

# INSPIRATION

by ACTIU

>> EN PRIMER PLANO  
**ENRIQUE CARRERO**

>> HABLANDO CON  
**CARLOS LAMELA**

>> **ATRAER TALENTO:**  
ESPACIO COMO  
GENERADOR DE  
EXPERIENCIAS

>> **TENDENCIAS:**  
ESPACIOS Y  
DIGITALIZACIÓN

## ESPACIOS, PERSONAS Y TALENTO



# Agile

COLLECTION ●●●



LOS TIEMPOS CAMBIAN Y LAS  
EMPRESAS DEBEN CAMBIAR CON ELLOS



# Índice:

## editorial ---- 04

*Talento: cultura y adaptación al cambio*

**Joaquín Berbegal**

CEO Actiu

## actualidad ---- 06

*Espacios personas y talentos*

## 12 en primera persona

**Enrique Carrero**

Presidente de IFMA España



## Retención de talento por parte de los Facility Managers

## en primera persona ---- 18

*Hei-Life, programa de conciliación y bienestar en el trabajo*

**Fernando Lallana**

Workplace & Wellbeing Manager

People Function de Heineken España;

## primer plano ---- 24

*Orbea: Cuando el trabajo va sobre ruedas*

## 36 key notes

*La gran retención: el espacio como generador de experiencias*



## 56 hablando con...

**Carlos Lamela**

Arquitecto, cofundador y presidente del

Estudio Lamela Estudio



## Arquitectura sostenible

## sostenibilidad ---- 64

*El impacto del diseño biofílico en la percepción de los empleados*

**Anna Ferrer**

Co-directora del estudio CU4 Arquitectura

## sostenibilidad ---- 72

*Economía Circular y producción sostenible*

**Julio Rodrigo**

Innovation & Sustainability Manager

CENFIM - Furnishings cluster

## en clave alta ---- 80

*Actiu 'km0': Actuar en local, pensar en global*

## el laboratorio ---- 84

*El espacio como estímulo para innovar*

## 96 punto de mira

*El lugar de trabajo: el ADN de la empresa*

**Capexus**



## primer plano ---- 104

*Tpartner Network Services, nuevas oficinas*

## 136 en clave de diseño

*España protagonista del diseño mundial en el 2022*



## tendencias ---- 112

*El diseño de entornos laborales sin género*

**Ana Boscà**

Directora Dpto. Arquitectura Sanitaria y

Cultural en REE

## tendencias ---- 118

*Arquitectura & los espacios híbridos*

**Lorena Mussa**

Arquitecta/socia - Mussa arquitectos

## tendencias ---- 124

*La transformación digital: una cultura de transformación para las personas*

**Ana Oró**

Directora de Operaciones SAP España

## tecnolovers ---- 130

*Tecnología y conocimiento: espacios más seguros y motivadores*



Joaquín Berbegal  
---- CEO de Actiu

# Talento: *cultura y adaptación al cambio*

*“El uso de la oficina para atraer y fidelizar talento se presenta como un factor clave, máxime cuando el diseño de la oficina y las posibilidades que ofrece al empleado para desarrollar su trabajo inciden directamente en la productividad y el plan de negocio de la compañía”.*

**E**n plena revolución digital unida a la propia transformación interna empresarial, cultural y generacional que venimos viviendo desde hace años, y acelerada por la pandemia de Covid19, donde se ha puesto a prueba la resistencia y capacidad de resiliencia de las organizaciones, hemos aprendido que sin duda **uno de los pilares más importantes para crecer, evolucionar y superar cualquier crisis pasa por tener una cultura potente y unos valores de empresa** de los que poder sentirse orgulloso, generando un **fuerte sentimiento de pertenencia**.

Hacer nuestras **organizaciones más dinámicas, flexibles, ágiles, más creativas, más respetuosas con las personas y el planeta es un reto** que sólo podemos abordar con talento comprometido con el proyecto, capacitado y motivado. Para llegar a ese punto debemos **invertir en las personas y los lugares que ocupan** con el fin de conseguir espacios de alto rendimiento saludables y eficientes. Decisiones estratégicas que aportan un **valor diferencial** para las personas y la productividad de la empresa.

