



Fotografia: Mateo Teperino

por Valeria Tanco

Excelencia en valor agregado

Son los pioneros del diseño de muebles contemporáneo en Uruguay. Son los adelantados que abrieron el mercado brasileño para exportar el diseño nacional a través de licencias. Son los referentes de un sector que crece con cautela, paso a paso. Ahora, uno de ellos preside la Cámara de Diseño de Uruguay, de la que el estudio es fundador. **Forestal** entrevista a Agustín Menini, la mitad del reconocido binomio Menini Nicola.

Todo empezó con el último ejercicio de la carrera de Diseño Industrial del Centro de Diseño Industrial (hoy Escuela Universitaria Centro de Diseño), que consistía en una práctica profesional direccionada hacia una temática. Por suerte para el sector del diseño de mobiliario uruguayo, en el año 2002 el tema fueron las maderas reforestadas estacionales. Por suerte dentro de la desgracia, la gran crisis que se vivía en el país había impulsado a un grupo de carpinterías de la localidad de Cardona a buscar un apoyo del gobierno alemán para una consultoría. Gracias a ella, el grupo de Cardona

llegó a la conclusión de que necesitaban diseño. Por suerte, los estudiantes que fueron desde el Centro de Diseño Industrial a hacer la práctica allí, yendo y viniendo de Montevideo, fueron Agustín Menini, Carlo Nicola y Pedro Santoro.

Dentro de una experiencia que fue muy rica, Menini destaca tres aspectos que comprendieron gracias a ella. Primero, qué son las maderas reforestadas. “En aquel momento estaba la discusión de la absorción de agua por parte de los eucaliptos. Había mucho desconocimiento”, señala

Menini, quien en ese momento comprendió que la producción basada en la reforestación no puede darse el lujo de secar campos. El segundo punto fue comprender de qué se trataba el trabajo de carpintería. “Entendimos que era inestable, en

se le puede dar a la madera es el mueble. Menini dice que es “mundialmente reconocido. El valor del pie cúbico en madera en mueble es, no sé, 500 veces superior a la madera aserrada. Estás vendiendo un producto que tiene un montón de transformaciones”.

DE HOBBY A MODO DE VIDA

En ese momento de crisis económica, Menini y Nicola empezaron su etapa laboral en lo que encontraron. “Pero siempre teníamos el tema del mueble como *hobby*”, aclara Menini y agrega: “Con Carlo conocimos a un carpintero, Andrés Parravicini, y nos juntábamos una vez por semana a diseñar”. Como norte o excusa, tomaron los concursos de muebles. En particular, el concurso Salão Design, que está dentro de la feria de muebles Movelsul Brasil. La feria bianual es una de las más importantes de Latinoamérica, y se realiza a 120 kilómetros de Porto Alegre en Bento Gonçalves, un “pueblo mueblero” (tiene aproximadamente 300 fábricas de muebles, entre ellas Todeschini y Bertolini). El concurso Salão Design se organiza en dos fases, primero se presenta el proyecto de diseño y, si es seleccionado, se envía el prototipo que se exhibe en el salón del concurso y es evaluado por un jurado que determina los ganadores. A la primera fase

“Somos jóvenes, somos una empresa chica, pero creo que la seriedad hay que cultivarla y se transmite. También hemos intentado ser muy autocríticos frente a nuestros colegas. Hoy podemos decir que crecimos y estamos en un momento increíble”. Agustín Menini, Menini Nicola

ese momento no existía la preocupación actual de las forestales nacionales de que el mercado interno tenga sus materiales”, recuerda el empresario. Finalmente, los estudiantes avanzados comprendieron que el mayor valor agregado que



Fotografía: Pablo Guidali

Los socios Carlo Nicola y Agustín Menini se conocieron cuando cursaban la carrera de Diseño Industrial.

se presentan 800, 900 proyectos y a la segunda clasifica apenas un 10%. Todas las veces en que han participado, Menini y Nicola clasificaron a la segunda etapa, pero las primeras dos veces, en 2004 y 2006 no lograron llegar con los prototipos para la evaluación del jurado. La tercera fue la vencida. En 2008, los diseñadores llevaron sus dos prototipos clasificados en su automóvil particular. Y ambos recibieron menciones del jurado. Menini agrega que “cuando llegamos al salón del concurso, la puesta en escena era súper importante, y había unos ploteos de los premiados enormes, como de tres metros de alto, entre los que estaban nuestros muebles. Entonces sentimos que nos teníamos que dedicar a eso. Y ahí nace el estudio Menini Nicola”.

