

facility magazine

Worktech, una mirada
al futuro del trabajo

**Una propuesta poco
convencional.**

Las nuevas oficinas de Indenor
en Santiago de Chile



#64

Diciembre 2013

hay algo mejor que
buscar el mobiliario que sus
oficinas necesitan:
elegirlo.



cada vez más corporaciones y
empresas diseñan sus nuevos
proyectos arquitectónicos
integrándolos totalmente con
su branding.

las desarrolladoras y los facility
managers necesitan que los
proveedores de mobiliario
exhiban los procesos auditados
y certificados necesarios para
tomarlos como estándar en
evaluaciones para proyectos
locales, regionales o globales.

en Giuliani tenemos desde hace
más de 65 años un criterio de
alto standing en los procesos,
el diseño y la calidad para cada
producto, con ese grado de
personalización que todo cliente
espera de un auténtico líder.

Giuliani
mobiliario corporativo

Pacífico & Caribe

Argentina
Brasil
Chile
Colombia
Costa Rica
Cuba
Ecuador
El Salvador
España
Francia
Guatemala
Honduras
México
Nicaragua
Paraguay
Perú
Puerto Rico
Uruguay
Venezuela

www.giuliani.com.ar

"Al trabajo no venimos a jugar"



Refutando mitos

contract
Espacios de Trabajo

Consultoría | Investigación | Diseño Conceptual | Proyecto Arquitectónico
Construcción | Logística de Mudanza | Change Management | Post Ocupación

ARGENTINA
Tucumán 117, Piso 7
Buenos Aires, T. (5411) 4516 0722
www.contract.com.ar

CHILE
Della Urrutia 1055, Providencia
Santiago, T. (562) 2051471
www.contract.cl

URUGUAY
L.A. de Herrera 1248/811, World Trade Center
Montevideo, T. (598) 2622 9291
www.contract.com.uy



contractworkplaces | contractnews | Contract Workplaces | PLANNET | www.planet-group.com

Director

Victor S. Feingold, Arquitecto
vfeingold@facilitymagazine.com.ar

Coordinación Editorial

Marisa Gisbert, Arquitecta
mgisbert@facilitymagazine.com.ar

Diseño

Estudio Enero
Romina Pavia y Marisa Rulli

Fotografía e ilustración

Producción FM

Corrección

Patricia Odriozola

Publicidad

publicidad@facilitymagazine.com.ar

Facility Magazine es una publicación de CONTRACT RENT S.A. Tucumán 117 - 7° piso Bs. As. Argentina. Telefax +54 (11) 4516-0722 prensa@facilitymagazine.com.ar - ISSN 1666-3446 Registro de la Propiedad Intelectual N° 961718. Todos los derechos reservados. Prohibida su reproducción total o parcial. Si bien los editores seleccionan el material presentado, las notas firmadas reflejan de cualquier manera la opinión de los autores sobre los temas tratados, por lo que su publicación no significa aceptación plena por parte de la revista de todo o parte de lo expuesto. La responsabilidad por el contenido de los avisos publicitarios corre por cuenta de los respectivos anunciantes.

prensa@facilitymagazine.com.ar
www.facilitymagazine.com.ar



f FMworkplaces

Foto de tapa

Giuseppe Bruccleri

editorial



18



28



34



40



46



52

Los seres humanos siempre hemos querido controlar el futuro o, al menos, predecir lo que va a suceder. Ya desde los comienzos de la humanidad, el adivino, el augur, el profeta, se concentraron en revelar el porvenir para reducir la inquietud que generaba ese futuro incierto.

Con el correr del tiempo, el desarrollo de la ciencia le dio otro marco a esta búsqueda de certidumbre. Promediando el siglo XVII, el modelo mecánico de la física newtoniana conformó una visión del mundo donde el porvenir ya no deparaba sorpresas. Sin embargo, a comienzos del siglo XX, la teoría de la relatividad, la física cuántica y la teoría del caos -entre muchas otras conquistas del conocimiento- generarían una revolución comparable a la copernicana, y la visión de un mundo predecible se esfumaría para siempre.

Hoy, en el siglo XXI, el acelerado avance de las tecnologías de la información y la comunicación, Internet, las redes sociales y la globalización, han añadido volatilidad, inestabilidad e incertidumbre al ámbito de todas las actividades humanas. El cambio ha devenido en regla y la estabilidad en excepción. El futuro se ha convertido en un conjunto de probabilidades donde las acciones estructuradas y previsibles ya no prosperarán.

El mundo del trabajo no es ajeno a esta realidad cambiante. Aunque hoy sabemos que el futuro es el resultado de situaciones desconocidas e imprevisibles que dependen de la conjunción de múltiples factores, aún podemos avanzar unos pasos hacia el porvenir, prever algunos resultados y diseñar acciones efectivas. No se trata de adivinar el futuro sino de comprender la dinámica de los procesos que nos trajeron hasta aquí para entender mejor nuestro espacio de acción y actuar en consecuencia.

Para prosperar en este contexto, el desafío de las empresas consistirá en estar preparadas a la hora de afrontar lo que vendrá generando modelos flexibles y estableciendo las condiciones necesarias para fomentar y desarrollar la creatividad y la innovación dentro de sus espacios de trabajo. Solo así sobrevivirán y serán capaces de adaptarse a un mundo en permanente transformación.

Victor Feingold

Arquitecto, Director FM & Workplaces

sumario

14
agenda

16
novedades

18
espacios
Para una nueva cultura del trabajo

26
worktech
Worktech, una mirada al futuro del trabajo

28
Philip Ross
Espacios de trabajo: cómo serán los edificios más innovadores

34
Harald Becker
Humanizando el trabajo: una mirada al futuro

40
V́ctor Feingold
Costos y beneficios de elegir una correcta estrategia de *workplace*

46
Gonzalo Castillo
Espacios de trabajo y diseño de experiencia

52
Greg Lindsay
Ingeniería de la serendipia

Alfombras modulares y
pisos vinílicos importados
en stock

El mantenimiento es la imagen de su empresa

¡En FMax somos expertos en mantenimiento de instalaciones!



Arquitectura y Diseño

Ampliaciones, reparaciones
localivas, mejoras en los espacios
comerciales, industriales
y de oficina.



Administración de Servicios Generales

Servicios generales en
espacios corporativos
y copropiedades: Aseo,
mensajería, copiado,
recepcionistas, seguridad
y archivística.

Mantenimiento

Mantenimiento Total
Integrado de sistemas
y equipos de edificios e
instalaciones.



Contáctenos:

Oficina Bogotá FMax
Dirección: Calle 99 N° 12 - 39
Teléfono: +571 795 6660

Oficina Medellín FMax
Dirección: Carrera 48 N° 25 AA sur - 70 of. 408
Complex Las Vegas, Envigado, Antioquia
Teléfono: +574 331 1356

info@fmax-col.com
www.fmax-col.com

fmax
¡Maximizamos
sus recursos!

URUGUAY
tel +598-99108415
ventas@intercover.com.uy



www.intercover.com.uy

ARGENTINA
Tel +5411 4342 3345
ventas@ayassafombella.com

www.ayassafombella.com



"UN DISEÑO SUPERIOR"
PARA SUS ESPACIOS ARQUITECTÓNICOS

LIVIANOS
RESISTENTES A LA HUMEDAD
AISLANTE TÉRMICO
ECONÓMICOS
DURABLES
SUSTENTABLES

HORPAC
CIELORRASOS TERMOACÚSTICOS

ALTA AISLACIÓN
TÉRMICA

ISO 9001

www.horn.com.ar

HORN Y CIA. SRL
y su Red de Distribuidores

desde 1954

MUDANZAS de OFICINAS
Y VIVIENDAS FAMILIARES

CENTROS DE COMPUTO

COMPUTADORAS PERSONALES

CAJAS DE HIERRO

TRASLADO Y ORGANIZACIÓN DE ARCHIVOS

MOVIMIENTOS DENTRO DEL MISMO EDIFICIO

TRASLADOS AL INTERIOR

DEPOSITOS PROPIOS

CONTROL SATELITAL DE VEHICULOS

TRANSPORTES ATLAS
EMPRESA LÍDER EN SERVICIOS INTERNACIONALES

Gerenciamiento de Mudanzas de Oficina
Facility Management

Una empresa líder en mudanzas seriamente comprometida con el cliente, capacitada para trasladar sus oficinas y viviendas familiares con total seguridad, confiabilidad y cuidado. Brindamos soporte técnico para la organización y prolija ejecución de los tareas, generando ingresos alternativos para cada caso particular. Ofrecemos un servicio eficiente que evita a nuestros clientes preocupaciones e incomodidades, permitiéndoles así que disfruten de su nuevo destino. Realizamos nuestros servicios con modernos camiones y personal altamente especializado y entrenado.

4363-0222
http://www.grupo-atlas.com.ar
E-MAIL: atlas@grupo-atlas.com.ar

Pedras 1666 - (1140) Ciudad Aut. de Buenos Aires

climatización

TOTALINE

Refrigeración

DETRAS MIO HAY UN SUPER EQUIPO

TOTALINE

Todo superhéroe tiene su guarida, su equipo de apoyo.
¡Nosotros somos el tuyo! En Totaline vas a encontrar todas las respuestas y la mejor atención personalizada.

TOTALINE
TODOS REPUESTOS ORIGINALES



LA PRIMERA CADENA DE REPUESTOS PARA LA INDUSTRIA DEL AIRE ACONDICIONADO, REFRIGERACIÓN, VENTILACIÓN Y CALEFACCIÓN.

Vedia 3616 • (C1430DAH) Ciudad de Buenos Aires / Argentina (5411) 4014-5000

WWW.TOTALINE.COM.AR

Real Estate en San Andrés

Programas Ejecutivos 2013

GDI - Gestión y Desarrollo de Negocios Inmobiliarios X Edición
Inicio: 14 de mayo | Duración: 162 horas

Gestión de Inmuebles e Instalaciones Corporativas IX Edición
Inicio: 26 de agosto | Duración: 28 horas

Sustentabilidad en Real Estate III Edición
Inicio: 21 de octubre | Duración: 32 horas

Dirección Académica: Ing. Carlos Bosio Maturana e Ing. Gustavo Llambias.

OLE
N-
+

CENTRO DE EDUCACIÓN EMPRESARIA
MIEMBRO DE UNICON, ALIANZA SUMAQ Y RED ENLACES

Contacto: Rosario Poggi (54-11) 3221-4053

Email: realestate@udesa.edu.ar

www.udesa.edu.ar/cee



UNIVERSIDAD CON AUTORIZACIÓN DEFINITIVA. DECRETO FDN 276/07



Torre Alrio 1

Ribera Desarrollos eligió a Dalkia para la puesta en marcha, operación y mantenimiento.

Dalkia es la empresa líder en Gestión Global de Edificios en Argentina. Por eso fue elegida por Ribera Desarrollos para la Operación y Mantenimiento de la Torre 1, perteneciente al desarrollo urbanístico de usos mixtos "Alrio" con una ubicación estratégica en Av. del Libertador y Gral Paz hacia el río en el partido de Vicente López y que fuera elegido como Proyecto del Año 2012 por la Asociación de Empresarios de la Vivienda (ALV). El proyecto prevé la construcción de 110.000 m2 de edificios de oficinas, 66.000 m2 de viviendas y un centro comercial con más de 200 marcas, polo gastronómico, 8900 cocheras y 13 salas de cine. Una muestra más de la garantía y trayectoria de más de 20 años que solo Dalkia puede ofrecer.

Cientes que confían diariamente en nosotros:

Banco BIC • Banco Itaú • Banco del Atlántico • Torre Panamericana Plaza • Torre 13ella • Polaris 26 • Edificio Roque Sáenz Peña 788 • Torre Catalinas Norte • Edificio República • Boulevard Plaza (La Nación) • Comagasi • Grupo Zurich • Citibank (ex Edificio Shell) • Renault Argentina • Accenture • BSA • Telefónica de Argentina • Movistar • Claro • Telcel • Norel • Instituto Argentino de Diagnóstico y Tratamiento • Sanatorio de Los Arcos (SMK) • Clínica y Maternidad Nuevo Argentina (SMK) • Sanatorio Agote (MMC) • Centro Médico San Juan • Fundación Havalon • Hospital Italiano • Hospital Interzonal de Fiebre • Hospital Ramón Castillo • Hospital Laboratorio • Hospital Gral. de Agudés (Dr. Rodolfo Álvarez) • Hospital María Curie • Techint • Torres River View • Torres Miraflores • UAI • Universidad Austral (UAF) • Tetra Pak • Torre Alrio • Clario • Nación • Puntos del Sur (RA (L. omnia 12))



División Facilities Management

Buenos Aires, Argentina Tel: +5411 4018 0100 Fax: +5411 4018 0100 www.dalkia.com.ar



DISEÑO
Y CONCEPTO

Hause
Möbel®

www.hause-mobel.com.ar  /hausemobeloficial

EQUIPAMIENTO PARA EMPRESAS Y OFICINAS

FABRICANTES

Administración / Fábrica:
Av. Fuerza Aérea 3992 - X5010JRY
Tel/Fax: (0361) 4654433 / 4661876
Córdoba.

Showroom Córdoba:
Sagrada Familia 1210 - X5009HJH
Tel/Fax: (0361) 4870077 / 46
ventas3@hause-mobel.com.ar

Oficina Comercial Buenos Aires:
Av. Corrientes 1125 - 4° DE A. - C1043AAL
Tel: (011) 4371304 / 43734073 / 15 3076 8147
buenosaires@hause-mobel.com.ar



FELICITAMOS A MONDELEZ INTERNATIONAL POR LAS NUEVAS OFICINAS

Le agradecemos por haber elegido
nuestros servicios de **Brokerage**,
Project Management y **Arquitectura**
para tan desafiante proyecto.

5555-1111
 HABLAMOS?

argentina@sa.cushmanwake.com
www.cushmanwakefield.com.ar

- BROKERS INMOBILIARIOS
- VALUACIONES - CONSULTORIA
- INVERSIONES EN REAL ESTATE
- FACILITY MANAGEMENT
- PROPERTY MANAGEMENT - ADMINISTRACIÓN
- PROJECT MANAGEMENT - ARQUITECTURA



DYE LAB

NUEVA LINEA DE ALFOMBRAS MODULARES

Colores derivados de la naturaleza creados mediante la reinterpretación de antiguas técnicas de teñido y lavado. Cada baldosa es única, los resultados son impredecibles. Cada color es un desafío.

