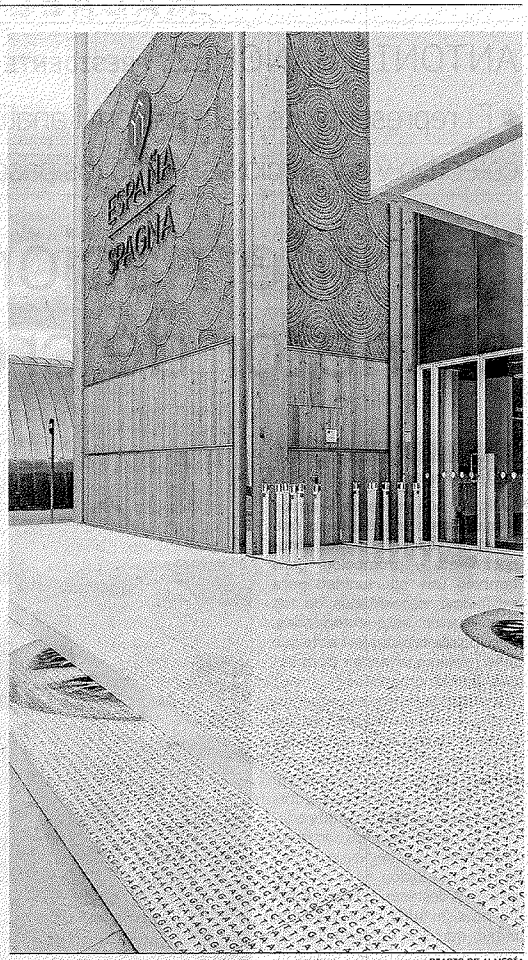
Además, Grupo Cosentino es una de las 126 marcas líderes en su sector, que junto a otras 28 de alto potencial internacional, aparecen en el Atlas de Marcas Líderes elaborado por el Foro de Marcas Renombradas Españolas. Este atlas sitúa los mercados más relevantes para cada marca, desde el punto de vista de su facturación y aquellos con mayor potencial de futuro, donde cada empresa espera crecer en sus próximos cinco años. Y entre las compañías con mayor porcentaje de negocio internacional destaca Grupo Cosentino, líder en el sector hábitat, a través de sus marcas Silestone, Dekton, Sensa y Scalea.

> La compañía facturó 563 millones en 2014, el 90% de esta cifra se generó en el exterior

En la actualidad, Cosentino está presente en 65 países y cuenta con un total de 120 infraestructuras propias ubicadas en el exterior de España, con un total de 94 Cosentino Centers, cuatro Cosentino City, dos Hubs, cinco Operadores Logísticos y doce Talleres de transformación y elaboración. Dentro de este desglose destacan los Cosentino City Centers, un nuevo concepto que nace para fortalecer la relación de la multinacional con arquitectos y diseñadores de interiores. Estos showrooms ubicados en el centro de las ciudades de Singapur, Nueva York, Milán y Sidney se convierten en el perfecto escaparate de sus productos y un lugar de encuentro donde los profesionales de la arquitectura y el diseño pueden conocer de primera mano sus novedades. Las recientes aperturas de los Cosentino City de Milán y Nueva York consolidan este modelo de expansión en el mundo.

A lo largo de 2015, Grupo Cosentino ha lanzado a escala mundial siete nuevas tonalidades que se incorporan a la paleta inicial de colores de Dekton, la superficie ultracompacta de la empresa, que ha supuesto una nueva e innovadora categoría de superficie compuesta por vidrio, porcelánicos de última generación y cuarzo con aplicaciones prácticamente infinitas, una versatilidad que se enmarca en el objetivo corporativo de convertirse en una auténtica revolución para la arquitectura y el diseño en espacios interiores y exteriores.

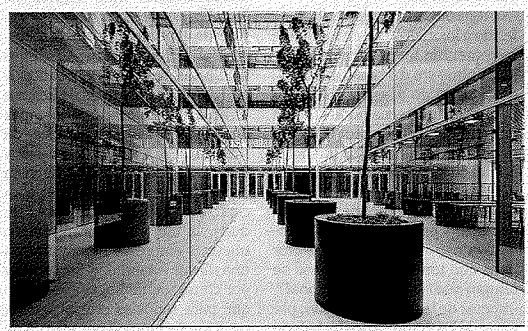
Dekton cuenta hoy con 22 referencias distintas y está previsto el lanzamiento en 2016, en España y en el mundo, de su gama de superficies pulidas.



DIARIO DE ALMERÍA

El Pabellón de España en la Expo Milán ha contado con Dekton.

En 2016, Cosentino lanzará la gama de superficies pulidas de Dekton.



El edificio de Cajamar en el PITA cuenta con solería elaborada con Dekton.

Silestone conmemora los 25 años de su lanzamiento con David Bisbal

Cosentino celebró el pasado 19 de junio en Madrid un acto de conmemoración del 25 'cumpleaños' del Silestone, su producto icónico, presente en las cocinas de medio mundo y que en 2005 mereció (su variante antibacteriana) ser citado por la prestigiosa revista Time como producto del año. El evento contó con la presencia, como 'padrino', del cantante almeriense David Bisbal, que arropó con su presencia a Eduardo Martínez-Cosentino, director comercial y tercera generación del grupo familiar, que destacó que Silestone "ha aportado color, diseño y estilo a los hogares de todo el mundo durante estos 25 años". Bisbal, uno de los premiados en la gala de esta noche por parte de la Asociación de Empresarios del Mármol de Andalucía (AEMA), no quiso dejar pasar la oportunidad de acompañar al Grupo Cosentino en esta gala tan importante para la firma con la que, además de unirle a su tierra natal, comparte también valores fundamentales como el esfuerzo, la constancia y el trabajo diario. Cerca de 300 invitados, entre clientes, arquitectos, diseñadores o decoradores madrileños, se dieron cita en el espacio Tatel Madrid, uno de los locales de referencia ahora mismo en la capital, promovido, entre otras celebridades como Pau Gasol o Enrique Iglesias, por la actual imagen de las campañas de Grupo Cosentino, Rafael Nadal. Durante el acto se repasaron los hitos de la marca, entre ellos, el anuncio emitido en la Superbowl de 2005,