EL PRIMER DIFERENCIAL

Uno de los rasgos característicos que hizo que su silla Guga y su puff El Chato de madera laminada curvada recibieran menciones en Salón Design 2008, era la utilización para su fabricación del tablero de *finger joint*, que no se veía en aquella época en el mobiliario. Menini y Nicola eligieron este tablero porque era un material nacional, que no dependía de las importaciones. De todas maneras, hubo aprendizajes en el camino.

EN MATERIA DE OFERTA

Desde su época de estudiantes, Menini y Nicola se decantan por la materia prima nacional. Cuando comenzaron en 2002, Menini reconoce que el mercado interno estaba verde: “El material de buena calidad local se exportaba casi en un 100%. Hoy hay marcas locales que ofrecen material de muy buena calidad al mercado interno. Antes, la certificación FSC era una especie de lujo. Ahora la mayoría de las forestales grandes nacionales la utilizan y la gente la conoce y hasta la pide. En aquel entonces era como tantear un poco en la oscuridad. Y, en cierta medida, aprendés mucho más de esa manera”. De utilizar casi exclusivamente el tablero *finger joint*, el estudio pasó a manejarse con una suerte de cartera de proveedores. Menini enumera: “Compramos en barracas los tableros *finger joint* de Urufor. En madera maciza, tratamos de ser imparciales en la búsqueda, según lo que necesitamos. Estamos trabajando con un carpintero y arquitecto, Alejandro Rodríguez, que fabrica láminas de madera increíbles. Nos interesa incursionar en materiales con un mayor valor agregado, porque es construcción de marca. Trabajamos con varias carpinterías, tapicerías, proveedores de tela, lustradores de madera. El hanex, que es un plástico tipo acrílico similar al corian, lo adquirimos de Zona M. Ellos son transformadores de hanex que importan de Corea del Sur”.

Obtenga el mejor precio del mercado por su monte de eucalipto.

Nuestros contratos de abastecimiento con los principales mercados e industrias nos permiten ofrecerle las mejores condiciones.



Rincón 477 of. 801 Montevideo. Tel: 2916 1475
grupoforestal@grupoforestal.com.uy

Hubo momentos en que no había tableros en el mercado. “Y te preguntás, ¿por qué no hay tableros, que es una cosa hiperestable y se debe vender mucho? Lo primero es que no se vendía mucho. No era un material tan aceptado como nosotros pensábamos, no veían esas bondades que nosotros sí”, dice Menini. Hace un tiempo, los socios visitaron la planta de Urufor y terminaron de comprender el proceso y por qué a veces faltaba el material: “Las ganancias, dejando de lado que los márgenes son muy chicos siempre, están en la madera maciza, por lo que el tablero se termina conformando con desechos del aserrío. Ese valor agregado que tiene la conformación de un tablero a veces es un poquito más complejo y se prefiere chipear y vender chips porque es más sencillo. No le podés pedir a una empresa ‘producí más tableros’. Esa es la situación. Terminamos de entender un poco también cuál era la realidad y hasta dónde poder ‘tirar de la piolita’ a la hora de desarrollar producto. Eso también está bueno”, afirma Menini.

FALA PORTUNHOL

Mientras comenzaba a hacerse un lugar en el mercado local, en 2010, el estudio Menini Nicola

volvió a presentarse en el Salão Design. Pero el objetivo era otro: vender sus diseños al mercado brasileño en la feria. Para ello, se prepararon con la ayuda de la Agencia Nacional de Investigación e Innovación (ANII), con un proyecto de internacionalización de la marca. “Eso implicó una especie de planificación anual muy intensa y fuimos a la feria con 15 líneas ya diseñadas, una locura”. La “locura” rindió frutos: en 2011 se cierran las negociaciones y en 2012 se confirma la primera licencia propia que vende el estudio a la empresa Oppa, un *e-commerce* (oppa.com.br) que tiene un lugar importante en el mercado brasileño.

Esa primera línea de mobiliario se llama “Línea celeste”, y consta de siete productos. Según Menini, “la crisis hizo que la diferenciación fuera un factor importante, por eso el diseño uruguayo pasó a ser una opción distinta. Nosotros enfatizamos a través de ‘uruguayismos’ en los nombres de las líneas, la última para Opa se llama ‘Portunhol’, algo que a ellos les sirve a los fines del marketing”. A tan solo cuatro años de esos primeros diseños vendidos a Oppa en 2012, Menini Nicola tiene 40 productos licenciados en Brasil a distintas empresas. A mediados de este 2016, el estudio llegó a las 10.000 unidades de productos vendidos en Brasil. Los *royalties* correspondientes hacen

Gentileza: Menini Nicola



En el mercado local, la cartera de Menini Nicola se compone de alrededor de 20 muebles, que el estudio va cambiando, depurando y modificando cada tanto.