- Medalla de oro en rubro alfombras modulares. Neuch 2012, Estados Unidos
- Certificación Credle to Credle Silver
- Fibra premium Lca solution U con 10% de contenido reciclado
- Contribuye a los puntos LEED
- Baldosas de 60,96 cm x 60,96 cm

shaw contract group

Arenales 1415 7° piso • C.A.B.A.
Tel.: 4815.1429 • 4814.0123
obras@laeuropea.com
www.laeuropea.com

División Obras
la europea

EASTON DESIGN

¿En qué estás pensando?

Creamos la oficina de tus sueños

Diseñamos mobiliario y espacios laborales que estimulan nuevas formas de relacionarse para generar dinámicas productivas que hacen más eficiente el trabajo en equipo, logrando mejorar la calidad de vida de las personas.

Soluciones notables • easton.cl

HAWORTH® cokaarmurea

agenda

Inscripción temprana a MeDIP



Hasta el 13 de diciembre se podrá aprovechar el beneficio de la inscripción temprana a la IV Edición Argentina del **Master en Dirección Integrada de Proyectos de Construcción (MeDIP)** que comenzará en abril de 2014. Esta ventaja permite acceder a una bonificación del 50% del valor de la matrícula. El curso está dirigido a aquellos profesionales y emprendedores pertenecientes al rubro de la arquitectura y la construcción que buscan capacitarse para dar un salto en su carrera. El MeDIP -perteneciente a la Escuela Técnica Superior de Arquitectura de la Universidad Politécnica de Madrid- es un posgrado que permite desarrollar una visión global del gerenciamiento de proyectos a través de conocimientos, metodologías de gestión y competencias directivas que otorgan una certificación internacional. El Master cuenta con más de 10 años de experiencia formando especialistas en Project Management tanto en España como en la Argentina, y se ha convertido en un referente dentro del mercado de habla hispana.

Más información:
www.medipargentina.com

MiaGreen 2014

MiaGreen Expo & Conference 2014, "la convención verde de las Américas", celebrará en el año 2013 su sexta edición. Combina las características de una gran feria comercial junto con un extenso y avanzado programa educacional. La próxima edición presentará temas relacionados con la construcción y la remodelación sostenibles, energías renovables -con énfasis en la solar-, tecnologías limpias, y operación y administración sostenibles, entre otras. La convención, de carácter comercial y educacional, tiene a Miami como sede permanente en tanto puerta de acceso a todas las Américas, y cuenta con el apoyo de un gran número de prestigiosas entidades y compañías. El evento incluye un salón de exhibición con miles de productos y servicios "verdes" y un extenso programa educacional con sesiones plenarias, conferencias magistrales y cursos acreditados impartidos por prestigiosos expertos nacionales e internacionales, junto con actividades de intercambio profesional. La cita es en el Miami Beach Convention Center, Florida, EE.UU., los días 27 y 28 de febrero de 2014.

Más información:
www.miagreen.com



Expo Lighting America 2014



Expo Lighting América es una exposición especializada en iluminación arquitectónica. Este evento internacional, desarrollado en México con expositores de diferentes partes del mundo, convocará a asistentes de todo el país y de Centro y Sudamérica. En él, los especialistas podrán encontrar las últimas tendencias en todos los aspectos que hacen a la iluminación.

El encuentro se desarrollará entre los días 26 y 28 de febrero de 2014 dentro del Centro Banamex de Exposiciones, predio que cuenta con más de 13.000 m² destinados a la exhibición. El evento reunirá más de 300 stands de empresas especializadas de Europa, EE.UU., Asia y Latinoamérica en un mismo lugar, con más de 20.000 asistentes entre profesionales, especialistas e interesados en la iluminación. También habrá un ciclo de conferencias sobre temas de gran interés, con los principales exponentes de la iluminación provenientes de Europa, Asia, EE.UU. y México.

Más información:
www.e-la.mx



ARGENTINA GREEN BUILDING COUNCIL
 Miembro Plata Fundador



Knoll interieur forma

Av. A. Moreau de Justo 140 Piso 2° Puerto Madero C1107AAD
 Ciudad Autónoma de Buenos Aires Argentina
 Tel.: (54 11) 4313 3232 Fax.: 4313 0560
interieur@interieurforma.com.ar www.interieurforma.com.ar

novedades

Sedentarismo y tecnología



¿Cuántas horas al día pasamos sentados? ¿Menos de ocho? ¿Más de diez? Una encuesta reciente encontró que muchos de nosotros pasamos hasta 12 horas al día sentados frente a la computadora. Nos sentamos en el trabajo, en el coche y en casa, moviéndonos solo para pasar de un asiento a otro. Si a esto le agregamos las siete horas que en término medio pasamos durmiendo, al final del día contabilizaremos un notable promedio de 19 horas de sedentarismo. Huelga decir que esta cifra resulta una clara señal de alarma para la salud. La tecnología nos ha convertido en los seres humanos más sedentarios de la historia. Para paliar esta falta de actividad, algunos investigadores proponen pasar algunas horas de pie en la oficina. Al parecer, el solo hecho de permanecer 3 o 4 horas de pie en el trabajo equivaldría a correr 10 maratones al año con todos los beneficios que ello conlleva. Pero aunque no todos podemos poner en práctica esta estrategia, incluso con pequeños ajustes tales como estar parado mientras se habla por teléfono, ir a hablar con un colega en lugar de enviar un correo electrónico o simplemente subir las escaleras, se pueden conseguir beneficios adicionales para la salud.

Más información:

www.bbc.co.uk/news/magazine-24532996

Gestión Compartida se mudó al Distrito Tecnológico

Gestión Compartida, compañía especializada en brindar soluciones integrales y estratégicas en *Business Process Outsourcing* (BPO) que opera en Argentina, Chile, Paraguay y Uruguay, se mudó a sus nuevas oficinas en el Distrito Tecnológico de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Las oficinas están emplazadas en un innovador edificio con espacios amplios y luminosos, localizado en Patagones 2550, Parque Patricios, con una superficie de 7.248 m². Albergará a los más de 450 colaboradores que posee la compañía.

Desde esta locación, Gestión Compartida continuará brindando servicios profesionales de soporte a más de 100 empresas de diferentes industrias y ofreciendo soluciones estratégicas integrales en Selección, Capacitación y Desarrollo de RR.HH., Impuestos, Administración y Finanzas, Liquidación de Haberes y Administración de Personal, Comercio Exterior, Facility Management y Tecnología, entre otros servicios.

Más información:

www.gcgestion.com.ar



El cisne negro

NASSIM NICHOLAS TALEB



¿Qué es un "cisne negro"? Nassim Taleb lo define como un hecho fortuito que tiene una probabilidad de ocurrencia imposible de calcular, con gran repercusión y efecto sorpresa. Para Taleb, los seres humanos somos mucho mejores haciendo cosas que comprendiendo nuestro entorno, pero por razones prácticas preferimos las previsiones y predicciones, aunque casi siempre se revelen equivocadas. Defensor de la serendipia, Taleb nos recuerda que aunque solemos creer que la innovación se puede planificar, las tecnologías que dominan el mundo actual (Internet, la computadora personal, el láser) no se utilizan en la forma prevista por los que las inventaron, y que una parte considerable de los descubrimientos médicos de los que gozamos en la actualidad no estuvieron planificados sino que surgieron por puro azar.

Así como en los 90 Peter Senge nos hizo reflexionar sobre la necesidad de adoptar el pensamiento sistémico para afrontar los desafíos crecientes de un mundo complejo, en la presente década Nassim Taleb nos ayuda a descubrir los errores en los procesos de razonamiento cuando nos enfrentamos a la complejidad, la incertidumbre y la aleatoriedad del mundo.

Tengo la solución para resolver las instalaciones más desafiantes y complejas. Me capacito constantemente con los mejores entrenadores y gracias a toda la información que me da Totaline, tengo un súper cerebro que me permite hacer el mejor trabajo en cualquier circunstancia.

TOTALINE
TODOS REPUESTOS ORIGINALES



LA PRIMERA CADENA DE REPUESTOS PARA LA INDUSTRIA DEL AIRE ACONDICIONADO, REFRIGERACIÓN, VENTILACIÓN Y CALEFACCIÓN.

Vedia 3616 • (C1430DAH) Ciudad de Buenos Aires / Argentina (5411) 4014-5000

WWW.TOTALINE.COM.AR

Una propuesta **POCO CONVENCIONAL**

Las nuevas oficinas de Indenor
en Santiago de Chile



Reunir en la misma sede las actividades comerciales y administrativas suele ser un requerimiento habitual de las empresas. Sin embargo, hacer convivir en armonía el *showroom* y las áreas operativas dentro del mismo ámbito no siempre es una tarea fácil. La propuesta para la nueva sede de la empresa Indenor en Santiago, llevada a cabo íntegramente por Contract, ha logrado resolver acertadamente esta compleja temática, dando como resultado un espacio abierto y luminoso, pleno de detalles de gran diseño y lejos del catálogo de las soluciones convencionales.



La sala de reuniones, que cuenta con capacidad para 8 personas, está equipada con una mesa de madera rústica en perfecto contrapunto con las *Eames Plastic Side Chair DSW*, un diseño clásico de Charles & Ray Eames de 1950.

Indenor es una empresa de larga trayectoria dentro del mercado chileno, dedicada al desarrollo y comercialización de soluciones de control solar destinadas tanto al segmento doméstico como al corporativo.

A la hora de elegir la locación del emprendimiento de las nuevas oficinas y el salón de exposición, la empresa optó por una exclusiva zona de Vitacura que cuenta con gran conectividad y acceso a áreas comerciales y de servicios.

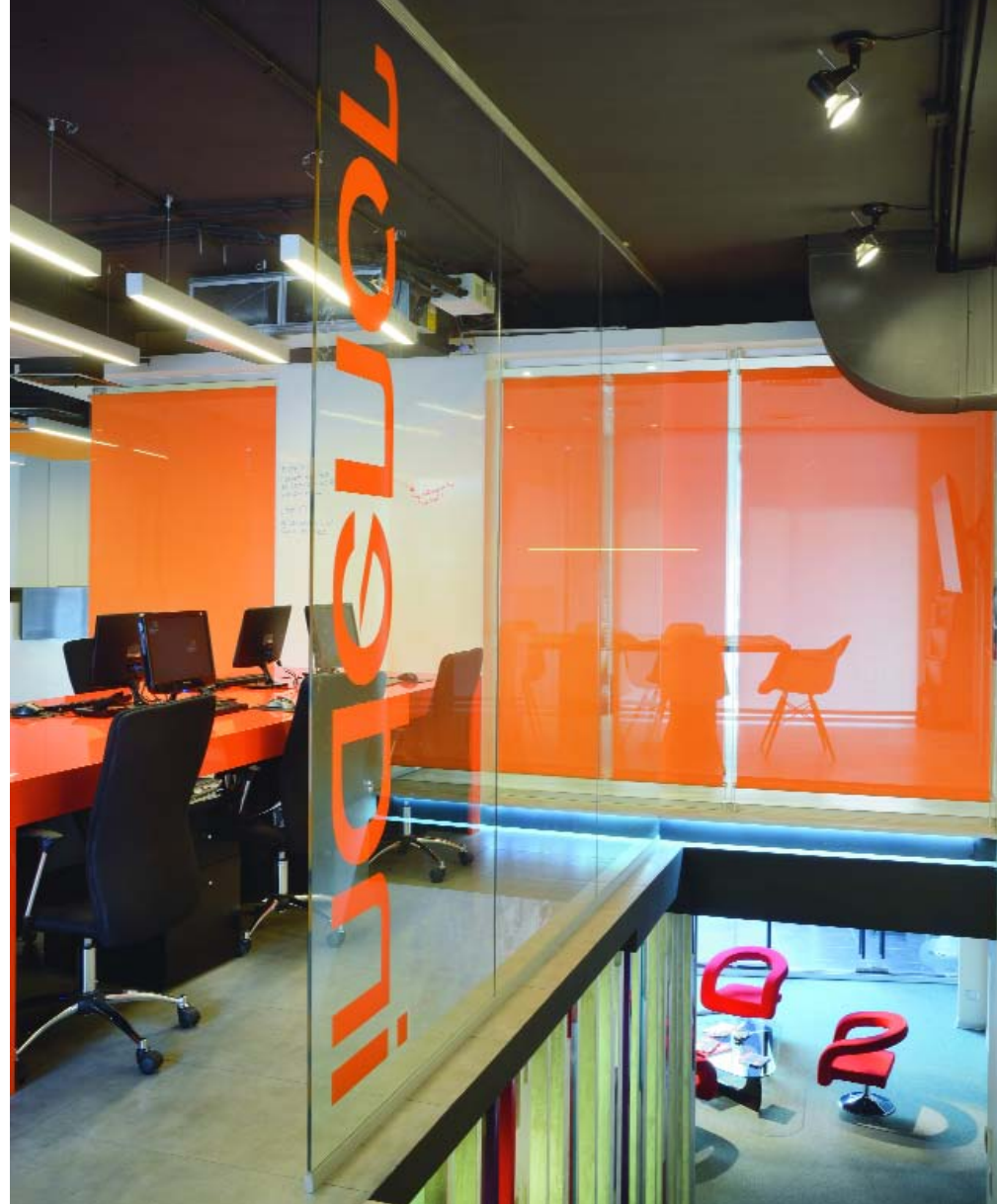
El programa funcional del proyecto se distribuyó en dos plantas claramente diferenciadas. En la planta de acceso se ubicaron el *showroom* y el área de ventas mientras que el piso inferior se destinó a las actividades administrativas.

En la planta de ingreso el espacio se organiza en torno a un

volumen central que alberga la sala de reuniones, estructura que por encontrarse elevada del piso adquiere un carácter protagonista. Tomando a esta sala como eje se generan las circulaciones de acceso y el área de ventas, lo cual libera el espacio circundante para dar cabida a la exhibición de productos.

La sala de reuniones, que cuenta con capacidad para 8 personas, está equipada con una mesa de madera rústica en perfecto contrapunto con las *Eames Plastic Side Chair DSW*, un diseño clásico de Charles & Ray Eames de 1950.

