

Entrevista a:

Conrad Llorens

Fundador y Consejero Delegado de SUMMA, Premio Nacional de Diseño 2008

“El diseño es un indicador fundamental del desarrollo económico y social de los países”

El pasado 10 de febrero se dieron a conocer los galardonados con el Premio Nacional de Diseño 2008, el más alto galardón que se otorga en España a empresas que utilizan el diseño con éxito en su estrategia de innovación. En esta XVIII edición los ganadores han sido las empresas SUMMA y STUA. Además, el equipo de diseñadores SUMMA se ha convertido en el primer colectivo en recibir este premio, ya que hasta ahora siempre se ha premiado el diseño individual o de autor. Conrad Llorens, consejero delegado de SUMMA, analiza para Intercentros las claves de su éxito.



Trayectoria profesional

Autor de *Diseño e Innovación para la Dirección General de la Pequeña y Mediana Empresa*, es profesor invitado en programas MBA de Marketing y cuenta con 25 años de experiencia en comunicación y consultoría de marcas.

Ha escrito numerosos artículos sobre el desarrollo de marcas corporativas y es conferenciante habitual sobre branding en foros nacionales e internacionales.

Es socio fundador de SUMMA, consultora multidisciplinaria especializada en la creación y gestión de marcas.

Entre los trabajos realizados por SUMMA destaca la realización del diseño de la nueva identidad corporativa de RTVE o el innovador diseño integral de la cadena Pans&Company.

Única empresa española premiada con el Design Week Award, por la identidad corporativa de Andbanc, se compone de 28 profesionales, con oficinas en Barcelona y Madrid.

¿Qué significa innovación para vosotros?

La innovación es una actitud y un proceso. Se puede innovar en productos, en estrategias comerciales, en sistemas productivos...pero lo verdaderamente efectivo a largo plazo es adoptar la innovación como forma de gestión.

Entonces, ¿qué debe hacer una empresa para innovar?

Esto exige integrar adecuadamente innovación, estrategia y diseño, y, sobre todo, crear una cultura orientada hacia la innovación en toda la organización. Las empresas innovadoras cuentan con sistemas que hacen fluir la información y permiten compartir el conocimiento, y están muy atentas a los cambios que se producen en el contexto social, tecnológico y de mercado, para encontrar oportunidades de diferenciación a través de la innovación.

¿Cuál es la relación entre innovación, diseño y marca?

Marca e innovación son dos caras de la misma moneda. Aunque las evoluciones del marketing son constantes, el reto sigue siendo el mismo: la creación de valor añadido. Quien es capaz de crear una proposición de valor relevante para las necesidades del consumidor, puede entablar una relación con él, y hoy la clave no está en conseguir transacciones, sino en crear relaciones. En esto la marca juega un papel esencial, ya que es el vehículo principal para manifestar la proposición de valor al consumidor y establecer un diálogo con él. Una marca hoy no puede tener éxito sin innovación y la innovación no tiene horizonte y destino si no está fundamentada en la estrategia de marca.

¿De qué manera es necesario el uso de estrategias de diseño para lograr éxitos empresariales?

Sólo hay dos estrategias posibles ante el mercado: o compites por precio o diferencias tu oferta a través del diseño y la innovación de una manera que aporte valor a tus clientes. Por economías de escala y costes de producción, las empresas españolas, y las pymes en especial, difícilmente pueden competir por precio, lo cual implica que no queda más remedio que competir por valor añadido. En estos momentos los consumidores son más receptivos a los cambios y, por tanto, se abren nuevas oportunidades para las empresas que lo sepan aprovechar adoptando una adecuada relación calidad-precio, que se consigue optimizando costes y aportando mayor valor.

¿Y esto mejora la manera de vivir de la ciudadanía?

Por supuesto. El buen diseño mejora la función, la interacción y la percepción y aporta calidad de vida. La evolución de nuestro país en los últimos 30 años se puede ver con claridad en la indiscutible mejora de la calidad del diseño de nuestros productos, de nuestros espacios públicos, de nuestra comunicación...La calidad de diseño está directamente relacionada con la calidad de vida, por eso el diseño es un indicador fundamental del desarrollo económico y social de los países.