Gentileza: Menini Nicola

que esta exportación de servicios represente hoy entre el 20% y el 25% de la facturación anual del estudio.

Menini adjudica el crecimiento sólido y constante de su relación comercial con Brasil a que “intentamos hacer las cosas muy bien desde un principio. Creo que tuvimos suerte también. Supimos hablar con la gente adecuada. Y las cosas fueron madurando. No fue explosivo, no fue que

“Debemos decirle a Brasil ‘no soy un paracaidista, estoy contigo cuando la cosa está mal’, y por eso este año participamos por primera vez con un *stand* bastante grande en la feria High Design de San Pablo”.

Agustín Menini, Menini Nicola

vendimos todo a cualquiera, somos de procesos muy ordenados. Entendimos algunas reglas que tienen que ver con la ética del laburo allá. Cuidamos al fabricante e intentamos generar relaciones a largo plazo. Siempre hay un seguimiento,

NOS INTERESA CRECER, PERO MÁS NOS INTERESA QUE ELLOS CREZCAN

En Weyerhaeuser Productos S.A. apuntamos al desarrollo de las comunidades donde operamos apoyando planes educativos como el Programa Lecciones de la Tierra.



Weyerhaeuser



LUMIN

WEYERHAEUSER

Gentileza: Menini Nicola



El aparador Bloco es un ejemplo de la utilización de tablero *finger joint* en los diseños de Menini Nicola.

y también tratamos de no tirarles un fierro caliente, de entregarles productos que se puedan fabricar. Hemos basado nuestra relación con Brasil principalmente en fortalecer las relaciones personales. No sé si es la mejor estrategia, pero para nosotros ha funcionado bien”.

Para Menini Nicola, ellos tienen un lugar en el mercado nacional que es de nicho, por lo que su crecimiento pasa por vender más diseño a nuevos mercados internacionales y por realizar proyectos integrales para clientes locales, como hicieron con el equipamiento de la plaza de comidas del Mercado Agrícola de Montevideo

CRIOLLO DE ALTA GAMA

Cuando se enteraron de que la “Línea Celeste” se estaba vendiendo bien en la web de Oppa, Menini dice que “fue una satisfacción muy grande. Porque el que diga que sabe de qué depende el éxito de un mueble, miente. Por más que se haga un estudio de mercado”.

Aunque el gusto de los consumidores sea difícil de decodificar, en Menini Nicola se trabaja el tema de las tendencias y su comprensión. Según el director, lo primero es que la moda europea llega tres años después a Uruguay. Y agrega que a la gente le gusta consumir la novedad: “En Brasil, por ejemplo, se trabaja mucho con los muebles en las telenovelas exitosas, se utilizan en los decorados y la gente los compra ‘como demente’. Es increíble. Los comportamientos del mercado son muy extraños”.

Más allá de que hay una diferencia de tamaño enorme, que trae varias diferencias asociadas, Menini considera que la distinción principal entre los mercados de consumidores brasileño y uruguayo es que el primero es maduro y el segundo no: “Hay una inmadurez del mercado uruguayo. La gente que tiene poder adquisitivo no invierte en muebles. En Brasil sí, buscan la exclusividad. No puedo esperar que el público aprenda en cinco años. Van a pasar 30, 40 años, porque de eso se trata la madurez”.

Desde el punto de vista del sector de producción de muebles, Uruguay es un país caro. La materia prima no es barata, sin embargo, Menini aclara que el costo principal del producto es “el impacto que tiene la mano de obra. A mí no me parece mal que sea cara, me gusta que ganen bien. Nosotros como cámara [Menini preside la Cámara de Diseño de Uruguay] tratamos de defender pagar lo justo, ni de menos ni de más”.



PONSSE



El mejor amigo de los forestales
www.ponsse.com

**NUEVA TECNOLOGÍA
MAYOR PRODUCTIVIDAD
CON EL MISMO
RESPALDO DE SIEMPRE**

Ponsse Uruguay
Calle Montecaseros 785 C.P. 60000
Paysandú - Uruguay
Tfno. + 598 4724 - 3600

El nicho de mercado de Menini Nicola en Uruguay es muy específico, pero eso no les preocupa ya que las estrategias de crecimiento de la empresa pasan por vender diseño internacionalmente y por realizar proyectos integrales de equipamiento para clientes locales.