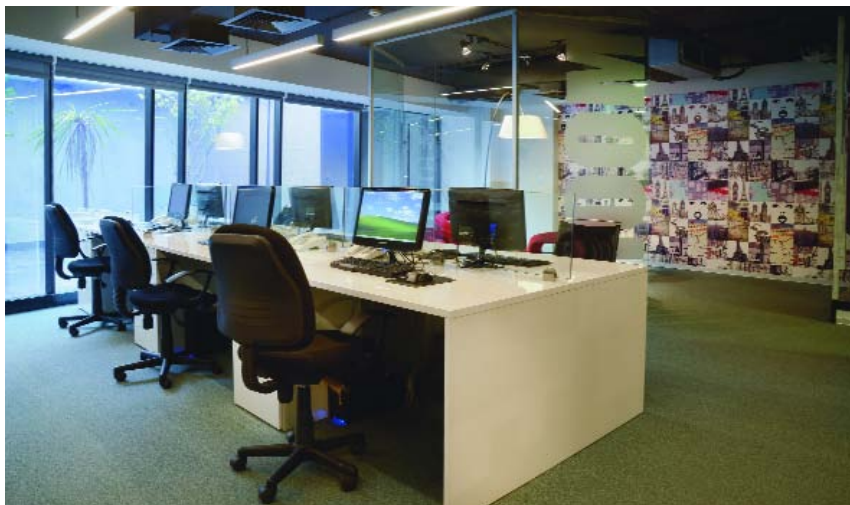
Enfrentando el acceso a la sala de reuniones se ubicó un espacio de encuentro informal amoblado con un imponente juego de sillas de autor: la escultórica *La Chaise* -otro diseño de Charles & Ray Eames de 1948- y la clásica *Egg Chair* de Arne Jacobsen. Completa la planta un área de *coffee* con banquetas altas.



El programa funcional del proyecto se distribuyó en dos plantas claramente diferenciadas. En la planta de acceso se ubicaron el *showroom* y el área de ventas mientras que el piso inferior se destinó a las actividades administrativas.



Los despachos privados y semiprivados están dotados de cierres vidriados a fin de lograr la integración visual de todo el espacio.



El área operativa se planteó como oficina abierta a fin de aprovechar la iluminación natural. Las mesas tipo bench también cuentan con divisores bajos transparentes.



El área de encuentro informal de la planta inferior da soporte a la necesidad de reuniones internas al mismo tiempo que constituye un foco para la interacción casual entre los colaboradores.

La planta inferior, que dispone de 9 estaciones de trabajo, un despacho privado destinado a la Gerencia, un área semiprivada destinada al sector de contabilidad, espacio para reuniones informales y zonas de apoyo, se planteó como oficina abierta a fin de aprovechar la iluminación natural que ofrece el patio inglés ubicado bajo el ingreso.

Los puestos operativos, organizados en mesas tipo bench, cuentan con divisores bajos transparentes mientras que los despachos privados y semiprivados están dotados de cierres vidriados a fin de lograr la integración visual de todo el espacio. La planta se completa con un área de encuentro informal que soporta programáticamente la necesidad de reuniones internas al mismo tiempo que constituye un foco para la interacción casual entre los colaboradores.

En cuanto a la elección de los materiales, en la planta de acceso se optó por un porcelanato en colores claros para el piso del *showroom*, mientras que en la sala de reuniones se colocó un solado fotolaminado en madera. Cubriendo parcialmente las instalaciones del ciellorraso a la vista se instalaron bastidores revestidos con telas de colores vivos, idea que, al mismo tiempo que busca dotar al recinto de un carácter industrial, ofrece interés visual y potencia el recorrido a través del espacio.

Para la planta inferior se eligió una paleta de colores neutra: alfombra de tonalidades grises para el solado y negro en el ciellorraso a la vista, mientras que para los paramentos se optó por el blanco puro. La nota de color está dada por los sillones rojos y el atractivo papel mural que cubre la sala de reuniones informales.



La elección de colores vivos y el equipamiento de diseño otorgan carácter e interés visual al espacio.

FICHA TÉCNICA

Cliente: Indenor.
Ubicación: Av. Vitacura 3565, local 101, Vitacura - Santiago de Chile.
Superficie: 250 m².
Plazo de ejecución: 75 días.
Año de ejecución: 2013.
Proyecto y dirección de obra: Contract.
Ejecución de obras generales: Contract.
Dirección general: Arq. Víctor Feingold.
Dirección de proyecto: Claudio Zuñiga.

Coordinación comercial: Arq. Ignacia Barros.

Gerente de proyecto: Claudia Quintana.

Documentación de proyecto: Arq. Mariano Moreno.

Dirección de obra: Ing. Sergio Ubilla.

Diseño gráfico: Arq. Mariano Moreno.

Fotos: Giuseppe Bruculeri.

PROVEEDORES

Mobiliario de línea: TAZ S.A. | +56 2 22693412 | www.taz.cl

Pinturas: Soc. Comercial José Leviqueo Guerrero Ltda. |

+56 9 97814429 | Leviqueo_abco@hotmail.com



PLANTA NIVEL ACCESO

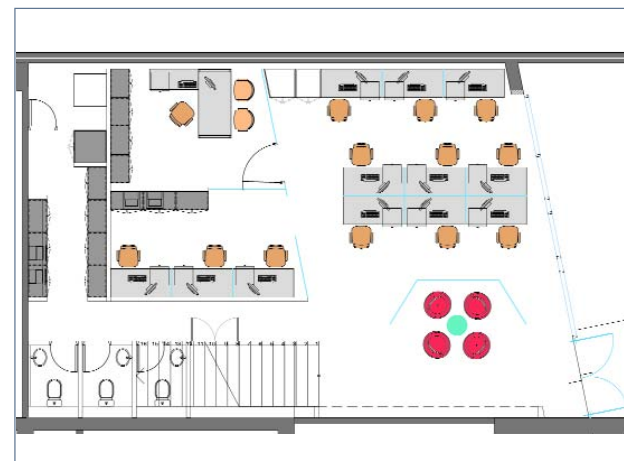
1 sala de reuniones para 8 personas.

Área de ventas.

Espacio de encuentro informal.

Coffee break.

Showroom.



PLANTA INFERIOR

9 estaciones de trabajo en open plan.

Un despacho privado para Gerencia.

Un área semiprivada con 3 estaciones de trabajo.

Espacio para reuniones informales.

Zonas de apoyo.

WORKTECH

una mirada al futuro del trabajo

Worktech, la prestigiosa conferencia internacional sobre el futuro del trabajo, las tecnologías de la información y la comunicación, los espacios laborales y la innovación que se realiza desde hace 10 años en diferentes ciudades alrededor del mundo, desembarcó por primera vez en la Argentina y Chile en el mes de octubre. El evento reunió a destacados oradores locales y extranjeros que expusieron ideas, estrategias, casos de estudio y novedades frente a un numeroso auditorio ávido de información y nuevos conceptos. La temática abarcó una amplia gama de contenidos, desde las nuevas formas de trabajo, la gestión de los espacios, el *coworking*, la innovación y los avances en el mundo digital, hasta la rentabilidad de los nuevos espacios de trabajo. Cada uno de los disertantes aportó su original visión desde su área de *expertise*, pero todos coincidieron en resaltar que el futuro del trabajo está siendo impulsado por la tecnología y tendrá el foco en las personas.

El futuro del trabajo está siendo impulsado por la tecnología y tendrá el foco en las personas.

La tecnología avanza a una velocidad vertiginosa generando grandes cambios, pero también creando nuevas posibilidades.

Si pensamos que hace tan solo unos pocos años no existían las redes sociales y que el crecimiento en el uso de Internet y las comunicaciones móviles alcanzó cifras sin precedentes, tal vez podamos calibrar la importancia y la velocidad de las transformaciones que el mundo está viviendo.

Actualmente, enormes cantidades de datos circulan por la red; las organizaciones están inundadas de información que se vierte desde todas las direcciones imaginables: desde los sistemas transaccionales, los sistemas de gestión de instalaciones y las comunicaciones internas y con los clientes, hasta los dispositivos móviles, la Intranet y la Web.

Según algunos informes¹, la cantidad de información creada y replicada en 2011 habría superado los 1,8 trillones de gigabytes. Para ponerlo dentro de un contexto comprensible, la cifra equivale a la cantidad de estrellas que existen en el universo.

No podemos adivinar de qué manera estos cambios afectarán y determinarán el futuro de nuestra vida y nuestra forma de trabajar. Pero podemos seguir las tendencias que se proyectan desde el conocimiento que hemos adquirido en el presente para tratar de predecir lo que va a suceder en unos pocos años. Estamos en un punto de inflexión: mantenernos con la mente abierta y preparados para lo que vendrá puede ser una importante ventaja competitiva. Como bien dice Nassim Taleb², la estrategia de los emprendedores exitosos es no confiar tanto en la planificación sino centrarse al máximo en reconocer las oportunidades cuando estas se presentan.

En esta entrega compartiremos algunas de las exposiciones que se hicieron en el Hotel Boca de Buenos Aires. Philip Ross, Greg Lindsay, Harald Becker, Gonzalo Castillo y Víctor Feingold, cada uno desde su área de *expertise*, nos entregaron su particular mirada sobre los temas que marcarán rumbo en el futuro del trabajo.

¹ Estudio de IDC Digital Universe, patrocinado por EMC. Junio de 2011.

² Nassim Taleb: "El cisne negro: el impacto de lo altamente improbable". Editorial Paidós, 2012.



Philip Ross*

Espacios de trabajo: cómo serán los edificios más innovadores

El concepto de “trabajo” ha cambiado mucho en los últimos tiempos. Ya no se trata del lugar al que nos trasladamos cada día para ocupar un escritorio durante 8 horas. Hoy en día, el trabajo es más un verbo que un lugar; es una actividad, un conjunto de tareas realizadas por personas que colaboran en busca de un objetivo común, alineados con la organización.

Estamos viviendo en una era donde prima el trabajo del conocimiento, la colaboración, la comunicación a través de las redes sociales, el trabajo basado en resultados y los modelos de negocio abiertos. Sin duda hemos avanzado mucho. Pero seguimos siendo esclavos del escritorio y la computadora.

El entorno físico ya no estará condicionado por la pesada y compleja infraestructura tecnológica sino que será concebido para dar cabida a las personas.

Para Philip Ross, consultor, analista y escritor sobre las tecnologías emergentes y su impacto en el trabajo, los espacios y la vida de las personas, el desafío será tratar de comprender las fuerzas que están modelando el mundo del trabajo para estar mejor preparados a la hora de afrontar lo que vendrá.

Ross sostiene que el mundo del trabajo está configurado por la convergencia de tres áreas diferentes: el espacio físico, la tecnología y las personas. A partir de la colisión de estas tres esferas emergerán las tendencias que modelarán el futuro del trabajo.

¿Cuándo y cómo trabajamos?

A lo largo de su presentación, Philip Ross puntualizó algunos de los hitos que están transformando el mundo del trabajo:

1. Las tecnologías de la comunicación. Las oficinas actuales no han cambiado mucho con respecto a las del pasado, asegura Ross. Seguimos trabajando en un escritorio, con un teléfono, una computadora y algún otro dispositivo. La tecnología de la comunicación nos mantiene “encadenados” a nuestro puesto de trabajo. Pero, anticipa, una de estas cadenas ya está en vías de desaparición: el teléfono en la oficina va a estar muerto en 5 años

y las comunicaciones se realizarán a través del teléfono móvil o a través de algún *software*.

2. El uso del papel. La próxima barrera a superar será el papel. Hoy en día aún se sigue trabajando mucho con documentos en soporte de papel. Pero los desarrollos tecnológicos que se vienen nos permitirán colaborar con otras personas en tiempo real. A medida que se incrementa el flujo de la colaboración digital el papel va a ir desapareciendo.

3. La movilidad. Hay un hecho incuestionable: hoy vivimos en un mundo móvil, con redes de telefonía 4G, WiFi, *Bluetooth*, etc., y las personas pueden trabajar desde sus dispositivos cuando y donde quieran hacerlo. La capacidad que nos brinda la tecnología de estar conectados con otras personas en cualquier parte del mundo en tiempo real está decretando la muerte de las distancias, aseguró Ross.

4. Cloud Computing. La posibilidad de acceder a aplicaciones, infraestructura y servicios en La Nube también está modificando el panorama del trabajo y el diseño de los propios edificios. El entorno físico ya no estará condicionado por la pesada y compleja infraestructura tecnológica sino que será concebido para dar cabida a las personas.



5. Las tecnologías inalámbricas. Hoy ya no es necesario lidiar con el cableado para conectar dispositivos. Todos los equipos portátiles y la mayoría de los teléfonos móviles actuales están equipados con tecnología Wi-Fi para poder conectarse directamente a una red inalámbrica.

El uso de los dispositivos inalámbricos nos permitirá utilizar el espacio de nuevas formas. El trabajo no solo se realizará desde una ubicación fija en la oficina sino que se podrá llevar a cabo en una sala de reuniones, desde la casa, en un aeropuerto, en un hotel o en la cafetería. Las zonas activas de Wi-Fi permitirán a los colaboradores acceder a documentos, correo electrónico, aplicaciones y otros recursos desde cualquier dispositivo móvil. De esta manera, podrán ir donde deseen y tener acceso continuo a las herramientas necesarias para realizar su trabajo.

Sin embargo, los responsables de IT, asegura Ross, aún están temerosos de no poder gestionar adecuadamente la conexión de una gran cantidad de dispositivos tanto a la Intranet como a Internet y a los servicios provistos en La Nube.

Otro de los usos de las redes inalámbricas que transformará el escenario laboral se basa en el reconocimiento de la MAC address¹ de cada dispositivo conectado a la red. Utilizando la tecnología adecuada, el sistema es capaz de reconocer a cada una de las personas presentes e informarnos en tiempo real quién ingresó, quién se retiró y quién se acerca a nuestro espacio de trabajo. Y si han iniciado sesión en Facebook podremos conocer su nombre e interactuar con cada uno de ellos. Esto, anticipó Ross, va a revolucionar la forma en la que nos relacionamos con las personas en la oficina: será en tiempo real y en función de nuestra identidad.