ANTONIO SÁNCHEZ. **PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN DE EMPRESARIOS DEL MÁRMOL DE ANDALUCÍA.**

● El representante de la patronal analiza la situación del sector en cuanto a empleo, convenio colectivo y comercio, así como los pasos dados hacia la indicación geográfica y el trabajo de AEMA

"La internacionalización está siendo el motor de crecimiento"

Carmen Fenoy

–Afronta sus primeros Premios Macael como presidente. Es una velada de unión del sector, reconocimiento y promoción, pero también una oportunidad para reivindicar necesidades de los empresarios ante autoridades, ¿nos puede avanzar qué es lo que más requiere el sector para seguir siendo competitivo?

-Efectivamente para nuestras empresas y comarca del mármol, los Premios Macael sin ninguna duda suponen el mayor evento de promoción con el que contamos a la hora de dar a conocer nuestras empresas y productos y que además, se ha consolidado a lo largo del tiempo hasta llegar a su vigésimo novena edición. Es un hito que debemos destacar de forma notable pues sin duda, refleja la capacidad que los empresarios de nuestra comarca hemos tenido de ponernos de acuerdo para unirnos en los temas comunes que nos interesan. Para nosotros es más un momento de comunicación en el que personas e instituciones de todo el mundo estarán presentes para corroborar nuestra gran capacidad de ejecución de proyectos en mármol y que además supone un buen escenario para, en base a estos grandes logros, recordar a nuestras administraciones lo importante que es para todos la apuesta decidida por nuestra comarca.

–Aunque la destrucción de empleo durante la crisis ha sido elevada en el sector, este año se han creado en torno a 200 puestos de trabajo, ¿en qué departamentos crece la oferta: producción, investigación...?

-No tenemos el dato específico referido a los apartados en los que se incrementan los puestos de trabajo, aunque sin duda están referidos sobre todo a las áreas relacionadas con la internacionalización que está siendo el motor de crecimiento, que también se ha incrementado en un 36% hasta agosto de 2015.

–¿Hay atisbo de recuperar la negociación para un convenio colectivo específico para el sector para que los trabajadores no se tengan que regir por el nacional?

-A pesar de la falta de acuerdo, por parte de los empresarios ha habido una gran responsabilidad a la hora de mantener las condiciones laborales del convenio provincial extinguido antes de la ruptura del acuerdo y pasar al general de la construcción con peores condiciones. Por parte de los trabajadores se ha visto también un gran ejercicio de responsabilidad demostrando que somos capaces de remar todos juntos en la misma dirección para asegurar la continuidad de nuestro sector y es algo de lo que debemos estar muy satisfechos. Por ello, desde nuestra asociación y desde el punto de vista de patronal del sector así como desde los sindicatos, estamos abocados y obligados a ser capaces de llegar a un acuerdo moderno que sea capaz de recoger las necesidades de nuestra sector como industria y que desde nuestro punto de vista debe estar enfocado bajo el concepto de competitividad, pues sin duda, la mejora en la misma en nuestras empresas repercutirá en una mayor estabilidad del sector y por consiguiente llegar al objetivo que para todos es crucial y es la creación de empleo por mejora de nuestras ventas y conseguir el bienestar económico y social para nuestra comarca.

DIARIO DE ALMERÍA

El presidente de AEMA, elegido el pasado mes de septiembre, en su despacho.

–¿Han aumentado las solicitudes de nuevos permisos para extracción de piedra en nuevas canteras? ¿Cómo responde la administración?

-Desde la asociación no controlamos el aumento o disminución de permisos de explotación mineros ya que como sabéis son competencias exclusivas del Ayuntamiento de Macael. Lo que sí es cierto es que los datos de consumo de material que arrojan los diferentes indicadores demuestran un aumento del uso de los mármoles de Macael en los últimos tiempos, lo cual sin duda repercutirá en la reactivación de las explotaciones que tuviesen paralizaciones provisionales que contempla la Ley de Minas.

–Recientemente se ha dado un paso importante para que se comience a trabajar en la Unión Europea para proteger las indicaciones geográficas de productos no agroalimentarios, entre ellas el mármol de Macael, ¿qué supondría lograrlo para la piedra natural local?

-La indicación geográfica o IG intenta designar a un producto que posee un origen geográfico determinado y que demuestra características propias de calidad o de reputación reconocidas. Este es el caso de nuestra industria de la piedra, en la que la tradición, conocimiento y capacidad de ejecución de grandes obras a lo largo de los tiempos y por supuesto en la actualidad, suponen una diferenciación muy clara respecto de otras regiones europeas o mundiales en las que se fabrican productos de la piedra. A su vez, los materiales de nuestra comarca, con el blanco Macael como bandera de nuestra comarca, sin duda representará la protección sobre todo para el consumidor de posibles imitaciones frente a productos que pueden parecer, proceden o están hechos con determinados materiales, modos de fabricación y sobre todo cumpliendo las condiciones socio-laborales y medioambientales que nuestras empresas por supuesto sí que cumplen.

Todo ello sin duda redundará en una protección para el afianzamiento de nuestra industria de la piedra puesto que los consumidores en cada momento comprarán sabiendo el origen real y el modo de fabricación de los productos que consuman.

–Un colchón importante para el sector durante la crisis económica ha sido el comercio exterior, ¿qué peso tiene este sobre la facturación de las empresas del mármol asociadas a AEMA y cuál ha sido la misma en este último año?

