



“Si sabemos adaptarnos a las nuevas reglas de distribución, innovación y competitividad, este sector tendrá un largo recorrido”

Pascal Llopis,

Responsable del área de ventas y marketing de Industrias Cosmic

Cosmic, marca perteneciente al Grupo Roca, es hoy en día una enseña de valor que ha sabido reinventarse apostando por un diseño innovador y funcional.

Pascal Llopis, actual responsable del área de ventas y marketing de Industrias Cosmic, empezó trabajando en esta empresa dirigiendo el departamento de marketing. “Hace 15 años era una empresa familiar que gestionaba la marca Cosmic. A partir de ahí empezó la expansión de la compañía, que acabó adquiriendo las firmas Pom d’or y Stildux. Actualmente, Industrias Cosmic forma parte del Grupo Roca”, resume. La globalización es –según empieza puntualizando– “el aspecto más destacado que ha cambiado por completo el sector”. Pero, en estos 15 años, también han surgido

nuevos conceptos que han transformado el mercado del baño: “La concentración de la distribución en grandes grupos, el crecimiento del Do It Yourself y la aparición de la venta por Internet”, comenta Llopis.

Nuevas reglas

El mundo cambia a ritmo veloz, nacen nuevas necesidades en la sociedad y eso afecta a nivel global en todos los ámbitos, incluso en la manera de producir de las empresas. Según Pascal Llopis, “en los países desarrollados todavía hay mucho camino para crecer porque el nivel de confort de los cuartos de baño no es el óptimo. Pero no hay duda de que en los países en vías de desarrollo hay una necesidad enorme de mejorar los hogares”.

Ante este nuevo contexto económico se muestra convencido de que: “El sector del baño, si sabe adaptarse a las nuevas reglas de distribución, innovación y competitividad tiene un largo recorrido”.

Al analizar estos 15 años, el director de ventas y marketing de Cosmic asegura que las empresas se han adaptado a un mercado cada vez más exigente que quiere soluciones innovadoras. “Las firmas que han superado

la crisis de estos últimos años y han sabido internacionalizarse están mejor preparadas para afrontar el futuro”, afirma.

Los avances tecnológicos han sido notorios y numerosos durante este tiempo. Llopis coincide sobre todo en que “se ha innovado en tecnología, mejorando el confort y el uso de los productos. También se han introducido nuevos materiales, como las resinas de origen vegetal como el Solid Surface Biobased. También se tiene mucha más conciencia del medio ambiente y la correcta gestión del agua, con lo que los fabricantes pensamos soluciones que ayudan a adaptarse a esta conciencia”. ■

“En los países desarrollados todavía hay mucho camino para crecer porque el nivel de confort de los cuartos de baño no es el óptimo”