**El diseño de los espacios es una herramienta para captar y fidelizar equipos.** Son lugares que deben ser capaces de soportar los nuevos mundos híbridos, generar comunidad, establecer dinámicas de aprendizaje, facilitar la concentración y la inspiración, siendo **siempre inclusivos** en términos de género, cultura, o diversidad funcional. **Entornos que fomentan la salud física y mental**, siendo capaces de generar bienestar a través del cuidado de elementos como la acústica, la iluminación, la biofilia o un equipamiento adecuado que responda a todas sus necesidades.

**El espacio de trabajo influye de forma extraordinaria en el grado de compromiso de los empleados**, como demuestran datos del estudio titulado *Human Experience*, realizado por JLL, en que se refleja que aquellos que aseguran que su

espacio laboral es muy eficaz para el desarrollo de su trabajo muestran un nivel de compromiso muy superior al de quienes lo consideran nada eficaz, con una diferencia de un 56% frente a un 16%.

En las siguientes páginas hemos recopilado, de la mano de expertos y especialistas, las claves para la transformación de nuestras empresas. En un **momento VUCA**, donde nuestra realidad está condicionada por la digitalización, conflictos bélicos, problemas de salud pública a nivel mundial e inestabilidad en los mercados, que provocan de manera constante dificultades en el suministro, costes disparados y problemas de producción, debemos **reconocer nuestras fortalezas y anclarnos en ellas**, esto es lo que nos permitirá avanzar a la siguiente etapa.

En este contexto, y teniendo en cuenta también los retos propios y la transformación interna, hemos podido confirmar la relevancia que tiene el modelo de negocio en el que apostamos desde hace más de 50 años, basado en **invertir en la propia compañía y en el entorno** como estrategia empresarial trabajando en modelos productivos **basados en el KM0 y la economía circular**. Decisiones que nos han permitido y nos permitirán reaccionar de forma ágil cuando los mercados lo exijan y nos aseguran poder trabajar con garantías y solvencia.

En todo el proceso, **el diseño juega un papel muy importante**, tanto en términos de procesos como de estrategia empresarial. Esta visión es la que nos ha llevado a ser impulsores de Valencia Capital Mundial del Diseño, donde se constata cómo el diseño como disciplina transversal consigue ser palanca de un territorio elevando a otro nivel el diseño español, y especialmente el valenciano, a escala internacional vinculando nuestros productos con la alta calidad y prestigio en el mercado, fomentando así la actividad económica y empresarial. ✎



**Espacios,  
personas y  
talento:**  
*cómo fidelizar  
a los mejores  
profesionales*



DANONE - Paris (France)

La búsqueda de metas personales, la necesidad de conectar más con las personas queridas, el cansancio, la búsqueda de mejora salarial, el desapego por los valores de las compañías o la persecución de un propósito más acorde con los ideales individuales son algunos de los motivos que se han apuntado como las causas de la “**Gran Renuncia**”.

Como su nombre indica, se trata una tendencia de abandono masivo que surge en Estados Unidos en el año 2021, alcanzando la cifra de **12 millones de personas que dejaron voluntariamente sus empleos fijos** entre los meses de marzo y julio de dicho año, fenómeno que ha llegado a más de 47 millones desde principios de 2021 hasta hoy y ha traspasado las fronteras de su país de origen.



MUSEO RELOJERIA - Ginebra (Suiza)

Desde el inicio de la pandemia, nos hemos visto sometidos a niveles altísimos de agotamiento. Esta experiencia nos ha dejado grandes revelaciones, que han generado que las personas empiecen a reformular sus ideales, **buscando dar un mejor sentido a sus vidas.**

Aunque la explicación es, sin duda, más compleja. Estamos ante un **cambio de era**, también en las relaciones laborales, que obliga a administraciones públicas, empresas y en general, al mundo laboral a una adaptación extraordinaria. Podemos llegar a la conclusión de que estamos viviendo un cambio de paradigma, en donde las personas son las que eligen la organización donde trabajar, queriendo ser parte de una cultura organizacional con la que se sientan identificados.

La **cultura corporativa o empresarial** define la personalidad de una organización y es la clave para frenar este fenómeno de renuncia laboral y **promover un cambio positivo** para la empresa y sus colaboradores.

Uno de los conceptos que más calan hoy entre las nuevas generaciones de trabajadores es el del **trabajo sostenible**. No se trata sólo de un concepto ecológico sino una filosofía de trabajo. Es fundamental

esforzarse por ser sostenible con el planeta y con la empresa, sin embargo, en el mismo nivel de importancia, hay que conseguir **trabajadores fidelizados y felices** en la empresa. Porque **la sostenibilidad y el bienestar son las dos caras de una misma moneda.** No pueden separarse y el resultado de su ejecución debe ser rentable y continuado en el tiempo.

