

# Llorens destaca la marca como principal activo de una empresa

► El consejero de Summa apuesta en Badalona por saber satisfacer al cliente

Barcelonès

MANUEL CABELLO  
BADALONA

«En un mundo lleno de referencias comerciales, de saturación de mensajes publicitarios y en el que el cliente cada vez es más exigente, la marca es el principal activo de una empresa», afirmó ayer Conrad Llorens, consejero delegado de Summa, consultoría de creación y gestión de marcas. Llorens participó en el desayuno económico que or-

ganiza mensualmente en Badalona la empresa Urbis en colaboración con EL PERIÓDICO.

«Sectores como el del automóvil, la banca y el textil tienen productos casi iguales; lo que les diferencia es la marca y lo que representa», aseguró el ponente. Antes, para inventar una marca hacía falta mucho tiempo y dinero; ahora, hay empresas que apenas invierten en publicidad -Zara- «pero innovan y cuestionan las reglas del mercado».

Llorens explicó que para crear una marca se ha tener una idea única, encontrar un buen logo y un estilo propio, sin olvidar satisfacer al cliente, ya que el consumidor prefiere pagar un poco más por un producto que le dé mayores garantías.≡



►► Conrad Llorens (izquierda) y Manuel Rodríguez, concejal de Promoción de la Ciudad, ayer en Badalona.