-En el año 2014 sobre un total de 572 millones de euros, la exportación supuso un 53% del total de ventas. En el año 2015, con avance de agosto, el dato de exportación supuso un 38% más de incremento sobre el mismo mes del año anterior en la exportación realizada. Sin duda la internacionalización de nuestras empresas ha supuesto la garantía de supervivencia ya que la diversificación de los mercados es el modo más inteligente de asumir periodos de decadencia económica de las diferentes regiones o países en los que se está presente, asegurando de este modo que posibles periodos de recesión económica de determinados mercados se suplan de forma satisfactoria con la presencia activa en otros.

> *"La indicación geográfica redundará en una protección para el consumidor y nuestra industria de la piedra"*

Esto que en la teoría parece sencillo, sin embargo es un gran esfuerzo para cualquier empresa, y mucho más cuando esas empresas atraviesan una situación económica tan desfavorable como la vivida, pero en nuestra comarca la mayoría de empresas ya lo han puesto en marcha y los resultados son evidentes.

–Además de en los que ya se trabaja, ¿cuáles son los mercados potenciales para la piedra natural de Almería?

-Hemos de tener en cuenta la diversidad que existe en nuestra comarca dentro de nuestro sector del mármol. Por ello en base a esa diversidad, los mercados o clientes potenciales preferidos pueden

cambiar menormente de una empresa a otra.

Lo importante bajo mi punto de vista será que nuestras empresas elijan el camino de la internacionalización y diversificación de los mercados, que ya es un hecho como he indicado en la pregunta anterior, puesto que la búsqueda de los nichos que cada empresa sea capaz de lograr, dependerá de su capacidad para adaptarse a dichos mercados.

Por otro lado hay muchas formas de enfrentarse a un mercado. Puede ser desde el punto de vista de cubrir una necesidad ya existente para lo cual tu producción debe de adaptarse completamente a dicha necesidad o bien ser capaces de generar una necesidad de un producto inexistente. Por tanto el abanico puede ser muy amplio.

-¿Cuál es la situación en el mercado nacional?

-En España pasamos de todo a nada sin que por medio hubiese vida. El cambio fue tan drástico que realmente el frenazo fue terrible para todo el sector de la construcción. Sin embargo comienzan a verse movimientos en nuevos proyectos, aunque de una forma moderada, en los que nuestras empresas puedan estar presentes.

Hay también un mercado residencial de extranjeros en las zonas de Málaga, Alicante, Madrid, Barcelona y algunas otras provincias en los que nunca dejo de haber edificación y que nutre a nuestras empresas. Esto junto con algunos proyectos públicos hacen que comience a verse nuevas posibilidades en nuestro sector dentro del mercado nacional, aunque sin duda falta aún mucho camino para poder hablar de una recuperación de nuestro mercado nacional.

–Como asociación, ¿tienen previstas campañas de promoción concretas o participación en ferias próximas?

-Una de las áreas importantes dentro de nuestra asociación sin duda está dedicado al ámbito de la promoción, en ayudar a que nuestras empresas puedan posicionarse en los mercados en los que en base a sus peculiaridades, les puedan ser más interesantes.

Es muy importante comprender que cuando una empresa plantea hacer actuaciones comerciales en un determinado mercado, le va a suponer un gran esfuerzo de recursos y conseguir el éxito es algo muy complicado de poder alcanzar y para ello sin duda necesitarán conseguir apoyos económicos, logísticos de formación e información para alcanzar el éxito. Por ello trabajamos en diferentes frentes de actuación desde la búsqueda de apoyos a las acciones individuales así como a las agrupadas. También contamos para ello con la Agencia Andaluza de Promoción Exterior de la Junta de Andalucía –Extenda-, Icex y Cámara de Comercio de Almería, coordinando y sacándole el mayor aprovechamiento a cada una de las líneas de actuación que nos ofrecen.

–Otro año más los premios se hacen coincidir con el Encuentro Internacional de la Piedra Natural que AEMA organiza junta a la Agencia Andaluza de Promoción Exterior, Extenda ¿Está previsto que esta acción continúe en años venideros?

-Es lógico pensar que en el momento de mayor repercusión mediática en el que todas nuestras empresas están volcadas en ofrecer su mejor imagen al mundo hagamos que vengan el mayor número de participantes. Sin duda es una oportunidad muy grande de mostrar a este grupo de empresas de varios países, entre los que contaremos con prescriptores, constructores, posibles distribuidores etc... para mostrarles la gran capacidad de nuestras empresas y la repercusión que hacemos a nivel internacional de la ejecución de sus proyectos de forma exitosa. Por tanto es un valor positivo más que complementamos enriqueciendo paralelamente tanto el evento de Premios Macael, así como la imagen que se ofrece a las empresas que vienen a conocernos en el VI Encuentro Internacional, lo cual nos da pie a que en el futuro se siga manteniendo conjuntamente.

> *"En España pasamos de todo a nada sin que por medio hubiese vida. Pero comienza a verse movimiento"*