¹ En las redes de computadoras, la MAC address (sigla en inglés de *media access control*; en español "control de acceso al medio") es un identificador que corresponde de forma única a una tarjeta o dispositivo de red. Se conoce también como dirección física, y es única para cada dispositivo.

6. Las tecnologías emergentes. Las tecnologías emergentes tales como Google Glass² y los nuevos *smartphone*, o la creciente conectividad a Internet de los electrodomésticos y otros dispositivos de uso cotidiano, también aportarán lo suyo a la visión de la oficina del mañana. La predicción de Ross es que en los próximos años habrá más tráfico en Internet de objetos que de personas. La tecnología que soportará estas conexiones se basa en RFID³ y *bluetooth*⁴.

Estas aplicaciones pueden ser de mucha utilidad en la oficina. Consultando en nuestro *smartphone*, por ejemplo, podremos saber en qué lugar de la oficina estamos y qué puestos de trabajo están disponibles, todo esto en tiempo real y en base a nuestra identidad. Podremos registrarnos en un escritorio utilizando la *webcam* y saber dónde se encuentran nuestros amigos y colegas.

Esta tecnología también nos dará la posibilidad de ver un plano "en vivo" de la ocupación de la planta. Podremos ver a cada uno de los ocupantes, saber cómo se desplazan dentro del edificio e

identificarlos con sus fotografías y su dirección de Twitter, Facebook y otras redes sociales. La serendipia del futuro también va a suceder de esta forma, de la mano de la tecnología.

² Las Google Glass son unas gafas de realidad aumentada capaces de mostrar información a los usuarios desde un teléfono inteligente sin utilizar las manos, y de permitir el acceso a Internet mediante órdenes de voz. Tienen la capacidad de tomar fotos y grabar video HD.

³ RFID (siglas de *Radio Frequency Identification*; en español "identificación por radiofrecuencia") es un sistema de almacenamiento y recuperación de datos remoto. El propósito fundamental de la tecnología RFID es transmitir la identidad de un objeto (similar a un número de serie único) mediante ondas de radio.

⁴ Tecnología inalámbrica de ondas de radio de corto alcance cuyo objetivo es el de simplificar las comunicaciones entre distintos dispositivos informáticos y entre estos dispositivos e Internet.

Pero aún hay más, anticipó Ross. El espacio podrá cambiar y adecuarse a nuestras necesidades y a nuestros gustos en función de quiénes somos. El idioma de la cartelería y la temperatura del aire acondicionado, por ejemplo, son algunos de los parámetros que podrán variar en función del reconocimiento del ocupante.

¿Qué es lo que podemos esperar del futuro?

Philip Ross reveló, basado en el desarrollo de algunas tecnologías que aún se encuentran en una etapa de desarrollo incipiente, que una de las grandes innovaciones que nos deparará el futuro será la posibilidad de transmitir señales sin ningún tipo de cable.

- Intel anunció el desarrollo del primer chip que funciona con energía solar, lo que permitirá que en un futuro podamos prescindir de los cables y las baterías.

- Podremos vincularnos directamente a cualquier *display* sin necesidad de utilizar cables. *Intel Wireless Display*, comúnmente conocido como WiDi, es un protocolo de Intel Corporation lanzado en noviembre de 2012 para la transmisión de imagen y sonido desde cualquier dispositivo portátil con procesador Intel Core de 3a generación. De esta manera se elimina el uso de cables para la conexión, con lo que se consigue mayor comodidad y libertad para el usuario. Esta tecnología permitirá colaborar y compartir información con más eficiencia, modificar documentos en las pantallas de las salas de conferencias en tiempo real, etc.

- Actualmente está emergiendo un nuevo estándar mundial llamado *Qi* que puede representar el fin de los cables para obtener energía eléctrica. A través del uso de esta nueva tecnología se pueden cargar dispositivos compatibles sin necesidad de usar cables, simplemente colocándolos sobre un accesorio de carga inalámbrica. En el futuro, con una sola conexión al tomacorriente, esta tecnología nos permitirá prescindir de los cables. La superficie de escritorios y mesas de reuniones se convertirá en una posibilidad para cargar nuestros dispositivos e, inclusive, permitirá el funcionamiento de impresoras o electrodomésticos.

Esta nueva tecnología funciona de manera análoga al Wi-Fi o al *Bluetooth*. Utiliza un campo electromagnético que, al contacto con un dispositivo que requiera energía, comienza a enviar electricidad a través de una bobina.

- Utilizando el *software* apropiado podremos informarnos sobre cuál es el tráfico de e-mail dentro de la empresa. De esta manera podremos saber cómo se relacionan las personas para organizarlas en función de sus necesidades de interacción y no en función de la jerarquía, el estatus o las áreas.

¿Hacia dónde nos llevan estas tendencias?

Philip Ross cerró la charla asegurando que el debate sobre los puestos de trabajo (si deben ser compartidos o asignados, etc.) llegó a un punto muerto, y puso el énfasis en orientar el foco hacia las actividades ya que, aseguró, este es el próximo gran cambio que van a tener que afrontar los espacios de trabajo. El trabajo del futuro se basará en grupos reunidos en función de las actividades, anticipó, y esta nueva modalidad podría reducir los costos hasta en un 30%.

En la nueva economía del consumidor en la que pagamos por lo que utilizamos, el espacio de trabajo se transformará en un servicio como los que se contratan en La Nube y se pagará por él según la demanda. Esta tendencia está siendo rápidamente adoptada porque tiene un gran potencial de ahorro de costos en la ocupación de inmuebles.

En definitiva, resumió Ross, los edificios del futuro estarán concebidos para la gente y contarán con diferentes espacios para trabajar, para ser creativos y para divertirse, siempre pensando en el bienestar y la productividad. El trabajo del futuro tendrá el foco en las personas y está siendo impulsado por la tecnología.

* **Philip Ross** es el creador de *Worktech*, CEO de *Unwired* y de *Ungrup*. Además es escritor, consultor y analista especializado en el futuro del trabajo. Anticipa la manera en que las nuevas tendencias -tales como las tecnologías emergentes- determinarán nuestra forma de trabajar, vivir, aprender y disfrutar del tiempo libre.



En la nueva economía del consumidor en la que pagamos por lo que utilizamos, el espacio de trabajo se transformará en un servicio como los que se contratan en La Nube.





Harald Becker*

Humanizando el trabajo: una mirada al futuro

Harald Becker es Diseñador de Estrategias Senior del Laboratorio de Microsoft, responsable de la creación y ejecución de programas que permitan ampliar las ofertas tecnológicas para el futuro, ayudando a imaginar cómo se podrían utilizar las tecnologías más avanzadas en el mundo real dentro de los próximos 5 a 10 años. Es un especialista en temas relacionados con la visión de futuro de la innovación y la productividad, y de las tendencias que afectan la forma en la que viviremos y trabajaremos en los próximos años.

La realidad indica que, actualmente, el espacio de trabajo está subutilizado, con un 60% de los espacios vacantes.

Desde la privilegiada perspectiva que le otorga su experiencia profesional, Becker comenzó advirtiéndolo sobre el impacto que la tecnología está teniendo actualmente en nuestras vidas, tanto en el trabajo como en la vida cotidiana. Pero antes de introducirnos de lleno en la temática de la productividad y la humanización del trabajo de cara a estas aceleradas transformaciones, el especialista abordó una revisión de los enormes cambios que estamos viviendo actualmente. Algunas de estas tendencias producirán efectos a largo plazo y veremos el impacto que tendrán en nuestras vidas.

La información. En la actualidad, gracias a la proliferación de dispositivos móviles y de la ubicuidad de la tecnología, nos hemos transformado en grandes consumidores y creadores de contenido. A modo de ejemplo podemos citar que diariamente se envían unos 150.000 millones de mensajes, 400 millones de tweets, 1 millón de posts en los blogs, 1 millón de comentarios y alrededor de 16.000 millones de palabras en Facebook. Toda esta producción de contenido diario equivale a casi 500 millones de libros. Si pensamos que la Biblioteca del Congreso de los EE.UU., la más grande del mundo, cuenta con 23 millones de volúmenes, podremos comprender la enorme magnitud de la información que

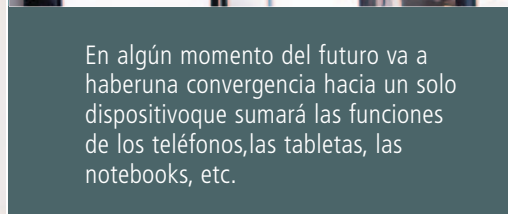
generamos día a día. Y, si tan solo el 1% de esta información fuera relevante, agregaré, igualmente tendríamos una gigantesca cantidad de material compartido para alimentar la “serendipia” de la que habla Greg Lindsay.

Los dispositivos móviles. Todo esto es posible gracias a la tecnología que utilizamos diariamente. Hoy en día se venden 1.000 millones de teléfonos móviles por año, señaló Becker, y se estima que para 2017 va a haber 2.800 millones de aparatos en el mercado. En algún momento del futuro, anticipó, va a haber una convergencia hacia un solo dispositivo que sumará las funciones de los teléfonos, las tabletas, las notebooks, etc. Y todas estas tendencias también modificarán el mundo del trabajo.

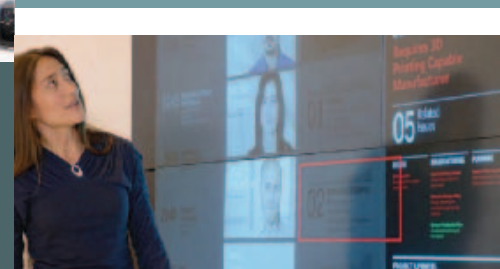
La transparencia de los mercados. Gracias a la conectividad y al fácil acceso a la información con los que contamos hoy en día, los consumidores están teniendo un mayor control sobre los productos lo cual significa un cambio importante para las compañías. Esto está sucediendo en todas las industrias, señaló Becker, y es la punta de lanza de una demanda de mayor transparencia en los mercados.



El futuro del trabajo consistirá en crearnuevas maneras de estar y de hacer cosas juntos, y esto requiere de nuevasherramientas y de una nueva infraestructura.



En algún momento del futuro va a haberuna convergencia hacia un solo dispositivoque sumará las funciones de los teléfonos,las tabletas, las notebooks, etc.



La privacidad y la seguridad. Otra de las tendencias en curso que abordó es el gran cambio que se está produciendo en la forma en que las compañías organizan su fuerza laboral. En la actualidad, las empresas están enfocadas en cómo liderar unos equipos de trabajo cada vez más distribuidos. En este mundo interconectado la identidad, la privacidad y la seguridad van a ser cuestiones de primer orden. Hoy en día existen muy pocas herramientas que nos ayuden a manejar eficientemente la forma en la que nos comunicamos con otras personas dentro de diferentes ámbitos. Para hacer frente a estos cambios, señaló, habrá que concentrarse en la innovación.

Las tecnologías emergentes. Entre las tendencias que el gigante de Redmond está analizando de cara a los posibles escenarios para el futuro, Becker mencionó el desarrollo de un *display* transparente y flexible como una de las tecnologías emergentes con más posibilidades. Esto permitiría la creación de dispositivos que podrían caber enrollados en un bolsillo para luego ser desplegados a la hora de usarlos.

¿De qué manera la tecnología afecta nuestra forma de trabajar?

Actualmente, la tecnología nos permite trabajar en cualquier momento y desde cualquier lugar. Las empresas se están empezando a organizar de manera diferente y están evolucionando desde los sistemas cerrados del pasado hacia las redes abiertas de la actualidad; desde las organizaciones verticales hacia una mayor participación transversal de las personas y los equipos.

La tecnología está cada vez más presente en el espacio de trabajo y ha dado impulso a una enorme cantidad de transformaciones, pero estos cambios no siempre estarán exentos de inconvenientes.

La adaptación de las personas al rápido desarrollo tecnológico. La curva de crecimiento de la tecnología es exponencial. Si se sigue cumpliendo la Ley de Moore, en el futuro tendremos sistemas poderosísimos y cada vez más

accesibles, anticipó Becker. Sin embargo, la capacidad humana no evoluciona de la misma manera. Actualmente, los seres humanos no podemos leer más rápido, manejar más relaciones ni procesar más información que hace 10 años. Por eso, muchas veces la tecnología produce tensión, ansiedad y frustración. Becker está convencido de que los esfuerzos deben estar dirigidos a posibilitar que los nuevos procesos y sistemas resuelvan cada vez más los problemas de los usuarios.

La actualización constante de herramientas y servicios. Hoy en día las empresas afrontan un gran reto para mantenerse al ritmo del desarrollo tecnológico. Parece muy difícil estar al día con la gran cantidad de herramientas y actualizaciones que existen. Las compañías de tecnología tienen que mejorar con respecto a la comprensión de cómo funcionan las empresas, afirma, para permitir que estos procesos resulten más simples y económicos a fin de que todas ellas puedan actualizarse y adoptar estas herramientas y servicios.

Si tan solo el 1% de la información que generamos diariamente fuera relevante, tendríamos una gigantesca cantidad de material compartido para alimentar la “serendipia”.

Las herramientas deben estar basadas en actividades. Las características del trabajo de hoy consisten en un flujo de actividades que oscilan entre la formalidad y la informalidad. Muchas de las herramientas que utilizamos ya resultan demasiado formales e inadecuadas para cubrir todo el espectro de las actividades que actualmente se desarrollan en la oficina. Están diseñadas para un trabajo basado mayormente en los documentos y no tanto en las actividades de la gente. El trabajo de hoy está centrado en las personas y las herramientas que se utilizan deben dar soporte a las reuniones y la colaboración.

La respuesta del espacio físico de la oficina a todos estos cambios. El espacio de trabajo no está funcionando bien, argumenta Becker. Hoy en día los equipos de trabajo están cada vez más diversificados y distribuidos geográficamente; se ven muchos puestos vacíos en las oficinas. La realidad indica que, actualmente, el espacio de trabajo está subutilizado, con un 60% de los espacios vacantes. Disminuir la superficie asignada por persona no parece ser la solución más adecuada. El futuro del trabajo, anticipa, consistirá en crear nuevas maneras de estar y de hacer cosas juntos, y esto requiere de nuevas herramientas y de una nueva infraestructura.