Entender la importancia de la **fidelización de talento** resulta sencillo: cuando un trabajador no se siente motivado, no se identifica con los valores de la empresa, carece de implicación y compromiso, lo habitual es que busque nuevas oportunidades fuera de ella.

‘La cultura corporativa o empresarial define la personalidad de una organización y es la clave para frenar este fenómeno de renuncia laboral y promover un cambio positivo’



MATTEL - Barcelona (Spain)

El **diseño del espacio es esa palanca facilitadora del cambio**. El poder de los espacios y el mobiliario para contar historias, transmitir emociones y generar experiencias. Conciliar la versatilidad y la polivalencia en un entorno que transmita identidad, que la oficina deje de ser un lugar al que se acude para convertirse en otro donde suceden cosas, construir ecosistemas adaptativos y evolutivos, donde convivan generaciones muy distintas y que construyan comunidad.

Un espacio sostenible y saludable debe aportar serenidad, confort y ser inclusivo, es decir, acoger a personas diversas en cuanto a género, edad, cultura y capacidad. **La inclusión es también salud mental para quien se siente incluido, integrado y representado**. Además, la amabilidad de esos espacios está muy conectada con la naturaleza, es decir, con el **diseño biofilico**, que toma en consideración cuestiones como la luz, los materiales, los volúmenes, el color y el confort acústico y termal, entre otras. Un espacio cuya experiencia es positiva y motivadora, es un entorno que beneficia a las empresas y, por ende, a la organización.

Es clave **invertir en las personas** de una organización, en su bienestar y salud, en herramientas tecnológicas y en procesos que les permitan trabajar mejor y en espacios que sean facilitadores de todo ello. Antes de preguntarse cuál es el futuro de los espacios de trabajo, las empresas van a tener que dar un paso atrás y entender a sus trabajadores. La revolución digital ha hecho que las tareas individuales y que demandan de una mayor concentración se hagan en casa, mientras que las colaborativas y las que realmente van a transformar los espacios de trabajo, tienen lugar en la oficina. Resulta fundamental que las empresas entiendan qué tipo de talento quieren tener, fidelizar y atraer, así como el valor que las oficinas otorgan a los empleados.

Hay que encontrar ese equilibrio perfecto que ahora combine lo mejor de ambos mundos en su forma híbrida, y convierta las oficinas en espacios deseables, en donde la gente quiera estar, convivir, colaborar y sea un terreno fértil para la creatividad y la innovación.

Este es en realidad el nuevo reto. 📌



GETTING BETTER - Alicante (España)



DIGISPACE - Madrid (Spain)



DIGISPACE - Madrid (Spain)



MAIKE GROUP - China

# “Los Facility Managers ayudamos a retener el talento en las organizaciones”



## Enrique Carrero Álvaro ---- *Presidente de IFMA España*

Enrique Carrero Álvaro es **Presidente de IFMA ESPAÑA** desde enero de 2021 y sponsor de la Comisión de Trabajo de Relaciones Institucionales, así como de la de Sostenibilidad, Tecnología y Smart Cities.

Es Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales, PDG por IESE-Harvard School y Agente de la Propiedad Inmobiliaria por oposición del Ministerio de Fomento.

Ha desarrollado su carrera principalmente en las siguientes áreas: Valoraciones y Consultoría, Inversiones y Transacciones, Suelo y Asesoría en Desarrollos, Servicios Generales y Transacciones Inmobiliarias para las Corporaciones.





Solystic  
---- Francia

**P: ¿Cómo podría definir al profesional del Facility Management y cuáles son las funciones de las que se encarga en un escenario como el actual de cambio con nuevas formas de trabajar en modelos mixtos (presencial y remoto)?**

R: El profesional del Facility Management, al que representamos en IFMA España, es la **pieza clave** y necesaria que, **desde un enfoque multidisciplinar, se encarga de gestionar todos aquellos aspectos que hacen que organizaciones y empresas sean más eficientes, sostenibles y productivas en cualquier espacio de trabajo. Calidad de vida de las personas y mejor funcionamiento de las organizaciones y del entorno** construido en general es nuestro

objetivo. Considerando esto y teniendo en cuenta la época de cambio, con un retorno paulatino a las oficinas de sus trabajadores y con la posibilidad que ofrecen algunas de mantener un modelo híbrido, su trabajo es todavía más esencial, si cabe. Sea cual sea el lugar de trabajo, es el Facility Manager el que vela porque todos tengamos los mejores espacios laborales posibles, incluso en nuestras propias casas o en cualquier otro sitio, para que todos podamos desarrollar plenamente nuestra actividad y para que las empresas puedan seguir siendo competitivas. A partir de ahí existen muchas fórmulas de cómo conseguirlo.