Premios Macael 2015

CUELLAR
1958

PROYECTOS EN PIEDRA NATURAL

PREMIO NACIONAL

Mausoleo Familiar en Vila-Real

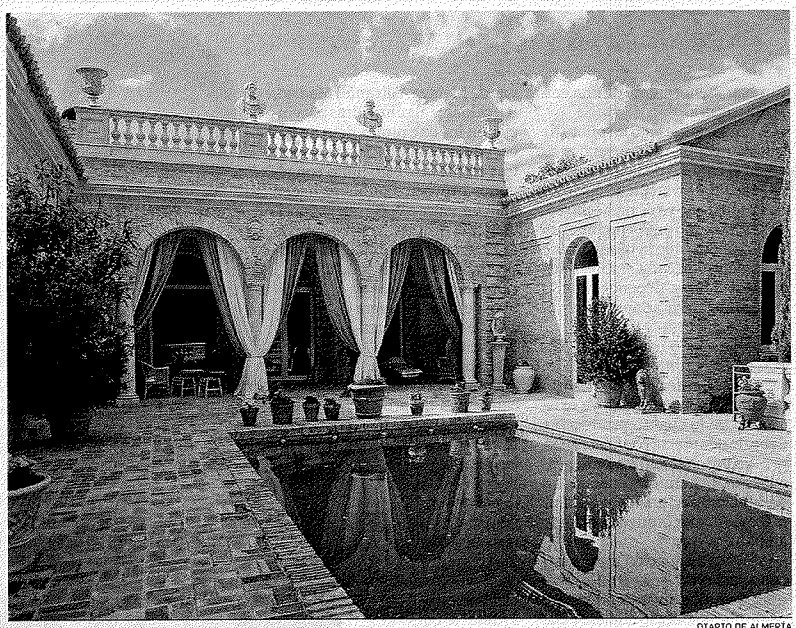
Arquitectos
Pascual Mata
Javier Lahuerta

CUELLAR ARQUITECTURA DEL MARMOL SLU
Autovia A334 salida 63 - 04850 Cantoria - Almeria - España
950 12 19 00

WWW.CUELLARSTONE.COM

CUELLAR mira hacia Rusia, EEUU y África

● La compañía con sede en Cantoria comercializa el 90% de su producto fuera de España ● Perseverancia, trabajo arduo y compromiso, los pilares de su filosofía



DIARIO DE ALMERÍA

Casa de estilo romano inspirada en las villas de lujo de Pompeya, con Blanco Macael.

Elio Sancho

Nacida en 1958, Cuellar Arquitectura del Mármol es una empresa ubicada en la Comarca del Mármol con sede en Cantoria. En sus más de cincuenta años de historia ha pasado de ser un taller de artesanía local a convertirse en una gran empresa en el mercado internacional con tres líneas principales de negocio: Espacios Públicos, Arte Religioso y Edificios y Casas Únicas.

En estos tres sectores, Cuellar Arquitectura del Mármol es una compañía líder en el desarrollo de todo tipo de proyectos de piedra natural con experiencia técnica y habilidad creativa, fruto de una larga tradición de producción y diseño.

La compañía con sede en Cantoria cuenta con valores consolidados, eficiencia, calidad y los recursos humanos y materiales necesarios.

Perseverancia, trabajo arduo y compromiso son las claves para poder competir en los niveles más altos de este sector, ofreciendo servicios exclusivos.

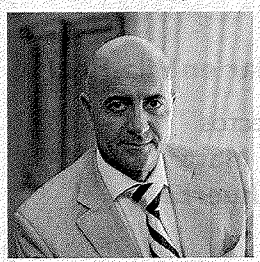
"En nuestra compañía uno de los puntos clave es la capacidad de ofrecer 'proyectos llave en mano'. Esta metodología consiste en cubrir todas las fases de un proyecto, desde el diseño, la medición, los planos, las estructuras de fijación, la producción y el transporte hasta la instalación y el mantenimiento", explica el presidente de Cuellar Arquitectura del Mármol, Diego Martínez Cano. Todo ello va acompañado por un soporte constante y aconsejamiento por parte de su departamento técnico (arquitectos, ingenieros, diseñadores de interiores, etc), para guiar el cliente en la elección de diseños y materiales adecuados para cada tipo de uso.

"Nuestro personal trabaja como un todo como sastre de la piedra natural, produciendo la idea exacta trasmitida por el cliente, adaptándose a sus necesidades y deseos. Providenciamos el servicio completo para proyectos localizados en cualquier parte del mundo", apostilla Martínez Cano.

Cuellar posee una amplia experiencia en la realización de 'Proyectos Especiales' con todo tipo de piedra natural, lo que le permite la estandarización de muchos de sus productos, haciéndolos realmente competitivos.

En esta búsqueda de mercados exteriores, Cuellar ha labrado un camino de innovación e inversión en tecnología sin perder el carácter artesanal heredado de sus antepasados, ni la proximidad necesaria para corresponder a los deseos del cliente. El 90% de las ventas de la empresa se lleva a cabo en el exterior. En la actualidad, los principales proyectos que desarrolla son residenciales privados en diversos países, principalmente, en Estados Unidos, Federación Rusa y África.

Diego Martínez Cano
Presidente de Cuéllar

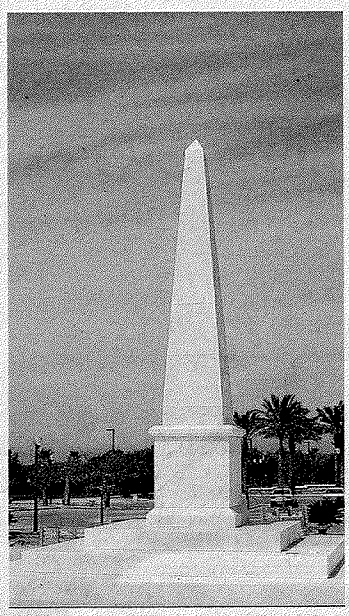


Nuestro personal trabaja como un sastre de la piedra natural y produce la idea exacta del cliente"

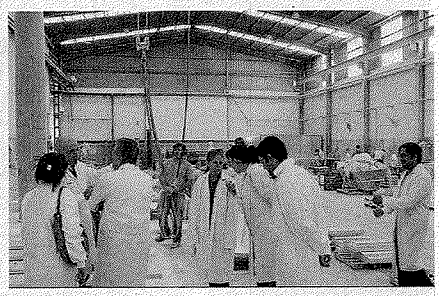
Posee una filial en Houston desde 2013 y está presente en Reino Unido

La marca Cuellar debe su nombre a Antonio Cuellar, un maestro artesano formado dentro de la escuela más clásica de la artesanía en piedra natural, emprendió hace varias décadas un ininterrumpido proceso de modernización sin sacrificar la calidad del trabajo artesano. Esto aportó un nuevo punto de vista sobre el tratamiento de la piedra, y sobre todo, unas técnicas que aún hoy, muchos años después, se siguen utilizando y que además, han hecho del sello Cuellar, un sinónimo de la calidad en la arquitectura del mármol. La compañía toma un impulso definitivo a finales de los años 90 con la incorporación de Diego Martínez Cano, que entra en el accionariado de la empresa y se hace cargo de su dirección estratégica. Así comienza la internacionalización de Cuellar y su expansión a nuevos mercados. Una firme apuesta por la calidad global que ha conseguido situar a la marca en el segmento más alto del mercado mundial de la piedra natural.