Las tendencias de los próximos años

Pues bien, desde el Laboratorio de Microsoft se está trabajando activamente para identificar las tendencias que en los próximos 5 a 10 años harán el trabajo más humano ayudando a conectar a la gente, facilitando el flujo creativo e, incluso, mejorando la intuición. Harald Becker presentó tres escenarios que describen diferentes visiones de cómo la tecnología puede cambiar el trabajo en el futuro:

- **Creative Workspaces.** La idea de esta herramienta consiste en ampliar el poder de la computadora tal como la conocemos. Se trata de un *display* con las dimensiones de una mesa de dibujo que cuenta con una interfaz táctil e interactiva que también responde a los comandos de voz. Se puede acceder a los contenidos de forma muy simple y resulta muy fácil extraer y compartir información a partir de diferentes dispositivos. Además, esta tecnología permite un flujo de trabajo más consistente ya que los contenidos no se encuentran confinados dentro de las aplicaciones sino que circulan libremente según la demanda.

Esta tecnología ya existe, asegura Becker. Solamente hace falta establecer un estándar entre las compañías para poder compartir los contenidos de forma segura y compatible entre los distintos dispositivos que existen en el mercado. Este también es un buen ejemplo de la tecnología apoyando la serendipia.

- **Enhanced Presence.** En este caso se trata de una pantalla que permite colaborar cara a cara con colegas remotos, trabajando de forma natural e intuitiva con herramientas compartidas y contenidos multidimensionales. Permite la telepresencia en tamaño y tiempo real, y cuenta con un traductor simultáneo que permitirá conectarse con cualquier persona en cualquier lugar del mundo sin barreras físicas ni idiomáticas.

Becker asegura que este dispositivo permitirá la colaboración remota mejor aún que en un encuentro cara a cara. Estas pantallas son realmente muy caras pero los precios vienen reduciéndose año a año y en el futuro cercano serán accesibles, afirmó.

- **Team Action Space.** Se trata de una pantalla gigante e inteligente, capaz de "entender" la presencia; advierte quiénes están entre la audiencia y permite que la gente obtenga la información importante. También puede ejecutar una simulación y permitir la participación de colaboradores remotos. Además, es capaz de integrar la información y ofrecer una infografía en tiempo real para apoyar la toma de decisiones y ayudar a que estas sean mucho más rápidas. Se trata de una herramienta poderosísima, finalizó Becker.

Como corolario, Harald Becker concluyó con la esperanza de que cada vez haya un mayor acceso a estas tecnologías para toda clase de empresas sin importar si operan en los mercados emergentes o en el mundo desarrollado. Hoy en día existen varios mecanismos (*Crowdfunding*, *Cloud Computing*, etc.) que permiten iniciar una empresa con una inversión muy pequeña. El experto aseguró que el acceso a la tecnología será cada vez más fácil y más barato.

* **Harald Becker** es Diseñador de Estrategias Senior del Microsoft Office Envisioning Lab, responsable de la creación y ejecución de programas que permitan ampliar las ofertas tecnológicas para el futuro.



En el futuro habrá cada vez haya un mayor acceso a las tecnologías para toda clase de empresas, sin importar si operan en los mercados emergentes o en el mundo desarrollado.



Víctor Feingold*

Costos y beneficios de elegir una correcta estrategia de *workplace*

A los que nos encargamos de la conceptualización y el diseño de los espacios de trabajo nos gusta hablar sobre temas tales como optimización, productividad, trabajo flexible, trabajadores móviles, etc. Pero a la hora de tomar una decisión, nuestros clientes necesitan traducir estos conceptos en números reales, que son los que, en última instancia, rigen los resultados de una compañía. Esta presentación demostrará que la adopción de las nuevas formas de trabajo tiene un impacto directo y positivo sobre la rentabilidad de las empresas.

Así comenzó su exposición Víctor Feingold, durante la cual se propuso comprobar -a través de un ejemplo concreto- si los costos derivados del acondicionamiento de las oficinas de acuerdo con las nuevas tendencias representan un gasto o una inversión, tratando al mismo tiempo de traducir en números cómo se puede rentabilizar.

La adopción de las nuevas formas de trabajo tiene un impacto directo y positivo sobre la rentabilidad de las empresas.

Comenzó definiendo el espacio de trabajo como una potente herramienta con la que cuentan las empresas para maximizar el **rendimiento** de sus colaboradores aumentando la **productividad** y, por ende, la **rentabilidad** de la compañía. Partiendo de esta hipótesis Feingold avanzó hacia su verificación a través de un ejemplo concreto: una planta tipo que no ha incorporado los nuevos conceptos que fueron expuestos en las charlas precedentes, pero que bien podría tratarse de una oficina bastante representativa de Latinoamérica.

La planta cuenta con puestos de trabajo, una serie de oficinas cerradas, salas de reunión, salas para directorio, áreas de apoyo, etc.; el ratio de ocupación es de aproximadamente 12 m²/persona (ver Planta 1).

A continuación se presentaron los gastos promedio derivados del alquiler, los gastos comunes, los gastos de operación y mantenimiento y el costo del equipamiento, el cual se estimó amortizable en 5 años (ver Gráfico 1).

El ejercicio que nos planteó Feingold consistió en aplicar los nuevos conceptos de oficina a este modelo y verificar cómo van cambiando los números.

Cómo reducir los costos y aumentar la productividad

He aquí algunas de las estrategias propuestas:

1. No organizar los espacios de acuerdo con las jerarquías sino de acuerdo con las actividades que se realizan

Habitualmente, a mayor jerarquía se asigna una mayor cantidad de espacio. Pero este criterio carece de lógica ya que cuanto más alto es el cargo, las personas permanecen menos tiempo en su oficina dando como resultado una gran cantidad de superficie subutilizada.

Es por eso que resulta más efectivo **organizar a las personas de acuerdo con las actividades** que se desarrollan dentro de la oficina. Para ello resultará práctico realizar un análisis estadístico de las tareas que se llevan a cabo durante la jornada laboral. He aquí un ejemplo útil, pero es bueno hacer notar que cada empresa hará un uso particular del espacio de acuerdo con su actividad específica y con su cultura.

Planta 1



La planta cuenta con puestos de trabajo, una serie de oficinas cerradas, salas de reunión, salas para directorio, áreas de apoyo, etc.; el ratio de ocupación es de aproximadamente 12 m²/persona.

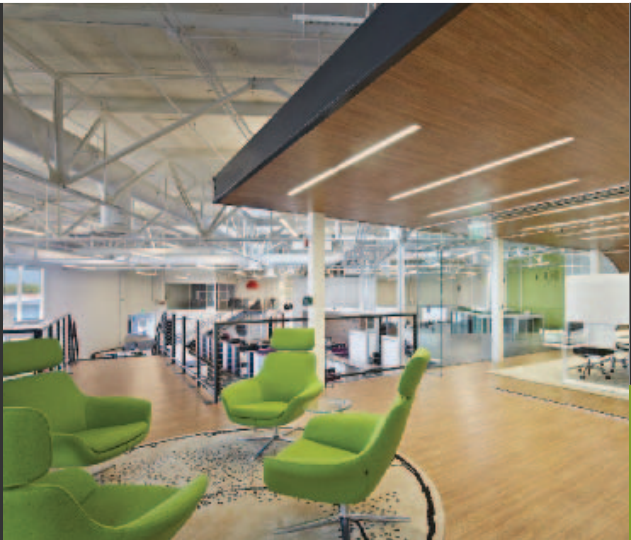


Gráfico 1. Gastos promedio



Trabajo individual de concentración media	33%
Trabajo individual de alta concentración	11%
Reuniones formales programadas	12%
Reuniones espontáneas (no programadas)	25%
Llamadas telefónicas sensibles	3%
Capacitación	3%
Socialización	5%
Break / almuerzo	8%
	100%

No obstante, pretender que todas las tareas se desarrollen en el mismo puesto de trabajo no parece lo más adecuado. Habrá que diseñar un espacio específico que pueda dar la contención y el soporte adecuados a cada una de estas tareas.

2. Asumir que ya somos trabajadores móviles

Con respecto al incremento del trabajo móvil que se ha venido produciendo en los últimos años de la mano de los avances tecnológicos, Feingold destacó que existe una diferencia de percepción entre las personas y las empresas. Mientras que las personas han asumido ampliamente su condición de trabajadores móviles, a las empresas aún les cuesta aceptarlo; pretenden que la

gente cumpla con un horario fijo sentada en su puesto de trabajo. A las organizaciones les cuesta desprenderse de la cultura del control y asumir lo que las personas individualmente ya han entendido.

En la actualidad, el trabajo individual puede hacerse en cualquier momento y desde cualquier lugar. No debemos estar atados al escritorio para realizar nuestras tareas; los límites entre la vida personal y la vida laboral se están desdibujando. Lo mismo ocurre con el espacio de trabajo: la oficina ha dejado de ser exclusivamente un espacio físico para transformarse en un espacio físico y virtual al mismo tiempo, que se extiende más allá de los límites materiales.

En este escenario, la pregunta que surge es: ¿para qué necesitamos ir a la oficina, entonces? Las personas somos animales sociales que necesitan de la interacción en el mundo real, adara Feingold, por lo que la oficina se está transformando cada vez más en un espacio destinado al encuentro y al trabajo colaborativo del que nacen las ideas y la innovación.

Una típica foto de la oficina actual revela puestos de trabajo subocupados (el 60% de las posiciones están vacías durante la jornada laboral) y salas de reuniones colapsadas. La tasa promedio de uso simultáneo de los puestos de trabajo nunca sobrepasa el

70%. Esto quiere decir que, excepto algunas posiciones específicas (administrativos, soporte de servicios, etc.), no hace falta que cada uno de los colaboradores tenga un puesto de trabajo asignado individualmente. De esta forma se puede reducir la cantidad de puestos y, por ende, muchos metros cuadrados.

3. Adoptar políticas *paperless*

Vamos hacia una oficina sin papeles, anticipó Feingold. Pero no se trata de no usar papel en absoluto sino de la necesidad de clasificarlo y archivarlo adecuadamente.

Una empresa destina entre un 15% y un 17% de la superficie disponible para almacenar papel. Esto implica una gran oportunidad para el ahorro de m² a través de la tercerización de archivos, la digitalización de documentos y la puesta en práctica de sistemas de gestión electrónica. De esta forma se puede disminuir en un 75% el espacio destinado a archivo.

4. Crear espacios multifuncionales

A lo largo del día las personas deben realizar distintas tareas que requieren diferentes tipos de espacios. Entonces, el espacio también debe poder adaptarse para que sea posible optimizar su

uso. Una oficina cerrada, por ejemplo, puede usarse como sala de reunión o espacio de trabajo individual dependiendo del usuario y de la necesidad del momento. Tener un espacio dedicado a la cafetería cuando su uso se limita a unas pocas horas al día tampoco parece muy razonable. Hay muchas oportunidades de flexibilizar el uso de los espacios y la idea es sacar el mayor provecho de cada uno.

5. Adoptar prácticas sustentables

Adoptar prácticas sustentables no solo reporta beneficios ambientales sino también económicos.

Implementar algunas acciones básicas de reducción en el uso de la energía y del agua puede redundar en un ahorro de un 30%.

Aplicando los nuevos conceptos al modelo inicial

Con la aplicación de los nuevos modelos al caso presentado anteriormente se ha logrado destinar un 25% de la superficie al trabajo colaborativo. Esto es muy importante, destacó Feingold, ya que estamos en una era de sobrecomunicación que nos crea una

Planta 2



Vemos que se ha logrado una interesante reducción de la superficie necesaria. El modelo sigue teniendo la misma cantidad de trabajadores pero la cantidad de puestos de trabajo se redujo en coincidencia con el caso de ocupación plena. El ratio de ocupación por persona bajó a 6,5 m²/persona con un 25% del espacio destinado al trabajo colaborativo.

falsa sensación de estar al tanto de las cosas. Las compañías necesitan que la comunicación sea efectiva y, en ese sentido, el exceso de información que no se puede procesar resulta perjudicial. Por eso es importante brindar áreas que propicien los encuentros informales que potencian la sinergia del intercambio personal, tales como las circulaciones anchas y los espacios de interacción.

Aplicando estos 5 conceptos se puede apreciar que el espacio resultante no solo funciona mejor (ver Planta 2) sino que también resulta más barato en lo que se refiere a la utilización de la superficie y los costos directos (renta/m², expensas, gastos comunes, operación, mantenimiento, amortización de la inversión, etc.) (ver Gráfico 2).

Sin embargo, aclara Feingold, hay un factor que es mucho más importante que todo esto: el efecto que este nuevo espacio va a ejercer sobre las personas.

Feingold subraya que los espacios de trabajo son las "fábricas de producción" de las empresas y las personas que en ellas trabajan son "máquinas" extremadamente sensibles a las condiciones del ambiente. El espacio que nos rodea, explica, nos afecta de manera profunda a cada uno de nosotros. Para que las personas puedan brindar lo mejor de sí se necesitan espacios de *alta performance*; aumentan la gratificación de los empleados, mejoran la productividad e incrementan, por ende, la rentabilidad de la empresa.

Características de los espacios de *alta performance*

- **Ambientales:** deben optimizar la calidad del aire, la iluminación, la acústica, la ergonomía y la seguridad.
- **Funcionales:** es preciso entender el tipo de trabajo que realiza cada compañía para poder brindarle los espacios que necesita en el momento adecuado. Todo esto sin perder de vista la calidad espacial, la proximidad de los espacios de acuerdo con la cadena de valor y la accesibilidad de los mismos.

Gráfico 2. Costos



- **Emocionales:** los espacios deben ser motivadores, deben promover la creatividad y la innovación, fomentar el sentido de pertenencia y la identificación, y comunicar adecuadamente la identidad y los valores de la empresa.

Todos estos beneficios se pueden medir a través de distintos indicadores (ver Gráfico 3):

- **Ausentismo:** según una estadística de la consultora de RRHH Mercer, el ausentismo representa el 20% del *payroll* de una organización y, de esta cifra, el 30% (6% del total) está referido a enfermedades profesionales. Si logramos mejorar las condiciones ambientales, este porcentaje se puede reducir en un 50% (3% del total).

