

# Diseño + Creatividad = Valor



**Design + Creativity = Value**  
**Desenho + Criatividade = Valor**

“En un mundo con una oferta tan diversificada, el diseño es una herramienta fundamental para quien quiera destacarse”, es lo que creen en CUOMA, un joven estudio de diseño en Buenos Aires, que atiende a grandes y pequeñas empresas locales y extranjeras.

#### ¿Qué hace CUOMA?

Trabajamos para agregar valor a las marcas a través del diseño y la creatividad. En medios tan diversos como los actuales, la marca debe “hablar” en todos los idiomas: Internet, TV, diarios, revistas, blogs, en la calle y hasta en las instalaciones de la empresa; y debe transmitir un mensaje claro, contundente y oportuno.

#### ¿En qué se diferencian de otros estudios de diseño?

La calidad del diseño es fundamental, buscamos sobresalir en eso principalmente. Sin embargo tenemos un condimento que nos distingue de muchos estudios y es el perfil

comercial. Quienes conducimos la empresa, nos hemos formado en ámbitos relacionados no sólo con el diseño y la publicidad, sino también con el marketing y las empresas de servicios. Es bueno para un cliente, escuchar que del otro lado hablan el mismo idioma.

#### ¿Y las empresas invierten en diseño?

Algunas tienen claro que una parte de la inversión publicitaria la deben destinar al contenido del anuncio. Invertir sólo en el medio publicitario es un error muy grave porque se puede transformar en una publicidad en contra.

#### ¿Con qué tipo de cuentas trabajan?

Con cualquiera que valore lo que hacemos y crea que lo podemos ayudar. Para YAHOO! US Hispanics y YAHOO! México, trabajamos desde hace más de un año y hemos realizado cientos de campañas on line, web sites, micrositos, avisos impresos para diarios y gráfica para eventos.

Algo similar nos pasó con Noblex, Atma y Sanyo, empezamos con la web y de a poco fuimos recibiendo pedidos para otros formatos.

#### ¿Cuál sería el proyecto ideal para ustedes?

Cada proyecto es distinto porque se aprenden y se prueban cosas nuevas permanentemente. Si tuviera que elegir, creo que la creación de marca es el más movilizador. Una marca debe perdurar en el tiempo, adoptar una personalidad, llenarse de atributos, transmitir emociones... eso es un verdadero desafío.

#### ¿Y cuál es la marca que logra el éxito?

Las marcas que más beneficios emocionales le ofrezcan a sus clientes, serán las triunfadoras. Las que solo generen un producto “funcional” tarde o temprano perderán el mercado frente a quienes puedan comunicarse de verdad con sus clientes.

“In a world with such a diversified supply, design is a fundamental tool for those who want to stand out”, is what they believe at CUOMA, a young design Studio in Buenos Aires, which works with local and foreign, large and small companies.

#### What does CUOMA do?

We work to add value to brands through design and creativity. In such diverse media as exist today, the brand must “speak” every language: Internet, TV, newspapers, magazines, blogs, the street and even in the installations of the company; and it must transmit a clear, conclusive, and appropriate message.

#### What makes you different from the other design studios?

The quality of the design is fundamental and we mainly aim to stand out in that. However, we have something special that distinguishes us from many other studios and that

is our commercial profile. Those of us who run the company have been formed in areas related not only to design and publicity, but also to marketing and the service industry. It is good for a client to hear that the other speaks the same language.

#### And do companies invest in design?

Some know that part of the advertising investment must be destined to the content of the ad. To invest only in the advertising media is a very grave mistake because it can become counterproductive.

#### What type of accounts do you work with?

With any who value what we do and believe that we can help. We have been working for YAHOO! US Hispanics and YAHOO! México for a year and we have done hundreds of campaigns on line, web sites, micro sites, print ads for newspapers and graphic for events.

Something similar happened with Noblex, Atma and Sanyo, we started with the web and little by little we began to receive orders for other formats.

#### What would the ideal project be for you?

Each project is different because one is permanently learning and trying new things. If I had to choose, I think that the creation of a brand is the most moving. A brand must last over time, adopt a personality, be filled with attributes, transmit emotions... that is the true challenge.

#### And what brand becomes successful?

The brands that offer their clients the most emotional benefits are those that will triumph. Those that only generate a “functional” product sooner or later will lose the market to those who can truly communicate with their clients.



é nosso perfil comercial. As pessoas que dirigimos a empresa fomos formadas não somente em desenho e publicidade mas também em marketing e serviços. Para o cliente é bom saber que do outro lado falamos o mesmo idioma.

#### As empresas investem em desenho?

Algumas empresas sabem que parte do investimento em publicidade deve ser destinado ao conteúdo do anúncio. Investir somente no meio publicitário é um erro muito grave porque pode tornar-se uma publicidade contraproducente.

#### Com que tipo de contas trabalham?

Trabalhamos com qualquer empresa que valorize o que fazemos e acredite que podemos ajudá-los. Há mais de um ano que trabalhamos para YAHOO! US Hispanics e YAHOO! México e já realizamos centenas de campanhas on line, web sites, micrositos, publicidade impressa para jornais e pu-

blicidade gráfica para eventos. Algo similar aconteceu com a Noblex, Atma e Sanyo. Começamos com a web e aos poucos fomos recebendo pedidos para outros formatos.

#### Qual seria o projeto ideal para vocês?

Cada projeto é diferente porque com cada um aprendemos e experimentamos coisas novas, permanentemente. Se tivesse que escolher, acho que a criação da marca é o projeto mais mobilizador. Uma marca deve perdurar ao longo do tempo, adotar uma personalidade, possuir muitos atributos, transmitir emoções... isso é um verdadeiro desafio.

#### Qual é a marca que atinge o sucesso?

As marcas que oferecem mais benefícios emocionais a seus clientes, essas são as vencedoras. As que somente criam um produto “funcional”, cedo ou tarde irão perder o mercado para os que tenham uma comunicação real com seus clientes.