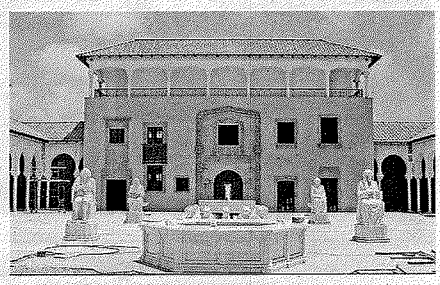
La firma cuenta con una filial en Estados Unidos (Houston, Texas) denominada Cuellar Architecture USA, LLC, desde 2013. En este país posee un largo recorrido de proyectos realizados y otros en marcha. Igualmente Cuellar Stone está ya presente en Reino Unido. A parte, la Federación Rusa y Norte de África son otros dos destinos donde Cuellar ha producido y sigue desarrollando varios proyectos. En el ámbito nacional ha trabajado desde siempre y en la actualidad, Cuellar sigue produciendo e implementando proyectos por todo el territorio. La empresa posee alrededor de 60 empleados directos y entre 30 a 40 indirectos.



Museo Ralli, en Israel.



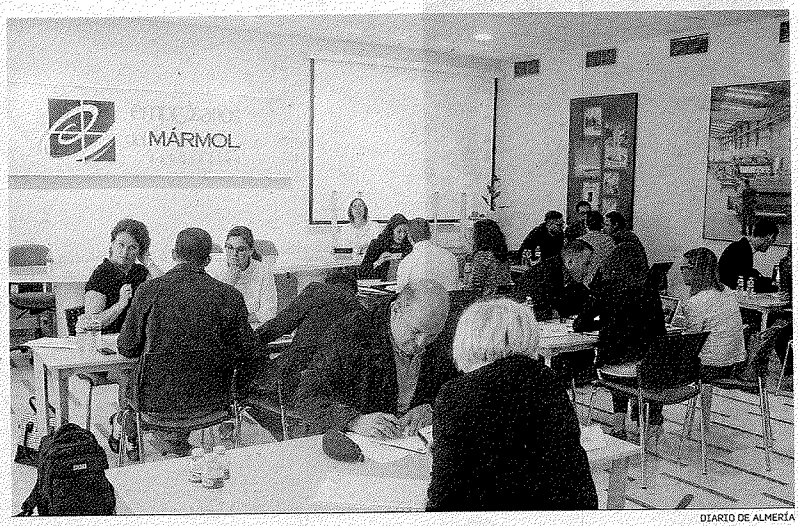
Visista a las instalaciones de Cuellar Arquitectura del Mármol.



Este proyecto en Israel es un referente de las obras de Cuellar.

Un encuentro de negocios en busca de mercado **internacional**

- Extenda organiza la sexta edición de esta cita, con más de 160 entrevistas bilaterales
- La delegación, compuesta por 11 países



DIARIO DE ALMERÍA

La sede de AEMA ha acogido el VI Encuentro Internacional de la Piedra Natural, con once países participantes.

Redacción

Un total de 164 entrevistas de negocios se han celebrado entre 16 empresas andaluzas y once operadores internacionales de diez países que participan en el 'VI Encuentro Internacional de la Piedra Natural', que comenzó el miércoles y ha finalizado hoy en Macael, organizado por la Consejería de Economía y Conocimiento, a través de Extenda-Agencia Andaluza de Promoción Exterior, un evento que se ha consolidado en estos años de celebraciones y cuyos participantes de los diferentes países culminan acudiendo a la gala de entrega de los Premios Macael, que tiene lugar esta noche.

> **Miguel Ángel Tortosa**
> Delegado de Economía
>
> *Entre enero y agosto, las exportaciones han subido un 40,4% hasta los 213 millones"*

El delegado territorial de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo, Miguel Ángel Tortosa, inauguró el encuentro comercial este miércoles junto al presidente de la Asociación de Empresarios del Mármol de Andalucía (AEMA), Antonio Sánchez Tapia.

Asimismo, la delegación internacional está compuesta por once agentes procedentes de Alemania, Brasil, Chile, Emiratos Árabes Unidos, Francia, Marruecos, México, Estados Unidos, Perú y Polonia.

Miguel Ángel Tortosa ha asegurado que los datos de exportaciones "demuestran que el mercado exterior está siendo clave para la recuperación y crecimiento del sector de la piedra natural" y en este sentido ha destacado que entre 2009 y 2014 "las ventas internacionales han crecido más del doble y las empresas exportadoras se han triplicado".

En cuanto a los últimos datos, entre enero y agosto de 2015, reflejan una subida del 40,4% hasta 213 millones de euros, correspondiendo el 98% a la provincia de Almería, lo que la sitúa como líder de Andalucía en esta actividad, con un crecimiento del 41% hasta agosto. Además, según ha indicado el delegado, las ventas han crecido en 18 de los 20 principales mercados, con aumentos importantes a Estados Unidos (41%), Reino Unido (80%) y Australia (106%).

