



## NeoCon 2010, Chicago 14-16 junio

2010-06-23

La semana pasada, del 14 al 16 de junio, se celebró la cuadragésima primera edición de la feria **NeoCon** (The National Exposition of Contract Furnishings) en Chicago, siendo el lugar de celebración "The Merchandise Mart", un edificio emblemático de Chicago, que durante años fue el mayor edificio comercial en los Estados Unidos de América, y que alberga showrooms permanentes de muchas de las firmas presentes en la feria.



Merchandise\_Mart

La NeoCom, es la cita más importante del año, entre fabricantes, diseñadores, decoradores, arquitectos y otros agentes interesados en la industria del diseño.

En esta ocasión, exhibieron sus productos, y dieron a conocer sus novedades, más de 700 firmas e hicieron acto de presencia más de 40.000 profesionales, según datos de la organización.

La NeoCon no es sólo una feria donde exhibir y ver las nuevas tendencias, también es ofrece un amplio abanico de seminarios formativos, que posiblemente sea uno de sus mayores atractivos. 150 seminarios, que sirven para que los diseñadores de interiores, asociados a la IIDA (International Interior Designers Association) puedan obtener los créditos CEU (Continuing Education Credits) necesarios para el mantenimiento de su licencias.

La presencia de empresas españolas, fue muy pequeña, y la mayoría de ellas – ocho – se englobaron dentro del stand institucional de "Tiles of Spain", donde se impartía un pequeño seminario mostrando las últimas tendencias y apuestas de las empresas representadas y decorado con los productos de ellas: Roca, Decorativa, Porcelanosa, Ceracasa, Azteca, Cerámicas Alcalaten, Cerámicas Elías; Keraben, Natucer y el Barco. A parte dos firmas de capital español y con presencia en el país, se exhibían independientemente: Riviera y Andreu World America.

Una de las secciones estaba dedicada a la feria Buildex, donde se citaban contratistas, suministradores de materiales de construcción, seguridad, domótica y energía doméstica.

Los showrooms y pasillos mostraban gran ir y venir de gentes, estando las salas de reuniones, disponibles en cada uno de los showroom, ocupadas la mayoría del tiempo.

De la oferta de seminarios, me decidí a asistir a tres que me resultaron de gran interés, y de los que paso a darles un pequeña reseña. Igual que en el resto, como algunos asistentes me contaron, la afluencia de oyentes a los seminarios fue muy alta. Y eso que algunos,



empezaban a las ocho de la mañana.

El primero de los keynotes fue el de [Marjora Carter](#), sobre su labor de reconversión del Bronx en un vecindario medioambientalmente sostenible; las ventajas sociales y económicas que lleva parejas para el vecindario y la ciudad: como por ejemplo la creación de empleo, y la disminución de la criminalidad y del gasto sanitario, al mejorar las condiciones medioambientales de los vecinos.

[Roger Martin](#) hizo una ponencia sobre como el pensamiento creativo será la próxima ventaja competitiva (Why design thinking is the next competitive advantage). En su exposición, Martin, abogó por aquellas empresas que sean capaces de encontrar el punto de equilibrio entre lo que denominó pensamiento analítico (Analytical Thinking) y pensamiento intuitivo (Intuitive Thinking); o lo que es lo mismo, entre una aproximación deductiva, frente a una inductiva. El pensamiento deductivo, la lógica, es el principal método de decisión que siguen las empresas hoy en día; lo cual es un freno a la innovación, que es de donde nacen las ventajas competitivas futuras. La lógica es un freno, porque como dice Roger, no hay ninguna forma lógica posible de saber si una nueva idea es buena o mala antes de llevarse a cabo.

Al último seminario que asistí, fue al impartido por el arquitecto [Michael Graves](#), quien en un ameno discurso, contó como su obra refleja sus experiencias vitales, toda una oda a mantener los ojos y la mente abiertos a lo que vemos y nos rodea, y a escoger las mejores experiencias para dar forma a las nuestras.

En conclusión, la NeoCon de Chicago, es una cita ineludible para aquellos interesados en conocer las últimas tendencias creativas; y una buena sonda para tomarle el pulso a la industria del diseño y decoración en los Estados Unidos de América.

**Vicente Basabe**

[vicente.basabe@bridgedworld.com](mailto:vicente.basabe@bridgedworld.com)