

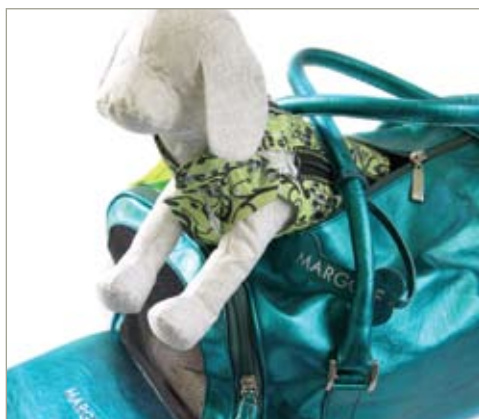
EL ÚLTIMO GUAU DE LA MODA

Gracias a que el mundo está lleno de excentricidades, los animales domésticos se convirtieron en un nuevo blanco para el diseño de autor. El 29 de abril, para celebrar su día: sofisticación, glamour y tres estilos diferentes. ¡Adiós a la vida de perros!

TEXTO Y FOTOS: VICTORIA GRADÍN



1. // MARGOFF



Marian Goluboff

Hace seis años dejó la práctica veterinaria para dedicarse al diseño de indumentaria para mascotas. "Las mascotas tienen un papel muy importante en la vida de sus dueños –explica–. Lo que hace feliz a los perros hace feliz a los dueños".

Su experiencia profesional le permite tener en cuenta las particularidades de cada raza y otros factores importantes, como movimientos, actitudes y hábitos. Participa de importantes ferias internacionales ("Pet Fashion Week", de NY) y tiene clientes de la talla de Paris Hilton, Britney Spears, Hillary Duff y otras celebridades del ámbito local.

Alta costura

En su colección de ropa de alta costura, hay artículos para el día, la noche, de look informal, de lujo, de verano o de invierno, que abarca desde sweaters hasta trajes de novia. Usa materiales de primera calidad: lanas, vinilos, panas, terciopelos, jeans, cueros y lycras. Toda una paquetería...



2. // PICNIC "KIDS & PETS"



Eugenia Troncoso y Coty Larguía

Productora y directora de arte respectivamente, se unieron bajo la consigna de crear objetos para "un entorno feliz" a pura estampa, impregnando de dibujos y colores todo tipo de cosas: ropa de cama, lámparas, empapelados, vajilla, almohadones y, desde el año pasado, también el mundo de los niños y las mascotas.

Picnic arrancó en 2006 y se presentó por primera vez en la tienda Malba. Hoy sigue creciendo y propone reinventar los espacios a través de sus piezas impresas con formas geométricas súper contrastadas, detallistas y de líneas netas. Inspiradas en sus viajes y en los lugares que de alguna manera las movilizaron, Eugenia y Coty diseñan artículos que traen algo de cada ciudad donde estuvieron.

Chic palermitano

Sus estampados son de carácter lúdico y llevan un ritmo *aggiornato* de los años 50 y 70. En cuanto a la línea de mascotas, ofrecen remeras, impermeables, pilotos y algunos accesorios como colchones y tazones. Utilizan telas muy suaves (gabardina y algodón), y todos sus productos son hechos a mano y totalmente manufacturados en la Argentina.

A pocos años de su fusión, esta dupla creativa logró adentrarse en un mercado poco explorado, que hoy permite a los perros lucir un estilo chic palermitano y "salir de picnic" con mucha alegría y onda.

3. // DÍAS PERROS



Romina López y Lucía Olivera

Aunque a no todos los amantes de los animales se les da por vestir a sus mascotas, es cierto que el mundo de los animales domésticos se va sofisticando y que la oferta para darles una dulce vida se va multiplicando. Las chicas de **Días Perros** forman parte de este fenómeno y aseguran que "no hay humor de perros que dure cien años" y que "no hay perro que por bien no venga".

Vanguardista y casual

Romina, diseñadora gráfica y web, y Lucía, fabricante mayorista de marroquinería, se unieron para diseñar ropa para mascotas. "Nos enfocamos en satisfacer las necesidades de quienes buscan ropa con onda o prendas de diseño para sus perros", afirma Romina.

Para ellas las mascotas son parte de la familia y, por lo tanto, consideran que hay que tratarlas como tales. No importa la raza o el tamaño, tienen un diseño para cada dueño que quiera agasajar a su perro.

Para esta colección 2010, proponen colores y estampas. "Nos inspiramos en lo que usaríamos nosotras, la idea fue jugar con colores y combinaciones que conformen tanto a clásicos como a modernos".