"Estas cifras tienen que animar a las empresas a seguir insistiendo en las líneas de trabajo que les van a permitir ser más competitivas, crecer y generar empleo: la consolidación del mercado exterior al tiempo que llegan a destinos emergentes, y el aumento del valor añadido de sus productos mediante la I+D, el diseño y la diferenciación" ha añadido Tortosa López, recordando los pasos que está dando el sector, con el apoyo de la Junta de Andalucía, para conseguir la Indicación Geográfica Protegida para el mármol de Macael.

Por su parte, el presidente de AEMA ha recordado "la importancia del conocimiento y saber hacer de nuestras empresas transmitido de generación en generación junto a la fuerte capacidad tecnológica, hacen que estén preparadas para colaborar con cada uno de los agentes internacionales de este nuevo encuentro". "Ustedes representan diferentes países y por tanto diferentes necesidades, por lo que nuestras firmas en su variedad de especialidades están perfectamente preparadas para solventar y ayudar a garantizar el éxito de sus proyectos", ha añadido.

La agenda del encuentro comenzó con la celebración de las reuniones bilaterales entre los operadores invitados y las empresas andaluzas, que han tenido lugar en la sede de AEMA, y los días 5 y 6 de noviembre se han realizado visitas a canteras e instalaciones de empresas de la zona.

El objetivo de esta acción, que se repite de manera satisfactoria desde hace seis años, es dar a conocer a una selección de operadores, principalmente importadores, distribuidores, mayoristas y prescriptores de opinión de diez países la oferta andaluza del sector. Además este foro permite identificar oportunidades de negocio en los mercados extranjeros participantes.

Miguel Ángel Tortosa y Antonio Sánchez, en la inauguración del encuentro.

Los 'oscars' del mármol cuentan con más de 30 patrocinadores

Los patrocinadores de este año para la celebración de la edición XXIX de los Premios Macael supera la treintena y son Cosentino, Diputación de Almería, Cajamar, Omag, Caixa Bank, Willis, Smalticeram, Breton, Tenax, Banco Santander, Ashland, Prussiani, Unicaja, Colorobbia, GMM, Esmalglass-Itaca, Diamant Boart, Maser, Italdiamant, Sibelco, Tyrolit, Sacmi, Bankia, Banca March, Banco Popular, Focus Piedra, Diamond Service, Donatoni, Comandulli, Olucarpa Eventos, Suimasa y XL Seguros. Cada año, gracias a las empresas que se encargan de realizar esta importante e imprescindible labor de patrocinio, es posible que se lleve a cabo el desarrollo de esta gala, considerada por muchos, los 'oscars' del sector de la piedra natural, que el próximo año cumplirá 30 ediciones.

Almería exporta el 98% del valor total que ha vendido Andalucía hasta agosto

Redacción

Según los datos de Extenda, las exportaciones andaluzas de piedra natural (mármol, travertino, alabastro, granitos, manufacturas de cemento, hormigón, cerámica y de piedra artificial y piedra tallada) crecieron un 40,4% en los ocho primeros meses de 2015, hasta los 213 millones de euros, un crecimiento que es más del doble que el experimentado por España en el mismo período (20%).

Con estos datos, Andalucía se mantiene como comunidad líder en las ventas nacionales de estos productos al exterior, con un 46,6% del total, más de 18,9 puntos por encima de la segunda, la Comunidad Valenciana. Almería concentra casi la totalidad de las ventas de estos productos en el exterior, como en el año 2014, con 209,6 millones, un 98,4% del total y crecimiento del 41,1% con respecto a los primeros ocho meses de 2014. Las ventas del sector han crecido en 2015 en dieciocho de los veinte primeros mercados y al igual que en 2014, dos países concentraron la mitad de las ventas Estados Unidos y Reino Unido (53% del total), que se mantienen como primer y segundo mercado, respectivamente. Las ventas a Estados Unidos en los ocho primeros meses de 2015 alcanzaron los 82 millones (38,5% del total y crecimiento del 40,4%) y Reino Unido creció un 79,6% (30,7 millones).

En tercer lugar se sitúa Alemania seguido de Australia e Italia. Además destacan los crecimientos a mercados como el séptimo que es Canadá al que se más que triplican las ventas, y Argentina (16º), que aumentan más del doble. También tienen grandes crecimientos Suecia Irlanda Países Bajos Francia y China. La mayor parte de las ventas de este período correspondieron a las manufacturas de cemento, de hormigón o de piedra artificial, incluso armadas, que alcanzaron los 177,5 millones (83,3% del total y crecimiento del 39%). Asimismo, el número de empresas exportadoras andaluzas de este sector creció un 5,3% en 2014, hasta las 240, y el número de empresas exportadoras regulares, es decir que exportaron los últimos cuatro años seguido, también se incrementó hasta las 46 empresas con un incremento del 58,6% con respecto a 2013.

Cajamar, firme compromiso con el sector

● La cooperativa de crédito almeriense ha instalado algo más de 6.000 metros de Dekton en su edificio ubicado en el PITA

Elio Sancho

Cajamar Caja Rural continúa con su firme compromiso de apoyo al sector de la piedra natural, un sector al que la cooperativa de crédito almeriense viene respaldando desde sus orígenes, en paralelo a su principal cliente, el sector agroalimentario, lo que pone de relieve la diversificación y la apuesta por todos los sectores económicos de la provincia almeriense, así como en el resto de territorios donde la entidad está implantada, con especial hincapié en los autónomos y las pequeñas y medianas empresas.

