

“Vivimos un momento en el que lo complicado es diferenciar lo relevante de lo posible, y lo llamativo de lo verdaderamente transformador”

CuldeSac cumple 20 años como referente del diseño retail y es conocido como uno de los estudios más polifacéticos del panorama español

Pepe García

Founder & Creative Director

Lucía del Portillo

Lead Interior Designer

Borja Berna

Lead Architect Strategist

Miguel Cánovas

Global Development Lead

CuldeSac es un estudio creativo dedicado a impulsar marcas a través del diseño de sus espacios, productos y universo visual. Con un enfoque integral y humanizado, proyectan todas las interacciones entre sus clientes y los usuarios. Desde una metodología propia, ayudan a redefinir, estructurar e implementar experiencias retail transformadoras, relaciones inspiradoras y memorables, tanto en espacios como en productos. “La premisa siempre ha sido impactar y, tras 20 años de evolución, hemos logrado conformar un equipo de 40 especialistas multidisciplinares con mucho talento y capacidad para afrontar cada desafío con la misma osadía de siempre; preservando ese espíritu de innovación y esa intención de emocionar que nos caracteriza”, coinciden Pepe García, Founder & Creative Director; Lucía del Portillo, Lead Interior Designer; Borja Berna, Lead Architect Strategist; y Miguel Cánovas, Global Development Lead.

En un mundo en constante evolución hacia nuevos formatos, consumos y necesidades, ¿cuál es el reto del diseño y la creatividad en este momento?

Vivimos un momento en el que lo complicado es diferenciar lo relevante de lo posible, y lo llamativo de lo verdaderamente transformador. Este es uno de los principales retos del diseño actual: contar con la empatía y la capacidad para entender los mecanismos que mueven la transformación del negocio y saber definir con inteligencia y creatividad las premisas que condicionan su éxito o pros-

peridad. Saber cómo “agitar” la experiencia del consumidor resulta clave. Da igual la estética, el producto o si esa vivencia, esa agitación es a través de canales físicos o digitales. El desafío consiste en ver cómo ajustar la metodología para innovar, cómo conjugar la técnica, la estrategia y la creatividad a lo largo de toda la cadena de valor para ofrecer una vivencia experiencial fructífera. Se trata, en definitiva, de saber cómo traducir una personalidad de marca para elevar la relación de un consumidor con el espacio, con el producto o con su forma de consumirlo.

¿Qué evolución habéis notado, especialmente en el retail tradicional, a lo largo de estos 20 años de trayectoria?

Antes, las tiendas eran lugares donde se vendían productos. Ahora son espacios de encuentro aspiracional. La evolución del retail pasa por la “desmaterialización”. Los productos ya no se adquieren por la función o solución que aportan, sino por lo que creemos que significan: status, diferenciación, concienciación... Y dentro de esta nueva

“Nuestro objetivo es seguir liderando la transformación de negocio a través de la creatividad. Llevamos 20 años entendiendo esa necesidad”

dinámica, el retail debe adaptarse a la actividad que allí se produce, eliminando aquellos procesos con escasa transacción de valor entre la marca y el consumidor y, por lo tanto, prescindibles. Ya no se trata de un espacio en el que se vende o se aparca un producto y ya no importa qué cantidad de productos tienes. La relación fructífera pasa por generar interacciones inteligentes y memorables, por saber definir cuál es el recuerdo que queremos que la gente se lleve de esa marca.

Frente a estas nuevas dinámicas, ¿cuál es el aporte diferencial de CuldeSac para ayudar a los clientes y sus marcas?

Todo empieza por ejercitar la empatía para entender las verdaderas necesidades de cada desafío. Siempre aplicamos la misma metodología: empezamos desde cero, replanteando los axiomas y, a través de un proceso de validación de lo establecido, nos dedicamos a conceptualizar, implementar, escalar y aportar un enfoque diferente. Nunca damos nada por hecho, tratamos de entender la esencia de cada proyecto para reformularlo. Y para materializar todo este proceso, contamos con un equipo especializado en trabajar la parte más conceptual de las marcas y sus interacciones y también en acompañar la producción creativa y técnica de esas ideas. Tenemos una tracción diferente que nos permite controlar los proyectos de principio a fin y tener mucho volumen de producción y de desarrollo de proyectos a la vez. En el último año, por ejemplo, hemos hecho 70 proyectos en 12 países.

Cuando diseñáis espacios, ¿Cómo compatibilizáis proyectos de distinta naturaleza y escala?

A nosotros no nos condiciona la tipología, escala o sector del proyecto. Da igual trabajar para marcas retail como Bershka o Tous, generar espacios para B&B Hotels, edificios de oficinas con flexibilidad extrema o futuros experimentos habitacionales. Con cada uno de estos clientes, generamos los procesos y las sesiones de trabajo necesarias para entender los flujos de interacción y, así, aportar soluciones, optimizar plazos y rentabilidad. Somos capaces de generar conceptos globales y traducirlos a modelos escalables aplicando un enfoque de diseño, de arquitectura, de estrategia y de seguimiento técnico que trasciende la naturaleza de quien nos contrata. Y ese enfoque es lo que nos diferencia.



@ Daniel Dellepiane

Terminemos hablando de futuro, ¿cuál es el de CuldeSac?

CuldeSac es un espacio en constante ebullición y evolución. Para nosotros, el futuro debe ser una versión mejorada de nuestro presente. Y el presente nos encuentra apostando por más talento y optimizando procesos y técnicas para generar proyectos que destilen innovación y que también incorporen premisas más sostenibles. También nos encuentra trabajando activamente en la internacionalización, con nuevos proyectos en Latinoamérica, Asia y Oriente Medio y alcanzando una mayor interconexión entre los campos del retail, branding y producto para ofrecer mejores narrativas con las que los usuarios puedan identificarse.

Nuestro objetivo es seguir liderando la transformación de negocio a través de la creatividad. Llevamos 20 años entendiendo esa necesidad y nos apasiona seguir explorando nuevos territorios y soluciones que replanteen estas dinámicas y ayuden a complementarlas, ya sea para clientes centrados en ofrecer productos o servicios honestos del día a día, o para emprendedores que buscan liderar el cambio y la innovación. Queremos prepararnos y prepararlos para que se identifiquen con nuestra filosofía y modo de entender el mundo.



www.culdesac.es



@ Daniel Dellepiane