Para trasladar estos porcentajes a números reales y, si estimamos que un salario promedio en la región para empresas de servicios es de 30.000 U\$S/año, el valor de este ahorro en el modelo que estamos utilizando equivale a 96.300 U\$S/año. Pero, además del ahorro en efectivo -subraya Feingold- esto significa que se está aumentando la capacidad productiva de la empresa en un 3%.

- **Rotación:** se estima que el promedio de rotación del personal en una compañía es del 19%, del cual el 7% corresponde a retiros voluntarios. La rotación tiene un costo indirecto muy difícil de medir que afecta tanto al clima organizacional como a los clientes

Gráfico 2. Ahorros



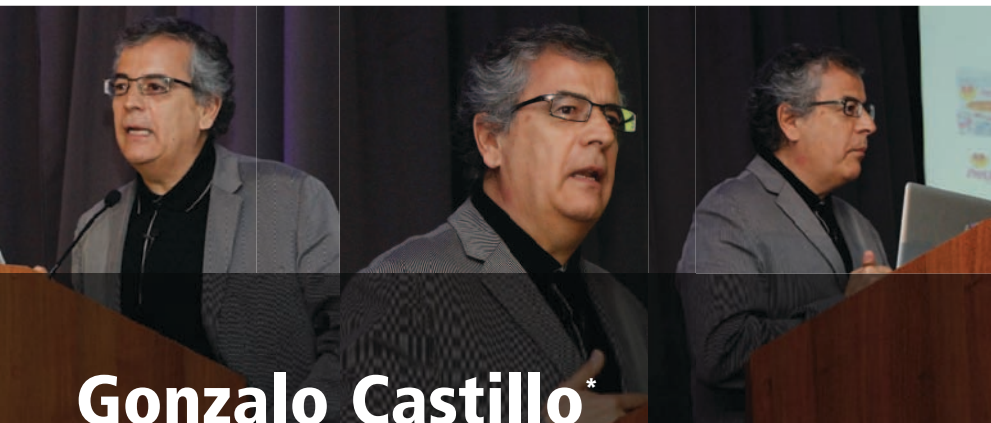
y los proveedores. Pero también tiene un costo directo que si se puede cuantificar y comprende los gastos relacionados con la búsqueda, selección, capacitación e integración del nuevo personal. Todas estas acciones equivalen a 6 meses del salario de la persona que es necesario reemplazar.

Si se aspira a una reducción del 30% de estos retiros (2,28% del total), en el modelo que se está presentando el porcentaje equivale a 36.000 U\$S/año.

- **Productividad:** la adecuación de la oficina para lograr un espacio de *alta performance* produce un aumento en la productividad de las personas. Algunos estudios sitúan este aumento entre un 10% y un 21%. Tomando el valor más bajo y trasladándolo al modelo que nos ocupa, esa cifra equivaldría a 321.000 U\$S/año. Esto también significa que se puede hacer un 10% más de trabajo con el mismo equipo.

En definitiva, cuando volvemos a la pregunta inicial "la elección de una correcta estrategia del espacio de trabajo, ¿es un gasto o una inversión?" La respuesta es, definitivamente, "una inversión".

*Victor Feingold es Director Regional de Contract. Se especializa en el conocimiento de las nuevas tendencias de negocios que se están estableciendo en un mundo marcado por la tecnología, el trabajo a distancia y la globalización de la economía.



Gonzalo Castillo*

Espacios de trabajo y diseño de experiencia

Si bien la humanidad comenzó a construir objetos desde el Neolítico, el diseño propiamente dicho recién nace en la Revolución Industrial como un recurso orientado a darle cierto decoro a los artículos que se fabricaban en serie, y en armonía con los procesos productivos que se estaban imponiendo.

A comienzos del siglo pasado comienzan a aparecer en Europa las primeras escuelas especializadas en la enseñanza de las artes y el diseño -tal como el caso de la Bauhaus- extendiendo el debate sobre forma y función a lo largo de la primera mitad del siglo XX. La concepción actual del diseño, sin embargo, ha ido un paso más allá incorporando la dimensión “emocional” del producto para introducirnos en el mundo de las experiencias.

La concepción actual del diseño ha ido un paso más allá incorporando la dimensión “emocional” del producto para introducirnos en el mundo de las experiencias.

En el mundo de hoy, las compañías ya no se diferencian bajando los costos o invirtiendo en publicidad sino gracias a la incorporación de innovaciones orientadas a mejorar la calidad de la experiencia de uso del producto, de tal forma que satisfaga las demandas emocionales de sus clientes; es el diseño lo que conecta a los usuarios con la emoción. Las marcas quieren transformarse en experiencias, desdoblarse más allá de su ámbito y desplegar elementos de su propia identidad.

La pregunta es ¿cómo lograrlo en el espacio de trabajo? Este es el tema que abordó Gonzalo Castillo en su exposición: la experiencia de marca y su relación con el diseño de los espacios de trabajo más allá de la ergonomía y la productividad. Castillo desarrolló un punto de vista sistémico e innovador enfocado en los usuarios y en la dimensión emocional y sensorial de las personas.

“Sin embargo -advertió-, la pregunta ‘¿qué debo hacer?’ activa el pensamiento analítico-deductivo y no resulta la más adecuada para examinar lo que aún no existe ni para poner en acción el proceso creativo”. Una buena opción, propuso, es cambiarla por “¿qué tal si...?”, expresión que pone en funcionamiento el

pensamiento abductivo y la intuición, herramientas más apropiadas para explorar e imaginar lo que no existe. Castillo afirmó que en todos los procesos de trabajo colaborativo en los que se participa con las organizaciones para cambiar el *statu quo* es muy sano partir de preguntas como esta.

¿Cuál es la oportunidad y la necesidad de transformar la gestión de las marcas hacia otro estado de cosas?

Las herramientas competitivas han cambiado mucho desde la era de la manufactura en la que tanto el producto como la línea de producción apuntaban fundamentalmente a la gestión de los costos. A fines del siglo XX vivimos la era de la distribución, a la que siguió la era de la información signada por la competitividad basada en la información sobre el cliente. Actualmente vivimos en la era del cliente, la economía de la experiencia. Dentro de este contexto -apuntó Castillo-, el *branding* experiencial y convergente emerge como una herramienta que aborda la experiencia, la identidad y la expresión de una marca.

La definición de *branding* que nos ofreció Castillo dice que se trata de "la estrategia de negocios que pone a la marca en el centro de su gestión, alineando productos y servicios, posicionamiento e identidad en torno a una propuesta de valor única y relevante tanto para el consumidor como para el cliente interno". Por una necesidad de coherencia y de visión sistémica los significados de esa marca deben ser potentes. Además, el *branding* debe planificar, diseñar y gestionar la entrega de experiencias memorables y consistentes a todas sus audiencias en un espacio omnicanal. Una definición de este tipo, añadió, puede redefinir el rol estratégico que cumple el *marketing* en las organizaciones, actualmente reducido al mero manejo de un presupuesto de publicidad.

Sin embargo, el *branding* en el contexto actual se desactualiza rápidamente. Castillo diferenció dos mitos ampliamente difundidos en la estrategia de negocios: el *branding* para la fidelización y el *engagement*, ninguno de los cuales es realmente efectivo. Un ejemplo clave es el caso de los integrantes de la llamada "Generación Y". Estos clientes no suelen permanecer en una organización durante un lapso mayor a 3 años por lo que no tienen ninguna posibilidad de ser fidelizados ni de comprometerse por un periodo de tiempo prolongado.

Mientras tanto, las empresas se han hecho expertas en crear expectativas a través del marketing, pero han hecho muy poco por satisfacerlas. Las marcas buscan transformarse en experiencias y "emocionalizarse" desde su expresión, por lo que muchas de ellas han intervenido el diseño de sus logos para "ablandarse" y poder así acercar al usuario a la experiencia emocional.

Entender la anatomía de una marca, enfatizó Castillo, es un paso fundamental para poder intervenir en una experiencia. La marca no es un rótulo, es una operación mental que opera en tres grandes dimensiones: la real, la imaginaria y la simbólica.

Las tres dimensiones de la experiencia de marca



La **dimensión real** está vinculada con los productos, servicios e infraestructuras; la **dimensión imaginaria** está representada por el posicionamiento o el lugar que la marca ocupa en la mente y el corazón de las personas, mientras que la **dimensión simbólica** está constituida por todos los sistemas de símbolos y comunicación mediante los cuales la marca se identifica y se relaciona con las personas y sus organizaciones. Estas tres dimensiones deben ser puestas en línea para que la construcción de la marca asegure coherencia y consistencia entre lo que representa, lo que promueve y lo que ofrece. Es lo que posibilita entender la "experiencia de marca".

Las empresas deben realinear las promesas del mundo imaginario con el mundo simbólico y crear productos que estén en sintonía con la propuesta de valor de la marca.

Para cualquier empresa, afirmó Castillo, resulta de fundamental importancia definir su identidad a través de los productos y de los espacios. Las marcas deben buscar esa identidad a través de la emoción, de la experiencia de uso y del "diseño kansei", o diseño emocional, que se basa en el impacto que las formas en sí mismas tienen sobre las personas.

Pero también será importante tener en cuenta al echar mano de estos recursos, remarcó, que los seres humanos somos menos racionales de lo que nos gustaría creer. Estamos llenos de disonancias emocionales y de sesgos cognitivos que modifican y determinan nuestra percepción. El "efecto halo", por ejemplo, aumenta la significación de las primeras impresiones -ya sean negativas o positivas-, a veces hasta el punto de que la información que nos llega a continuación es en su mayor parte despreciada. Resumiendo el concepto: las primeras impresiones son las que cuentan.

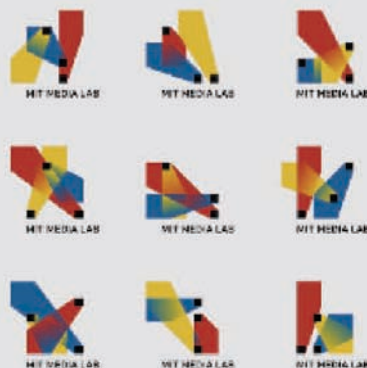
Las empresas, entonces, deben realinear las promesas del mundo imaginario con el mundo simbólico y crear productos que estén en sintonía con la propuesta de valor de la marca. La identidad corporativa no se construye transfiriendo a la arquitectura logotipos, colores y propiedades gráficas sobre ella. Esto representa la banalización de la marca y la desnaturalización de la arquitectura. Son necesarios un concepto icónico y una representación simbólica de la marca.

Para construir una identidad esta tiene que ser parecida a lo que somos; no basta simplemente con tener pretensiones. Los valores, los símbolos, las creencias y los comportamientos de la empresa ayudarán a construir su identidad. Se trata de llevar adelante un proceso de identificación de las singularidades que resulten auténticas, propias y diferenciadoras, y de proyectarlas para construir una imagen en la mente de los otros. No se puede partir de una idea preconcebida de la identidad, hay que encontrar en el ADN de la organización esos elementos para luego transferirlos al mundo físico o digital, puntualizó.

El MIT Media Lab, por ejemplo, ha desarrollado un algoritmo que es aplicado a una forma de tal manera que existen tantas versiones del símbolo institucional como personas que trabajan allí. Nadie tiene el mismo logotipo en su tarjeta de visita, expresando con ello un principio fundamental de esta organización que pretende representar el mundo colectivo y el mundo individual como generador de un espacio creativo de gran potencia.

Diseñar la experiencia

Actualmente, afirma Castillo, podemos decir, siguiendo a Tom Peters, que el diseño afecta tanto a los productos como a los servicios. Todo producto, cuando está diseñado en función de su uso y de su valor de uso, implica un servicio y todo servicio constituye una experiencia ya que el diseño es siempre acerca de las experiencias.



Una **experiencia** de marca, de uso, de compra o de visita es un evento o episodio que ocurre en un espacio de tiempo íntimo y subjetivo (vivencia). Se genera en un **espacio de relación** (interacción) con un **producto o servicio** y debe ser **gestionable, simple y rentable**. Debe estar alineada con la propuesta de valor de la marca y su ocurrencia se da en un contexto determinado, involucrando **racional, emocional y sensorialmente** a los sujetos y, eventualmente, modificando sus **comportamientos y significados**.

Gonzalo Castillo nos propone desagregar esta definición en los términos resaltados, intervenir en ella y transformarla en una metodología que vaya abordando de forma más analítica cada uno de estos pilares de la experiencia de marca.

Resumiendo los conceptos hasta aquí volcados Castillo sintetizó que una experiencia de marca es la suma de las vivencias y las

emociones que conservamos en nuestra memoria como resultado de las múltiples interacciones en todas sus dimensiones: la real, la imaginaria y la simbólica. Constituye una relación entre las expectativas, los deseos y las necesidades del consumidor por un lado, y la respuesta funcional, la conexión emocional, sensorial y cultural, por el otro.

Cuatro claves que hay que tener en cuenta para acercarse al diseño de experiencias

1. Ser empático con las personas para identificar dentro del contexto tanto las variables culturales en juego como sus requerimientos funcionales, emocionales y sensoriales para incorporarlas al diseño de los servicios. Esto mejorará significativamente la percepción de la calidad, los índices de satisfacción, la promoción y la lealtad de los usuarios.

2. Ser colaborativo en el proceso creativo. El aporte de recursos para la innovación colaborativa contribuye a orquestar y armonizar visiones no siempre compartidas dentro de las empresas. Esto permite generar un “ecosistema” saludable para la supervivencia de un proyecto cuyo éxito se juega en la capacidad de abordar sistemáticamente un problema.

3. Que la experiencia sea prototipable. Supone el desarrollo de habilidades para experimentar y prototipar soluciones de bajo costo y rápida ejecución. Del mismo modo en que nos valemos de una maqueta para comprender mejor la propuesta espacial de un arquitecto, o de un boceto para interpretar una idea antes de ejecutarla, las experiencias pueden ser prototipadas en base a diversos recursos antes de entrar en plena operación. El prototipo puede ser funcional o de aspecto, estar concebido a escala real, presentarse en contexto o fuera de él. Lo importante es disponer de un recurso que nos permita evaluar las ideas y el impacto que tendrán en los usuarios.

4. Tener un enfoque holístico. Esto supone abordar los eventos desde el punto de vista de las múltiples interacciones que los definen. Según esto, las características y propiedades de un sistema no pueden ser determinadas o comprendidas a partir de la suma de sus partes sino comprendiendo que el sistema completo se comporta de un modo distinto a la suma de las partes que lo componen.