En este sentido, la cooperativa de crédito almeriense apuesta por los materiales 'made in Almería' para las construcciones de sus edificios más emblemáticos, así como para sus oficinas. Este es el caso del edificio que ha levantado en el Parque Científico-Tecnológico de Almería (PITA), que inauguró oficialmente el pasado mes de abril, que alberga a sus empresas instrumentales y los servicios tecnológicos avanzados de la caja rural, con la entrada inicial de 700 empleados, la mayoría de los cuales, procedían de Eurovía, con 326, 163 de Tarkett, 90 técnicos y especialistas vinculados a Hispatec y un centenar de INSA, la empresa participada por IBM con la que la cooperativa de crédito almeriense selló un acuerdo estratégico a primeros de julio de 2014 por un período de diez años para el desarrollo y mantenimiento de software de aplicaciones financieras, por un importe de 50 millones de euros.

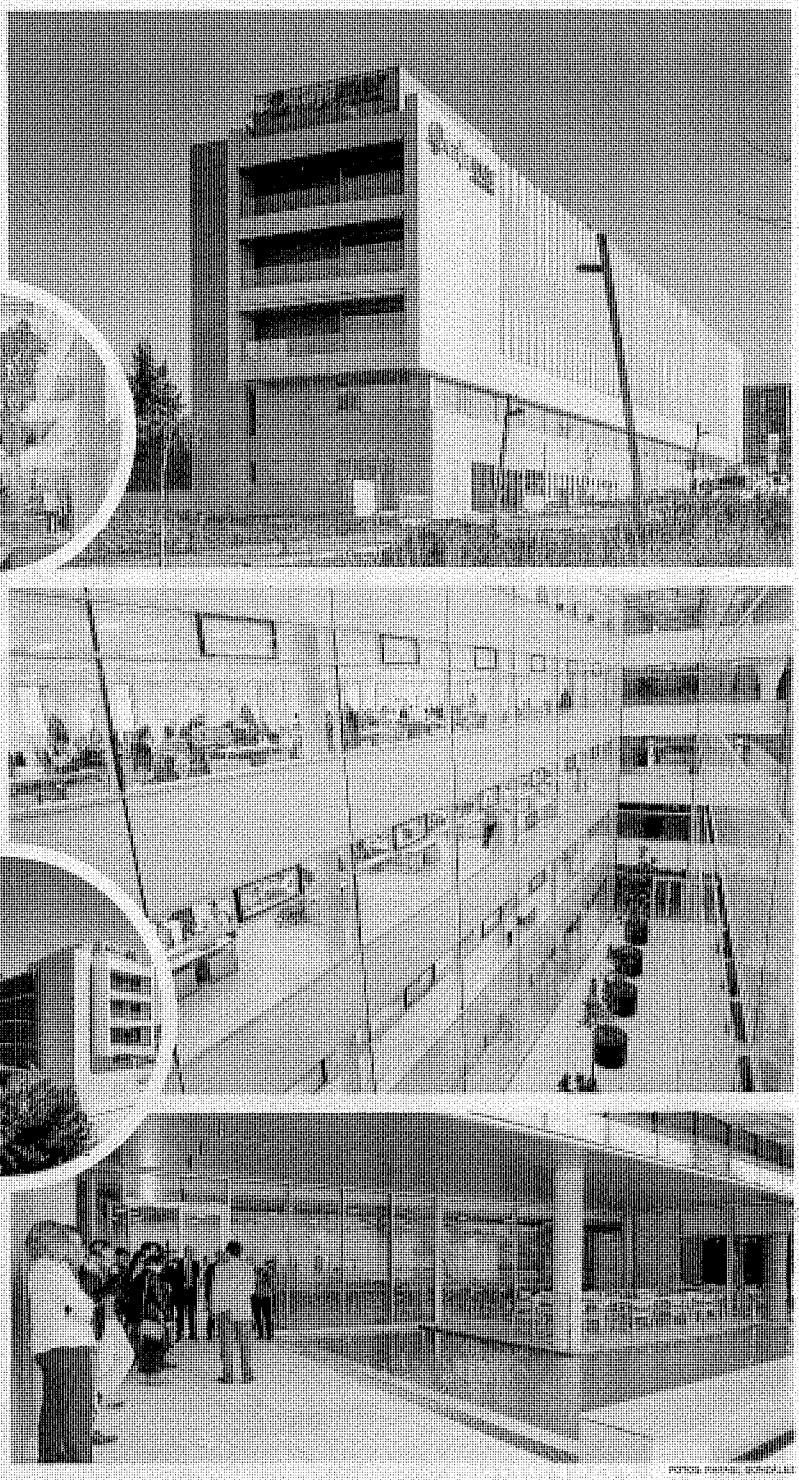
El proyecto ha supuesto unas inversiones que superan los 17 millones de euros

Este edificio ha recibido el Premio Nacional por parte de AEMA en esta edición número 29 de sus galardones, una construcción proyectada por el estudio de arquitectura Arapiles Arquitectos Asociados 15, que ha utilizado para los revestimientos más de 6.000 metros cuadrados de Dekton, la nueva superficie ultracompacta del Grupo Cosentino, en varios formatos, todos ellos de gran dimensión, aprovechando la homogeneidad de los diferentes colores utilizados.

Las obras del edificio de Cajamar en el PITA, que han supuesto unas inversiones que superan los 17 millones de euros, se han desarrollado prácticamente en un tiempo récord, un total de 633 días desde que comenzaron los primeros movimientos de tierra, el 10 de junio de 2013. Hoy el inmueble cuenta con un algo más de 19.600 metros cuadrados, con capacidad para albergar a casi mil trabajadores, cinco plantas en superficie y otras tres soterradas, que se ha levantado bajo tres pilares fundamentales: "Innovación arquitectónica, eficiencia funcional y excelencia ambiental", como destacó Manuel Gutiérrez Navas, director de Comunicación de Cajamar, en la inauguración oficial de las instalaciones, el pasado 15 de abril.