“La sostenibilidad es como una especie de tatuaje que tenemos. Porque la plata no sobra nunca, no solo cuando hay crisis”.

Agustín Menini, Menini Nicola

“Es difícil vender en Uruguay, pero nosotros vemos una posibilidad de venta de los productos fabricados acá, en la muy alta gama, que depende de la marca que viene atrás. Si Menini Nicola se transforma en un estudio muy reconocido internacionalmente, a la gente no le importa dónde se fabrica, porque el costo de fabricación no condiciona el precio de venta. Cuando uno empieza a trascender a ese tipo de mercado, los precios poco tienen que ver con la fabricación. Eso puede pasar. Pero requiere especialización, cuidado, trazabilidad de los materiales. Creo que eso se puede hacer, pero cuanto más te metés en eso, menos diseños. Y hoy el valor es el diseño”, explica Menini.

COMPETENCIA Y COLABORACIÓN

Al principio, el estudio Menini Nicola era un “bicho raro” en un mercado pequeño como el uruguayo. Menini explica: “Cuando nos autodenominamos diseñadores de muebles fue un riesgo porque no había otros. Obviamente porque no da plata [risas]”. Pero con los años empezaron a aparecer otros, y los socios se dieron cuenta de que producían “un impacto en muchos diseñadores que estaban empezando a hacer muebles. Básicamente, el impacto quiere decir que se parecían mucho”. Menini confiesa que tuvieron que aceptar el hecho de que eran referentes y obligarse a ir más allá: “Ahora estamos tratando de transitar otro camino que es combinar la madera con otros materiales. Acero, corian, caño, productos de tapicería. Nuestra formación en diseño industrial nos lo permite. Eso ayuda mucho porque el mueble empieza a tener un diferencial”. Además de los materiales, el estudio está en la búsqueda de un discurso más atrevido, influenciado, por ejemplo, por el modernismo brasileño. Su relación estrecha con el país vecino empieza a aparecer en sus creaciones.

Los otros no solo son competencia para la dupla diseñadora. “Hemos entendido el trabajo asociativo como natural”. Tan es así, que cuando en 2009 surge la idea de crear la Cámara de Diseño de Uruguay, “a pesar de que no teníamos un peso, abrimos la empresa legalmente para poder ser uno de los 20 socios fundadores de la cámara”. La cámara tiene alrededor de 260 socios en total y trabaja en grupos



Fotografía: Rodrigo Delazzeri

El estudio está en el camino de combinar la madera con otros materiales. En el caso de la Poltrona 101, con caño y tapicería.



Fotografía: Ruth Ward

Equipo uruguayo en la feria Desing Junction londinense, una de las más importantes plataformas de diseño del mundo.

según sectores. Menini Nicola forma parte de la Mesa de Producto, específicamente en la submesa Diseño Mobiliario, en la que hay 15 integrantes activos. Menini es el actual presidente de la cámara, aunque él dice que igualmente podría haber sido su socio Nicola, porque participar intensamente en esta organización es una decisión empresarial del estudio: “Si queremos potenciar el sector, lo cual obviamente nos beneficia, hay que meterse”. El presidente señala que hay mucha gente trabajando en la cámara, pero que si no hubiera sido por el apoyo directo monetario que se dio a los conglomerados desde la Oficina de Planeamiento y Presupuesto (OPP), la cámara no habría existido. “Fue una especie de oportunidad que se ganó. Creo que hay un tema generacional ahí, es una ‘ley’ que viene de la época de 2002, cuando las oportunidades no abundaban. Hay mucha gente en el sector diseño que está con ese espíritu de no derrochar. No sobran buenos proveedores, ni buenas oportunidades. Y eso hemos intentado como estudio. Somos un país chico, cuando salimos somos embajadores”. ●

DESEMBARCO EUROPEO

Con su relación comercial con Brasil viento en popa, los socios Menini y Nicola empiezan a mirar otros destinos internacionales. Se manejó Perú y Paraguay, pero finalmente se optó por Europa, porque si lograban entrar allí consideraban que igual iba a permear hacia la región. El estudio presentó un proyecto, que sabían iba a integrar a otras empresas, al instituto Uruguay XXI para viajar a tres ferias europeas. Les aceptaron probar con una feria. Así fue que seis empresas de diseño uruguayas, que de casualidad son socias de la Cámara de Diseño de Uruguay, participaron con un *stand* Uruguay en la feria Design Junction de Londres, una de las más importantes del mundo. Menini dice que fueron a “descubrir, a hacer una especie de tanteo”. Ya se está trabajando para el año que viene repetir la experiencia y agregar más actividades a la agenda.