***Gonzalo Castillo** es diseñador de la Universidad Católica de Chile, Socio Fundador y Director Ejecutivo de Procorp. Ha sido fundador del Premio ChileDiseño y Presidente del mismo en dos oportunidades. También ha dictado decenas de charlas y seminarios en distintos países sobre temas de diseño, branding, ecobranding y retail, entre otros.

Las cuatro claves que definen el diseño de experiencia



Una experiencia de marca constituye una relación entre las expectativas, los deseos y las necesidades del consumidor por un lado, y la respuesta funcional, la conexión emocional sensorial y cultural, por el otro.



Greg Lindsay*

Ingeniería de la serendipia

Hoy en día, las empresas están preocupadas por encontrar nuevas formas de fomentar la interacción casual entre los empleados con la esperanza de que estos encuentros informales entre personas con habilidades diferentes puedan dar paso a la creatividad, generar nuevas ideas, dar origen a novedosas soluciones o, en última instancia, aumentar la camaradería en el lugar de trabajo

Para lograr estos objetivos, algunas empresas están explorando nuevos enfoques, desde exponer a los trabajadores a auténticos “choques” en espacios de trabajo más reducidos, hasta estrategias con sesgos lúdicos para estimular la interacción de las personas en absolutamente todos los espacios imaginables tales como ascensores, pasillos, escaleras, etc.

Las empresas deben afrontar el desafío de crear entornos que promuevan la generación de ideas, que favorezcan la creatividad y el pensamiento original.

Parece ser un hecho que las empresas no están dejando la casualidad al azar en busca de la tan preciada creatividad.

Este es el meollo de la charla que ofreció Greg Lindsay al abrir el ciclo de conferencias de Worktech en Buenos Aires. La consigna no fue hablar de las personas en términos de productividad ni de m^2 sino en términos de las ideas que producen y de la sinergia que genera la interacción casual entre ellas. Hablamos de la “serendipia” (del inglés, *serendipity*), un término que no está registrado en el Diccionario de la Real Academia Española pero que sí está en boca de todos aquellos que están interesados en los procesos que llevan a la generación de grandes ideas.

Hasta que la Real Academia no diga otra cosa, utilizaremos el término serendipia para referirnos a los descubrimientos que se hacen por accidente pero no al azar. Esta expresión fue acuñada por Horace Walpole en 1754 a partir del cuento de hadas “Los Tres Príncipes de Serendip” en el que se narran las aventuras de tres príncipes que, gracias a su sagacidad, continuamente hacen descubrimientos accidentales que no se habían planteado. Algunos de los grandes descubrimientos tales como la penicilina o la dinamita, no fueron intencionales. La casualidad jugó un papel

muy importante pero solo fueron posibles gracias a la lucidez de quienes se toparon con ellos. Tal como dijo Louis Pasteur (uno de los beneficiados por la serendipia): “El azar favorece solo a la mente preparada”.

Pero el verdadero reto para las empresas de hoy, nos dice Lindsay, no reside únicamente en desarrollar un lugar de trabajo que brinde las condiciones adecuadas para producir encuentros casuales sino en conectar a las personas correctas, independientemente de dónde estas se encuentren.

Actualmente vemos que cada vez más personas trabajan fuera de la oficina. Según algunas encuestas que se han llevado a cabo en los EE.UU. se estima que para el año 2020 un 40% de los trabajadores será *freelance* o llevará a cabo sus tareas fuera del espacio de trabajo. Las empresas habrán tercerizado parte de sus actividades y se transformarán en “ecosistemas” que formarán parte de un cuadro más amplio donde tanto los socios como los colaboradores y los competidores serán parte de una red que irá más allá de los límites físicos de la oficina.



Pero, ¿qué pasa cuando la línea divisoria entre la oficina y la ciudad se vuelve difusa?, se pregunta Lindsay. Al extender el espacio de trabajo hacia las ciudades nos encontramos con mayores posibilidades de interacción, con personas que no necesariamente son colegas ni comparten nuestra actividad. En las ciudades hay una falta de propósitos que hace que resulte más fácil plantear nuevas ideas, agrega.

En las empresas, por el contrario, existe un organigrama en estratos muy establecidos -podemos conocer perfectamente cómo funcionan e interactúan las personas- y también hay un propósito y una cultura. Dentro de este esquema la innovación y la creatividad pueden resultar muy difíciles de alcanzar. Además, actualmente la ocupación real del espacio de trabajo se ha reducido a un 30%-50% dado que la mayoría de la gente realiza sus tareas fuera de la oficina.

Según Lindsay, esta parece ser una buena oportunidad para replantearnos cómo se hace el trabajo, cómo debería ser el espacio de trabajo y de qué manera se puede diseñar una oficina menos estructurada donde se pueda desarrollar mejor la creatividad. Hoy trabajamos en equipo y la posibilidad de encontrarnos con otras personas es la clave para la innovación. Las empresas, remarca Lindsay, deberán afrontar el desafío de crear entornos que promuevan la generación de ideas, que favorezcan la creatividad y el pensamiento original.

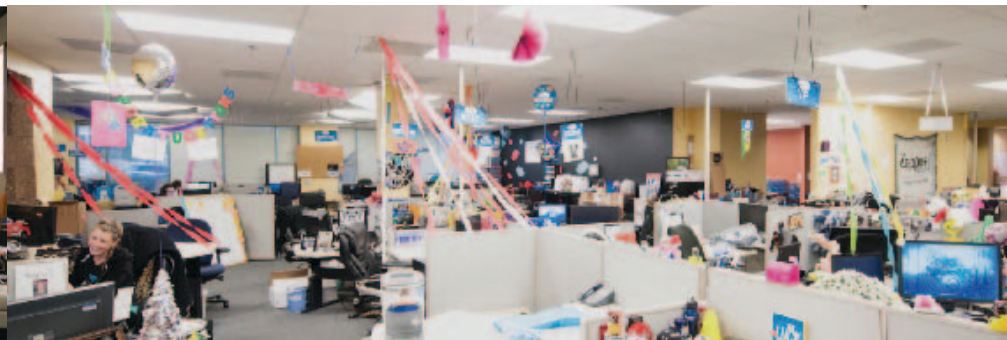


La serendipia en el espacio físico

La nueva sede de Facebook diseñada por Frank Gehry, por ejemplo, albergará 2.800 empleados en un gran espacio sin divisiones que, según señalan, intenta dar cuenta del modo de trabajo abierto en la red social. Los trabajadores contarán con puestos de trabajo móviles que podrán trasladarse para formar equipos y trabajar en diferentes proyectos. La nueva sede de Facebook encarnará la alegoría de una ciudad para que la gente se encuentre.

Por otro lado, Tony Hsieh, el fundador de Zappos, relocizó su empresa en Las Vegas para hacer de la ciudad un lugar atractivo para vivir y trabajar. El proyecto está inspirado en la planificación característica de las ciudades densamente pobladas. La tasa de ocupación ha crecido ya que se asignó alrededor de 9 m² por persona en lugar de los 14 m² que tenía su oficina anterior. Las salas de descanso son pequeñas para que la gente literalmente choque entre sí. El concepto detrás de esta drástica reducción de espacio es que cuanto más frecuentemente se choque con un colaborador, más probabilidades habrá de lograr una conversación que pueda dar lugar a la transferencia de información.

La sede también está diseñada para poner a sus 1.500 empleados en estrecho contacto con la ciudad. En esta nueva locación se ha creado en el lobby de la sede un espacio de *coworking* de libre acceso donde se comparte la actividad con trabajadores de otras



Hoy en día las necesidades de las empresas han cambiado y necesitamos crear espacios que favorezcan la exposición de las personas a nuevas ideas.

empresas y de *startups* a fin de fomentar el intercambio y la colaboración. También se instalaron juegos en los ascensores tales como *trivias* para ayudar a romper los silencios incómodos. La idea detrás de todas estas iniciativas es que cuanto más interactúa la gente más rápido aprende y aumenta su productividad.

La serendipia en el espacio virtual

Las iniciativas para fomentar la serendipia no se limitan solo al espacio físico. También existen desarrollos de *software* tales como *Foursquare*, que apuntan a los mismos objetivos: reunir a la gente con intereses afines a fin de promover los intercambios creativos.

Foursquare es un servicio basado en la localización a través de la Web aplicada a las redes sociales. La geolocalización permite ubicar un dispositivo fijo o móvil en una locación geográfica. La idea principal de la red consiste en ir ganando puntos por

"descubrir" nuevos lugares. A partir de la información que los usuarios han ido introduciendo, el servicio ha ido evolucionando hacia un motor de recomendaciones que sugiere lugares interesantes de manera inteligente.

El futuro, asegura Lindsay, se tratará de dónde estoy, con quién me conecto y qué intereses tenemos en común. La tecnología ya está avanzando en esa dirección y será capaz de brindarnos esa información en un sinnúmero de dispositivos, no solamente en el teléfono celular. Estos conceptos, aplicados a la oficina, pueden transformarse en el puntapié inicial de una serie de relaciones inmensamente provechosas para fomentar la creatividad y la colaboración.

También podemos mencionar a *Liquid Space*, una aplicación para todo tipo de dispositivos móviles -desde *smartphones* hasta *tablets*- que está disponible en algunas ciudades de los EE.UU. y que conecta gente buscando espacios para trabajar en las

locaciones que tienen áreas disponibles para compartir. Los trabajadores móviles pueden buscar en tiempo real un lugar para trabajar o reunirse cuando, donde y como ellos quieran.

Lindsay también se refirió a *Megahouse*, un experimento que refleja las múltiples relaciones entre la tecnología y los actuales estilos de vida urbanos en la sociedad de la comunicación que han sufrido la pérdida del sentido de "lugar" y han desarrollado una ambigüedad en los límites entre el espacio privado y el espacio público. De la misma manera, *Megahouse* es una propuesta de vida para habitar toda la ciudad como si fuera un enorme "casa". El concepto se basa en un nuevo sistema de tiempo compartido en el cual el espacio no utilizado en la ciudad puede ser rentado para su uso individual.

La tecnología básica para acceder a *Megahouse* es el sistema *ZapDoor*, una herramienta que se utilizará para controlar el acceso a los espacios disponibles en la ciudad ofreciéndolos para usos individuales.

Tradicionalmente hemos considerado a la oficina como una máquina, concluyó Lindsay, como una fábrica. Hoy en día las necesidades de las empresas han cambiado y necesitamos crear espacios que favorezcan la exposición de las personas a nuevas ideas. En lugar de crear un espacio de trabajo de manera más eficaz tenemos que apuntar a mejorar las sinergias entre la gente.

***Greg Lindsay** es periodista y escritor de la revista *Fast Company*. También es autor del libro *"Aerotropolis: The Way We'll Live Next"*. Sus escritos han aparecido en prestigiosos medios tales como *The New York Times*, *el Wall Street Journal*, *Bloomberg BusinessWeek*, *The Financial Times* y *McKinsey Quarterly*, entre otros.

Cambiamos.



**Tu espacio.
Tu forma de trabajar.**

 **rubinat**

Arquitectura Corporativa,
Farmacéutica, Cosmética,
Veterinaria y Alimenticia.

(54 11) 4701.1890
info@rubinat.com.ar
www.rubinat.com.ar

SU PRÓXIMO ALIADO EN LA INTEGRACIÓN DE TECNOLOGÍA AUDIOVISUAL



- Proyección de imágenes y displays.
- Sistemas de audio para todas las necesidades, incluso las más complejas.
- Video conferencia LifeSize.
- Soluciones de conectividad, automatización y control completamente personalizadas.

5353-1110

Avda. Corrientes 1386,
Piso 11, oficina 1102
Ciudad Autónoma de Buenos Aires
www.proyecciones.net

 **Proyecciones
Digitales**

yoo
"starcck"

SERVAS

WWW.ASCENSORES-SERVAS.COM

SERVAS EN EL MUNDO PRESENTE EN TORRES YOO PANAMÁ

Yoo Panamá es una lujosa torre residencial hotelera/comercial, conformada por tres edificios con espectaculares vistas al mar y a la ciudad. Se trata de lo último en cuanto a diseño en dicha ciudad; la torre residencial contará con departamentos tipo loft, penthouses o triplex, como así también un sector con servicios spa, restaurantes y salón. Este exclusivo edificio deslumbra con su suntuoso parque inclinado de tres niveles, que termina en un impresionante mirador de la Bahía de Panamá y el Océano Pacífico. Entre variadas comodidades, posee una pileta para niños y adultos con distintas profundidades. Suntuosas salas de usos múltiples y todo tipo de servicios.

Ascensores Servas proveyó a Yoo Panamá de una completa flota de ascensores y escaleras mecánicas. Al ser una de las construcciones más altas de Latinoamérica, ha requerido de un exhaustivo análisis de antecedenentes y tecnología para poder resolver eficientemente el traslado de pasajeros a gran altura, y con gran exigencia de prestaciones, confort y alto tránsito. Ascensores Servas fue la empresa seleccionada, y ésta destinó la tecnología más innovadora, con aplicaciones avanzadas de electrónica e informática que resuelven con solvencia la exigente complejidad de cumplir cuatro objetivos de Yoo Panamá para su complejo: seguridad, velocidad, confort e innovación tecnológica. Todo esto asegurando, además, capacidad de transporte y tráfico pesado.

SIEMPRE A LA VANGUARDIA

Ascensores Servas es el mayor fabricante de ascensores de Argentina y el más importante del continente. Es referente de exportación en nuestro país. Además es la única fábrica de equipos de estacionamiento robotizados. El sostenido crecimiento de la compañía, tanto en el mercado internacional como nacional y la participación en los mercados de Sudamérica, Centroamérica y Miami, permiten brindarles a los clientes un respaldo y confiabilidad que solo una empresa con esa trayectoria y experiencia puede garantizar.

La planta argentina, totalmente robotizada y automatizada cuenta con equipamiento tecnológico de avanzada, que permite fabricar la totalidad de los componentes de acuerdo a estrictas normas de calidad internacional, alcanzando así el máximo nivel de excelencia, sinónimos de la identidad de los Ascensores Servas. Los pilares de la empresa tienen que ver con la constante innovación industrial, la incorporación de las mejores y actualizadas tecnologías. Cuando los modernos edificios impusieron la necesidad de elevarse con un medio rápido, seguro y eficaz, Ascensores Servas aceptó el desafío. Es la única firma del rubro que encara la provisión completa al exterior, desde el proyecto hasta su instalación.