Se trata de un "edificio singular y totalmente funcional, lejos de ser un simple centro contenedor", como así lo definió el hector de Arapiles Arquitectos, Luis Fernández, cuyo estudio se ha encargado del proyecto después de haber resultado ganador del concurso que se llevó a cabo, tal y como se anunció a principios de agosto de 2012.

La fachada está compuesta por distintos tipos de cerramiento de alta calidad y con una gran capacidad de ventilación y aislamiento termoacústico. En ella, se ha empleado Dekton, la superficie ultracompacta del Grupo Cosentino, en lo que supone el primer proyecto en España en el que se ha utilizado este producto para una fachada, así como para suelos, escaleras y baños, tal y como explicó Natalia Agromayor, directora de Producto e Innovación de Cosentino, responsable del desarrollo de Dekton, que también quiso estar presente en el acto de la puesta de largo para comprobar la calidad de los acabados y la funcionalidad y versatilidad de esta superficie.



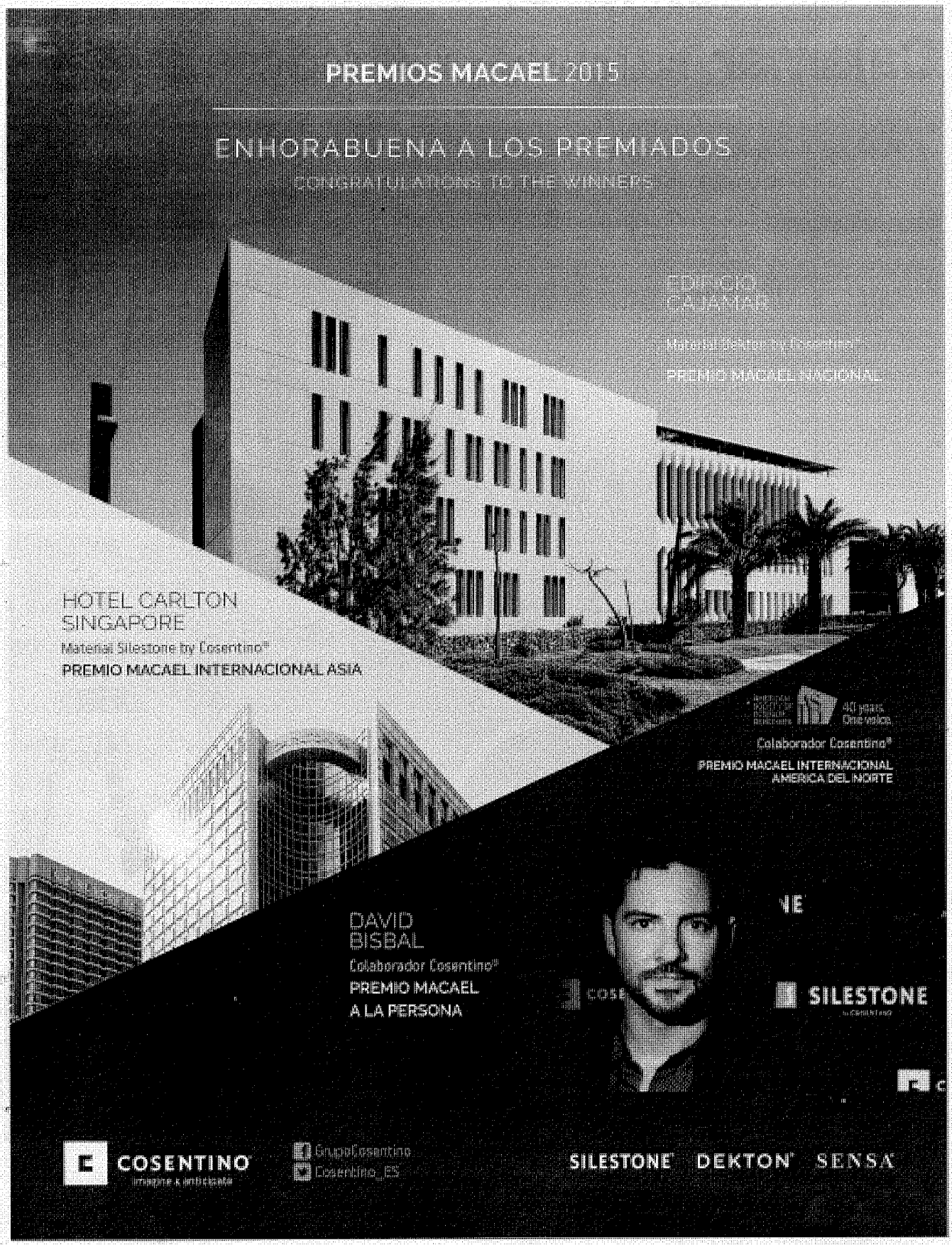
FOTOS: MANUEL GONZÁLEZ

Certificación 'Leed Gold' por su sostenibilidad

La sede de Cajamar en el PITA contará con la certificación 'Leed Gold' de edificios sostenibles, expedida por el Consejo de la Construcción Verde de Estados Unidos, gracia a su apuesta por la sostenibilidad.

En virtud de ello, las instalaciones permitirán un ahorro energético de 21 toneladas equivalentes de petróleo al año y evitará la emisión anual de 101 toneladas de dióxido de carbono a la atmósfera.

PUBLICIDAD


PREMIOS MACAEL 2015
ENHORABUENA A LOS PREMIADOS
CONGRATULATIONS TO THE WINNERS
HOTEL CARLTON SINGAPORE
Material Silestone by Cosentino®
PREMIO MACAEL INTERNACIONAL ASIA
40 years Chevrolet
Colaborador Cosentino®
PREMIO MACAEL INTERNACIONAL AMERICA DEL NORTE
DAVID BISBAL
Colaborador Cosentino®
PREMIO MACAEL A LA PERSONA
SILESTONE
COSENTINO
GrupoCosentino
Cosentino_ES
SILESTONE DEKTON SENSA