

“La piedra natural ofrece exclusividad, elegancia y sostenibilidad”



LULUA AL ADIB DIRECTORA EJECUTIVA DE FIORANTINA STONE

Mármoles, cuarcitas, ónix, granitos, travertinos... Todo el abanico de piedras naturales se encuentra en Fiorantina Stone.

Hablemos un poco de Fiorantina, ¿qué productos ofrecéis?

A lo largo de los años, Fiorantina ha experimentado un notable crecimiento y expansión, estableciéndose como un referente global en la industria. Ofrecemos una amplia y diversa gama de más de 200 variedades de piedras naturales, que incluyen mármoles, cuarcitas, ónix, granitos, travertinos, calizas y areniscas.

Buscamos en todo el mundo los mejores materiales, estamos atentos a los descubrimientos de nuevas canteras... Y, muy importante, elaboramos todos estos productos aquí en España.

¿El Made in Spain es importante?

Mucho. En todo el mundo se reconoce el trabajo que hacemos en España como uno de los mejores. Es por ello que en Fiorantina cuidamos mucho la importación de bloques en bruto desde

canteras externas para producirlos en España y darles ese valor extra.

Con la llegada al mercado de materiales sustitutos, ¿cuál es el momento actual y qué futuro se le prevé a la piedra natural?

Antes de nada, me gustaría hablar de lo que representa la piedra natural. La piedra natural es un material extraído directamente de la montaña que se trabaja para elaborar piezas únicas, con toda la variedad que solo la naturaleza puede ofrecernos. Esto da a cada pieza una exclusividad, una elegancia y una sostenibilidad que los sustitutos no podrán dar nunca. Porque estos sustitutos no dejan de ser un intento de imitación de la piedra natural.

En el sector nos enfrentamos al estigma del precio, pero desde Fiorantina buscamos ofrecer calidad, pero también un amplio rango de precios para que cualquier bolsillo se lo pueda permitir. Y volviendo al estado actual del mercado, estamos en un momento próspero, tanto porque ha aumentado el valor que las personas dan a la piedra natural, como porque ha aumentado su demanda. Y creemos que esta tendencia va a continuar.

¿Cuáles son las diferencias entre las demandas del mercado internacional y el nacional?

En el mercado nacional se busca encontrar en nuestras instalaciones una amplia variedad de materiales exóticos, en los que también somos especialistas, como el ónix (una piedra semipreciosa de la que tenemos el almacén con más variedad del Estado); en el mercado internacional, como te comentaba, está muy busca-

do el material de aquí, extraído de canteras cercanas y trabajado con el sello *Made in Spain*.

En Fiorantina nos adaptamos a las necesidades de cada cliente (sean marmolistas, talleres, arquitectos, diseñadores, escultores, constructores, particulares...) para encontrar lo que necesita y al mejor precio.

El sector de la piedra natural siempre ha sido muy artesanal, ¿qué importancia está teniendo la adopción de la digitalización?

Más allá de la tecnología que nos ha aportado muchas mejoras en la producción de las piezas, yo destacaría el salto que la digitalización nos ha permitido a la hora de acercarnos tanto a productores como a consumidores de todo el mundo. Desde la pandemia, nos hemos transformado, consiguiendo que las compras y ventas online sean lo más parecidas a las físicas. Al final, estamos vendiendo materiales únicos, y el cliente quiere tener la seguridad de que lo que compra es lo que realmente quiere, y eso es lo que ofrecemos gracias a la digitalización. Hemos conseguido tener la web con el mayor stock online de piedra natural para que el cliente pueda ver y seleccionar aquello que necesite, el mismo y desde cualquier lugar.

Cada vez se valora más la RSC de las empresas entre los consumidores, ¿Cómo lo afrontáis desde Fiorantina?

Nosotros también valoramos cada vez más el devolver a la sociedad lo que nos da. El poder aportar nuestro granito de arena y tener un impacto positivo en la sociedad. Así, colaboramos con Cruz Roja, Cáritas, ACNUR, ayudamos a entidades locales, contribuimos en recogidas de alimentos...

Otro punto importante que me gustaría destacar es el de la paridad, algo por lo que también luchamos en Fiorantina. Así, la figura de la mujer está presente en todos los departamentos de la empresa.

Por último, colaboramos con instituciones educativas para dar a conocer el sector a las nuevas generaciones y que este bonito oficio no se pierda con el paso del tiempo.