**P: Considerando que la pandemia ha modificado la escala de prioridades de los profesionales, ¿qué les piden ahora los empleados a sus empleadores para sentirse mejor en sus espacios de trabajo?**

R: No debemos olvidar que el cambio ya existía, pero es cierto que el Covid-19 lo ha acentuado. Antes de la pandemia, con la llegada de las nuevas generaciones a las oficinas (millenials, generación Z) y sus valores y orden de prioridades vitales ya se estaban experimentando cambios, prevaleciendo la solicitud de espacios polivalentes, democratizados, colaborativos y sostenibles, donde aspectos como la luz natural, la buena climatización, las buenas instalaciones y servicios, el mobiliario confortable se daban por hecho y se ambicionaban otros **aspectos diferenciadores** ligados a **tecnología, salud y bienestar, así como**

**medioambiente...** Tras la pandemia vivida, cada vez más personas quieren trabajar en nuevos espacios. Buscan espacios adaptados a las necesidades actuales, que sean más seguros y, sobre todo, destinados a potenciar la realización de prácticas profesionales diferentes para ampliar la creatividad, colaboración, imagen de marca, salud y bienestar, así como la productividad de las empresas y sus stakeholders.

**P: Si habla Ud. de nuevas prácticas profesionales ¿Cómo cree Ud., que debe ser la oficina que debe soportarlas?**

R: Preguntar sobre las oficinas del futuro es como preguntar sobre la sociedad y en concreto las organizaciones venideras. Son obviamente algo en constante evolución. **Las oficinas se adaptarán a las actividades organizacionales y a las personas que las utilicen.** Podemos poner



Edificio Los Cubos  
---- Madrid



de manifiesto las tendencias que estamos descubriendo en la asociación. Vamos claramente hacia un **modelo de oficina que vincula las 4C**: la **cultura empresarial**, el **cuidado de las personas**, la **comunidad y el entorno** y la **colaboración interna y externa**. Muchos trabajadores no irán a la oficina a hacer tareas que puedan hacer en cualquier otro lugar. Por ende, es evidente que los espacios de las empresas deben facilitar oportunidades de realización de actividades y networking a los stakeholders para que acudan a ellos. El trabajo para pensar de forma individual y sin interrupciones, se perfila como el tipo de tarea más idónea para realizar fuera de la oficina, si bien no de forma permanente, sino combinada, ya que la comunicación interpersonal inspira y enriquece el pensamiento

**P: -Así, ¿cree Ud. que nos quedaremos en casa para las tareas más individuales?**

R: Parece que esta es la tendencia al comprobarse, en estos dos años, que el trabajo en remoto y de manera individual funciona. Sin embargo, también tenemos claro que la oficina corporativa sigue siendo necesaria para desarrollar trabajo compartido y colaborativo. Concentrar menos tiempo dedicado a tareas individuales y facilitar preferentemente el networking, así como la cocreación, es en lo que están centradas las empresas. Además, este tipo de actividades están también siendo vinculadas a potentes plataformas de conectividad (con videoconferencias formales

de calidad) y a trabajo creativo en grupos reducidos que requiera especiales condiciones acústicas, de iluminación o de aislamiento, entre otros factores. Hablamos de **espacios de trabajo funcionales, pero también elegantes, espaciosos, amplios y donde el mobiliario ayude a una ejecución real de la inclusión, de la diversidad y que potencie la accesibilidad**. Y por supuesto, que ayude a incrementar la productividad empresarial y el uso de las nuevas tecnologías y la imagen de las organizaciones.