SERVAS

SEGURIDAD Y EFICACIA GARANTIZADAS

Yoo Panamá, uno de los diez complejos de edificios más altos de Latinoamérica y diseñado por el afamado Estudio Internacional de Diseño Philippe Starck, cuenta con los ascensores de la empresa argentina SERVAS. Visite el emprendimiento y disfrute de nuestros equipos en plena operación.

Para Ascensores Servas, el cielo es el límite. ASCENSORES SERVAS fabricó e instaló en YOO PANAMA una completa flota de ascensores, escaleras mecánicas y plantas de energía a saber:

ARTS TOWER - T2

3 ASCENSORES en grupo, 78 paradas, 5 m/seg de velocidad (300 m/min), botonera "Touch Screen" y Convencional, cabinas en madera, acero, espejo y vidrio y 1350 kg de capacidad de carga.

ARTS TOWER - T1

3 ASCENSORES en grupo y 1 ASCENSOR de servicio. Cuenta con 70 paradas, 5 m/seg de velocidad (300 m/min), botonera "Touch Screen" y Convencional, cabinas en madera, acero, espejo y vidrio y 1350 kg de capacidad de carga.

YOO TOWER

6 ASCENSORES en grupo que cuentan con 60 paradas, 4 m/seg de velocidad (240 m/min), botonera "Touch Screen" y Convencional, cabinas en madera, acero, espejo y vidrio y 1350 kg de capacidad de carga.

LOBBY PRINCIPAL

4 ESCALERAS MECÁNICAS con vidrios de color amarillo artístico y luces en balaustrada, las cuales permiten el acceso directo de planta baja al Lobby en primer nivel.

PLANTAS DE ENERGÍA

Grupos SERVAS - ENERGY, 10 plantas de energía de 600KVA y 6 de 720KVA cada una.

OBRAS DESTACADAS

La calidad de tecnología de Ascensores Servas puede comprobarse en:

- Biblioteca Nacional
- Torre ANTEL (Uruguay)
- Secretaría de Industria y Comercio
- Hotel Hilton
- Torre PDVSA Maracaibo (Venezuela)
- Ministerio Defensa Venezuela (Venezuela)
- Torres ART - Yoo (Panamá)
- Hotel Marajó São Paulo (Brasil)
- Hotel Pestana São Paulo (Brasil)
- Torres Estrella del Sur
- Torre Madero
- Torre Libertador 336



Escritorios / Salas de Reunion / Espacios Comunes
Puestos de Trabajo / Oficinas Privadas / Recepciones
Terrazas / Baños .

marcela@on-accesorios.cl
(56.2)242 2783 - (56.9)9278 9878
San Patricio 4099 Of.501, Vitacura. Santiago

ON **accesorios**
El detalle final para un buen proyecto.
www.on-accesorios.com

ESTUDIO DE ARQUITECTURA
EMPRESA CONSTRUCTORA

INNOVACIÓN Y CALIDAD A SU ALCANCE

ARQcropolis
construcciones

OFICINAS • BANCOS • FÁBRICAS
LOCALES • OBRA HÚMEDA Y SECA



Tel.: (54 11) 4302 3038
info@arqcropolis.com.ar
www.arqcropolis.com.ar



taugen

Seguridad
Electrónica

Detección de Incendios • Circuito Cerrado de TV
Control de Accesos • Detección de Intrusión • Audio

Díaz Colodrero 3339 (C1431FMR) Cap.Fed.
Tel./Fax: (5411) 4542-6353
www.taugen.com.ar • info@taugen.com.ar

ag

AG CRISTALES S.A.
cristales espejos carpintería metálica

Vidrios y Espejos

Mamparas y
mesadas para Baño

Frentes y Divisores
en Cristal Templado

Laminados y
Multilaminados de seguridad

Frentes de Placards

Carpintería de aluminio

Cerramientos

Construcción & Decoración
Instalaciones & Trabajos Especiales

Tel. Fax +54 11 4581 7510
Galicia 1223 (1416) | CABA | Argentina.
info@agcristales.com.ar | www.agcristales.com.ar

caporaso Construcción y montaje en equipamiento de oficinas.
Asesoramiento Profesional



CUBE es nuestro nuevo diseño de mobiliario para oficinas
que incorpora el concepto de sustentabilidad, a partir del
aprovechamiento de los recursos y la reutilización de las
materias primas para su producción.

Av. Córdoba 3000 - Ciudad de Buenos Aires, Argentina
(011) 5111 1778 - 1111 1111
info@caporaso.com.ar | www.caporaso.com.ar



ARQ.ZILLO
CONSTRUCCIONES EN SECO

- DISTRIBUIDORES E INSTALADORES OFICIALES DE DURLOCK.
- COMERCIALIZACIÓN DE MATERIALES PARA LA CONSTRUCCIÓN EN SECO.
- CIELORRASOS SUSPENDIDOS.
- CIELORRASOS DE PVC.
- PISOS FLOTANTES.
- AISLACIONES ACÚSTICAS Y TÉCNICAS.
- ALDRILLO.
- ABERTURAS PARA SISTEMAS DE CONSTRUCCIÓN EN SECO Y DURLOCK.
- ENVÍOS AL INTERIOR.
- PRESUPUESTOS PERSONALIZADOS.

info@arqzillo.com.ar | www.arqzillo.com.ar

Privasol
Cortinas Inteligentes



Enrollables Venecianas Verticales Orientales



5
AÑOS

Privasol | Fábrica:
Calle 49 (ex Libertad) N°7101 cp. 1655 Bs. As. Arg.
tel: (5411) 4729 0477 / Fax Directo: (5411) 4729 0889
Showroom: Avda. Belgrano 100 cp. 1092 Capital Federal Bs. As. Arg.
Tel: (5411) 4343-4209 | info@privasol.com.ar | www.privasol.com.ar



PROYECTOS E INSTALACIONES
AIRE ACONDICIONADO - CALEFACCIÓN - VENTILACIÓN

Av. Rivadavia 10.229 (C1408AAC) C.A.B.A.
Tel/Fax: 5290 7070 ldingeneria@ldingenieria.com.ar
www.ldingenieria.com.ar



Arregui 4485 (C1417GNO)
Capital Federal - Buenos Aires
Tel/Fax: 4566-4215 - e-mail: pintura@macherione.com.ar
www.macherione.com.ar



- Atención personalizada, profesionalismo, control de avance y estándares de calidad nos definen como solución para nuestros clientes.
- Más de 25 años de trayectoria avalan nuestra experiencia.



- Obras Nuevas
- Refacciones
- Locales Comerciales
- Oficinas
- Instalaciones Industriales

www.hubermanyassociados.com.ar - Av. San Juan 1950 11º
(C 1232 AAO) - Tel. /Fax: 5411 4304 8510 / 4304 2888

Arquitectura Corporativa
Relocalización - Administración - Data Centers
Proyecto - Dirección de Obra
Facility Management - Space Planning



BALCO

L.R. Allen 1134 - Piso 10º - C1001AA1 - Ciudad Autónoma de Buenos Aires
Teléfono: +54 11 4110 4675 - facility@balco.com.ar - www.balco.com.ar

S.C.P.
Construcciones S.R.L.

Maipú 1460 • Villa Maipú • (1650) San Martín
Tel/Fax: 4839-0865 • fpaduan@ciudad.com.ar



PREFEMAR S.A.
MARMÓLES Y GRANITOS

Mariano Acha 1491 (1430) - Capital Federal
Tel.: 4555-0434 • Fax: 4552-0532
prefemar@telecentro.com.ar • www.prefemar.com.ar



- Pintura interior y exterior
- Revestimiento texturado
- Trabajos en altura

3 de febrero 3218 1º (B1644CUT) Victoria - Pcia. de Bs. As.
Tel.: 4725 2449 • Fax: 4744 6453
e-mail: ghalu.info@gmail.com



limpieza final de obra y limpieza diaria.
Venta e instalación de alfombras, pisos vinílicos, pisos flotantes
y pisos de goma.
Lavado de alfombras, carpetas y cortinas roller.
Venta e instalación de cortinas roller.

Curapaligüe 447 - 2ºB, CABA
11-15-3303-0584
info@fgobrasyservicios.com.ar



**SISTEMAS
DE PROTECCION
CONTRA INCENDIOS**

- Servicios de Ingeniería y Asesoramiento integral para la Protección contra Incendios en la Industria Petrolera y Química bajo normas locales e internacionales (NFPA 12, 13, 15, 16, 20, 24, 30, 72, 101, 850, 851, etc.).
- Montaje de Instalaciones de Sistemas contra incendios a base de agua, gases y detección.
- Pruebas y mantenimientos según normas vigentes.

RIVADAVIA 969 2º B (C1002AAH) C.A.B.A.
TEL/FAX: (5411) 4345 4547 / 4703 - 5276 9617
info@incendiocassi.com.ar

www.incendiocassi.com



**CONSTRUCCION
EN SECO**

- Tabiques (Pl. Roca de yeso)
- Revest. (Pl. Roca de yeso)
- Cielorrasos acústicos
- Cielorrasos desmontables
- Cielo (Pl. Roca de yeso)
- Cielorrasos metálicos

Veritas: Uspallata 618 (CP 1143) Capital Federal
Tel/Fax: 4361-1480 - 4307-7700 / 1970
E-Mail: administracion@arsecsa.com.ar



**Soluciones
Seguridad
Integradas**

Video



Intrusión



Incendios



Accesos



Control
de Activos



11 Años

Cobertura
Regional



Contact Center
+54-11-5279-4726

www.lotustec.net



Tel.: +5411 4504 2680 - Lavallol 4025 PB "B"
C.A.B.A. (CP 1419) B.A. Argentina
e-mail: corel-obras@yahoo.com.ar



Cel.: (15) 5472-3521 • Chacabuco 2871, San Fernando.
matitrench@hotmail.com



- Aire Acondicionado
- Calefacción
- Ventilación

Calle 62 N°1393 e/ 22 y 23 - La Plata • Tel./Fax: 0221 453 2828
e-mail: escala@speedy.com.ar



Cristales s.r.l.

Entre Ríos 2572
(CP1704) - San Justo
Tel./Fax: 011-4659-9142
e-mail: imcristales@yahoo.com.ar



Cableado estructurado - Fusión fibra óptica
Termografía infrarroja - Ingeniería
Distribuidor mayorista de materiales eléctricos

Av. Castañares 6180 Cap. Fed.
Tel.: 4602 1751
e-mail: info@simecsrl.com.ar



Enercom
latino SRL

Soluciones de conectividad y energía.
Sistemas de automatización y comunicaciones.
Consultoría. Soporte técnico y asesoramiento.

Cel.: (15) 5713-3962 • NEXTEL: 54*535*5264
sergio_sm76@hotmail.com



Tel.: 20669164
José León Cabezon 3595
www.m2dconstructora.com.ar

Robi B. Cohen
Pablo A. Cohen
Andrés Jacquelin
Arquitectos

- Arquitectura tradicional, proyecto, dirección y construcción.
- La arquitectura como expresión de la imagen corporativa.
 - Interiorismo de oficinas, obras llave en mano.
- Consultoría empresarial planeamiento estratégico de los espacios.
 - Racionalización, productividad y reducción de costos.

Av. Córdoba 795, Piso 4° - Of. 7 (C1051AA6)
Tel.: 4312 6313 rot. / ccjarq@fibertel.com.ar / www.ccjarq.com.ar

Duplique sus m²



SERVICIO DE MUDANZA DE DOCUMENTACION Y ARCHIVOS

Contamos con profesionales experimentados que poseen sólidas herramientas y metodologías sustentadas con normativas de procesos.

In DH Systems desarrollamos un sistema de archivo que se compone de un conjunto de módulos deslizantes sobre rieles que permiten la utilización de un único pasillo de acceso, duplicando la capacidad de archivo de los diseños tradicionales. Su equipamiento interior puede variar de acuerdo a las necesidades del cliente. El movimiento es mecánico por medio de una manivela ergonómica, que asegura un suave y fácil deslizamiento de uno o varios módulos en forma simultánea.

- Optimizan el tiempo de búsqueda.**
- Ahorran de 50% a 70% de espacio de guardado.**
- Controlan el acceso a la información.**
- Facilitan el acceso a la información.**
- Gerenciamiento por software.**



DH SYSTEMS
INTERGROUP
SISTEMAS DE ARCHIVO Y ALMACENAMIENTO

f t in s (54 11) 4 207-3555

www.dhsystems.com.ar. Visite nuestro sitio y conozca todas las soluciones en logística de almacenamiento.



Excelencia en gestión de Servicios Integrales



Operación y Mantenimiento Integral
de edificios e instalaciones.



Limpieza Especializada
para oficinas, laboratorios, centros de salud, plantas industriales y centros comerciales.



Servicios de Soporte / Personal Temporal
recepción, mensajería, correo interno, cadetería, help desk, y cafetería.

ALGUNAS DE LAS EMPRESAS QUE NOS ELIGEN:

IBM • Four Seasons • Arcor • Kraft Foods • Avon • Acindar • TetraPak • Colgate • Nestlé • SKI • 3M • Lenovo • Procter & Gamble • Unilever • Coca Cola • Telecom Argentina • Hewlett Packard • Motorola • Wal Mart • Chevron • Royal Canin • PepsiCo • Fargo • Sony Music • HSBC • Banco Comafi • Molinos Río de la Plata • La Rura • Fate • Exxon Mobil • XPMG • Ledesma • MTV • La Nación • CHR Hansen • Givaudan • Droguerías del Sud • Cargill • IFF • General Mills • Marval O Farrell • Arla Food • Calkhaqui • Alulflex • Verizon • Provencred • Oracle • Teleted • Ervases del Plata • Prysmian • Nodia Siemens • Masika • Fensa • ABB • Malhe • Skanska • DirecTV • YPF • Danone • Laboratorio Casasco • Falabella • Complejo Delfines Guarani • La Virginia • Compañía Cervecería • Massalin Particulares • DSM • Faurecia • Schlumberger • Ball Packaging • Sinterarc • Fecovita • Constructora Sudamericana • Urbaser.