Hacen musculosas, chombas, impermeables para lluvia, camperas, remeras manga 3/4 y utilizan modal, vinilo, lycra, modal con lycra y algodón. Este año hay muchos colores vivos (fucsia, amarillo y verde) y también tonos pastel (rosa, celeste y amarillo).





Margoff

¿Dónde?: Showroom en Martínez (entrevista previa).
Precios: sweaters, desde \$85 - camperas, desde \$280 - sacos forrados desde \$300.

Contacto:
4718-3195
(15) 5101-0798
margoff@margoff.com
www.margoff.com

Promo lectores Tigris durante abril de 2010*.
*En efectivo, no incluye prendas únicas.

-20%



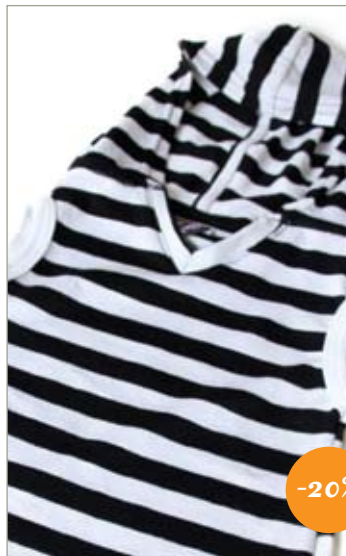
Picnic

¿Dónde?: Arévalo 1588, Capital Federal
Días y horarios: lunes a viernes de 10 a 19 y sábados de 11 a 19.
Precios: remeras de algodón, desde \$60 - Piloto inglés, desde \$160 - Campera impermeable, desde \$160 (dependiendo de los talles).

Contacto: 4772-4075
kids@picnicdecor.com
www.picnicdecor.com

Promo lectores Tigris durante abril de 2010*.
*En efectivo.

-20%



Días perros

Precios: remeras, desde \$28 - Chombas, desde \$30.

Contacto:
(15) 5524-0430
info@diasperros.com
www.diasperros.com

Promo lectores Tigris durante abril de 2010*.
*En efectivo.

-20%

CONSEJOS PARA EMPRENDEDORES

¿Cómo evitar que mis e-mails sean spam?

Una de las principales preocupaciones cuando realizamos un envío masivo es cómo hacer para que no nos detecten como *spam*. Existen múltiples factores que determinan que nuestro e-mail sea considerado así y también muchas maneras de evitarlo.

Por Francisco Salas, colaborador de INICIA y socio de Connecting

Si estamos por realizar una campaña de comunicación, si queremos difundir las novedades de nuestra marca, si pretendemos convocar a mucha gente para un evento, seguramente recurriremos al e-mail, ya que es la manera más rápida y eficaz de alcanzar con nuestro mensaje a un amplio número de personas. Pero si no tomamos los recaudos necesarios, podremos ser catalogados como *spam* y nuestros esfuerzos por comunicar, tirados al tacho. Lo más importante que tenemos que saber es que los filtros *antispam* funcionan como un sistema de *scoring* (puntaje): cuanto más puntos, más probabilidades de ser calificado *spam*.

PARA DISMINUIR LAS PROBABILIDADES DE QUE ESTO TE PASE:

1. Realizá tus envíos a **listas propias** de suscriptores, clientes o miembros, y no a listas de e-mails de procedencia desconocida.
2. Escribí el **asunto en "Forma de oración"** y no "TODO EN MAYÚSCULA".
3. Envió tu e-mail con el **texto en formato HTML**. Si tiene mayor proporción de texto que de imágenes, mejor.
4. Si querés enviar un archivo, **nunca** lo hagas como **adjunto**. Que el e-mail tenga un texto con un enlace para poder descargar el contenido que previamente se ha subido a un sitio web o de descarga automática.
5. Realizá tus envíos desde **servidores especializados**.

Cursos

- 31° Encuentro de Emprendedores, 14 de abril.
- Cómo elaborar un plan de negocios efectivo, 21 y 22 de abril.
- El ABC de la venta, 27 y 28 de abril.

-20%

PROMOVEMOS LA ACTITUD INNOVADORA. FACILITAMOS EL DESARROLLO PROFESIONAL. ESTABLECEMOS VÍNCULOS DE INTEGRACIÓN.

INICIA
EMPRENDEUR PARA EL FUTURO.

www.inicia.org.ar
info@inicia.org.ar