

# tema del mes

El diseño como diferenciación y garante de la calidad

## El diseño, una apuesta decidida para el presente empresarial

Unas sillas, mesas, un coche, todo está impregnado de la idea del cambio y de adaptación a los nuevos tiempos para seguir en el mercado siendo competitivo. Por esto muchas empresas han vuelto a valorar su marca que, con la crisis, dejaron aparcada



Un nuevo concepto de espacio para los más pequeños nace de la fábrica de Tagar./Economía de Guadalajara

Marta Sanz / Guadalajara

Según el diccionario de la Lengua Española, diseño es el arte y técnica de traducir ideas en imágenes y formas visuales, así como el arte y técnica de fabricar objetos que luego serán fabricados en serie por la industria.

**Constantemente las empresas están diseñando nuevos productos o re-diseñando los ya creados para hacerse un hueco o afianzarse en el mercado**

En la actualidad, hablamos de diseño cuando queremos cambiar algo, innovar, hacernos diferentes a la competencia, así, no es de extrañar que constantemente las empresas estén diseñando nuevos productos o re-diseñando los ya

creados para hacerse un hueco o afianzarse en el mercado. Pues ahora, el diseño lo asimilamos a la diferenciación y la competitividad. Y esto lo sabe muy bien Marisol García, gerente de la empresa Tagar que acaba de llegar de Milán de presentar una nueva colección de sillas llamada Dreams dirigida a los niños de infantil y que aún, como bien explica García “infancia+ ecología+ respeto”. Espacios originales y divertidos donde los más pequeños puedan desarrollar su creatividad al mismo tiempo que aprenden a respetar a sus semejantes y a la naturaleza.

Así, mesas que simulan aviones, clases que se convierten en puzzles o pupitres que son torres de castillos o árboles es la nueva propuesta de esta empresa alcarreña que este año cumple 50 años en el mercado y que lleva más de ocho “apostando por el diseño

como estrategia de empresa, hemos apostado por la pequeña del I+D+i”, asegura la gerente de Tagar, pues ve en este diseño una apuesta por la diferenciación, tanto a nivel nacional como internacional. Todo, teniendo en cuenta “las necesidades de los clientes y

**España tiene que competir en diseño y calidad, no en precios con los países asiáticos**

las normativas vigentes en cada país”, explica García, todo, para hacerse un hueco en un mercado cada vez más competitivo y donde los productos provenientes de Asia son cada vez más baratos y hay que competir con ellos con calidad y diseños nuevos.

En esta ocasión la colección dreams ha sido creada por Aitor García de Vicuña,

prestigioso diseñador con el que ya han trabajado en otras ocasiones y que “con sus propuestas luego re-entramos hasta que llegamos al diseño final”, comenta García, quien añade “para esta ocasión hemos contado con la colaboración de psicólogos, niños, profesores y padres”, todo para llegar a un mobiliario que satisficiera a todos.

Ante las novedades de esta nueva colección Marisol García no duda cuando explica que “ahora hay animales, ecología, porque hay árboles. Un montón de conceptos que ayudan a los profesores con la pedagogía”.

Una colección que tendrá su principal cliente en guarderías, ludotecas, incluso cualquier área destinado a los más pequeños.

Un mobiliario que tiene muy buena acogida en el exterior “este año cerraremos nuestras exportaciones en torno a un 13-15%, sobre

todo a Europa y Oriente medio” explica la gerente de la empresa, aunque reconoce que el mercado español sigue siendo muy importante. Pero siempre “aportando algo nuevo al usuario final” a lo que sigue diciendo “nos tenemos que diferenciar en calidad y diseño, porque como entramos en una guerra de precios, España no tiene mucho que hacer con los productos que vienen de Asia”, argumentaba.

Un mundo en continuo movimiento y, recién presentada la colección dreams ya están empezando a trabajar en la siguiente que quieren tener terminada a final de año “es un proyecto” empieza diciendo Marisol García, “que hemos llamado 5 by 5, porque celebramos nuestro 50 aniversario y hemos contratado a cinco diseñadores de prestigio nacional e internacional que nos van hacer un diseño, cada uno, de cada una de las décadas de industrias Tagar”. Diseño e innovación para que los clientes sigan viendo que siguen pensando en ellos y en su comodidad diaria.

**Diseño y marketing**

Otra que conoce muy bien el mundo del diseño, tras 20 años en el negocio, es Laura Domínguez, con su empresa Lauradom, que en 2009 fue reconocida con la Medalla al Mérito en el Diseño del Centro de Diseño de Castilla-La Mancha, premiando así la creatividad que utiliza en sus campañas.

Por eso no duda cuando dice que ahora la publicidad y el marketing “es una inversión” de la que se ven los resultados a corto plazo, por lo que, siempre es

### LA PALABRA

Diseño se define como el proceso previo de configuración mental, “pre-figuración”, en la búsqueda de una solución en cualquier campo. Además de representar, gráficamente, un futuro proyecto

### EL DATO

La innovación y reinención es una apuesta de muchas empresas para seguir vivos en un mercado cada día más competitivo y donde la calidad del producto o servicio se empieza a valorar más que la cantidad

### ACTUACIÓN

La inversión en investigación y diseño está aumentando en las empresas que vuelven a retornar la inversión a su imagen de marca que dejaron apartada en la época de bonanza, pues no lo veían necesario

### EL DATO

Para innovar hay que tener tiempo, para ello es muy importante “pararse y pensar”. Saber lo que se quiere hacer, a dónde se quiere llegar y así se podrán optimizar las herramientas que tenemos a nuestro alcance para hacer las cosas que nos satisfagan y sean nuestro objetivo