**P: ¿Y qué función tiene el profesional del Facility Management en ese nuevo modelo de oficina?**

R: Su función principal es troncal, ya que radica en crearla, gestionarla, operarla y mantenerla de una manera **eficiente, saludable y sostenible**. Pero, además, debido a la transversalidad de la función, el Facility Management contribuye a atraer y retener el talento en las organizaciones. Y esto lo consiguen, entre otras variables, ofreciendo espacios de trabajo que respondan a las necesidades reales de quienes los usan y que atiendan a sus valores y a los de nuestra sociedad, considerando **la adaptación a la actividad de la organización, la tecnología, la inclusión, la accesibilidad, la seguridad, la salud, el bienestar y la sostenibilidad como claves del éxito**. §



# HEI-LIFE, un programa mundial para la conciliación y el bienestar en el trabajo

## Fernando Lallana

---- Workplace & Wellbeing Manager  
People Function de HEINEKEN ESPAÑA



**Fernando Lallana es Workplace & Wellbeing Manager People Function de HEINEKEN ESPAÑA;** es madrileño, licenciado en Ciencias Empresariales por la Universidad Complutense, tiene un MBA y un Master en Dirección de Recursos Humanos ambos por ESIC. Habla inglés y francés, le gusta la historia, la cocina, está casado y es padre de dos hijos.

Fernando comenzó su carrera en el comercio internacional donde aprendió la importancia de la logística en el Retail formando parte de los primeros pasos del grupo Cortefiel en la importación desde Asia y la apertura de franquicias.

El grueso de su carrera lo ha realizado dentro del mundo de las compras en el grupo HEINEKEN especialmente en la compra de indirectos (servicios de marketing, facilities, HR...) llegando a asumir la dirección de compras de HEINEKEN Irlanda durante cinco años.

Actualmente reportando a la directora de Recursos Humanos, es responsable del bienestar de los empleados de HEIKENEN ESPAÑA coordinando las políticas de WORKPLACE y las áreas de SEGURIDAD Y SALUD incluyendo la gestión del Servicio de Prevención Propio. Para esto impulsó la creación del área WORKPLACE & WELLBEING en 2018.

**F**ernando Lallana, Workplace & Wellbeing Manager People Function de HEINEKEN España, nos cuenta en qué consiste el caso de éxito de HEINEKEN HEI-LIFE, un programa global que vela por mejorar la calidad de vida de sus trabajadores.

**P. Tras tantos años en la compañía asumiendo diferentes cargos ¿Cómo describiría su evolución dentro de HEINEKEN?**

R: Gran parte de mi carrera profesional dentro de la compañía la he realizado dentro del área de compras en el grupo HEINEKEN, enfocado especialmente en la compra de indirectos (servicios de marketing, facilities, HR...) llegando a asumir la dirección de compras de HEINEKEN Irlanda durante cinco años.

Tras especializarme en el mundo de las personas con un MBA y un Master en Dirección de Recursos Humanos, pase a ocupar el cargo de responsable del bienestar de los empleados de HEINEKEN España coordinando las políticas de WORKPLACE y las áreas de SEGURIDAD Y SALUD incluyendo la gestión del Servicio de Prevención Propio. Desde este puesto, dos de los **hitos más importantes han sido la creación del área WORKPLACE & WELLBEING en 2018 y la gestión del COVID 19, diseñando e implementando estrategias de prevención, así como la vuelta exitosa a las oficinas en modelo híbrido.**

**P. Desde su actual puesto como responsable del bienestar de los empleados de HEINEKEN ¿Cómo describiría la visión de la compañía sobre el cuidado de las personas?**

R: En HEINEKEN España somos una familia plural motivada por **hacer disfrutar a las personas y cuidar de nuestro planeta**, convencidos de que sumando la fuerza global y la diversidad local contribuimos al progreso de la sociedad.

En definitiva, nos preocupamos por nuestra gente. Nuestro objetivo es **apoyarlos para que prosperen y empoderarlos para que se cuiden a sí mismos y a los demás**, por eso nos esforzamos en **crear una cultura** en la que las personas aborden abiertamente el bienestar mientras abrazan el disfrute de la vida.

Por este motivo HEINEKEN trabaja desde hace años su **política de Wellbeing** concretada en el programa mundial HEI-LIFE, con un **enfoque integral**.

**P. ¿Cuáles son los pilares en los que se basa el programa HEI-LIFE?**

R: Se basa en **el bienestar, tratado de forma integral teniendo en cuenta las esferas física, emocional, profesional y social** de las personas; y en la **conciliación desde la filosofía del Smart working** a través de la que se impulsa el **modelo híbrido** de trabajo que se adapta a las necesidades de cada uno de los empleados.



**HEI+Life**  
Being well at HEINEKEN



‘El éxito de estas iniciativas se refleja en la última encuesta interna de la empresa, en la que el 97% de las respuestas indicaban que ya hacían uso de la modalidad híbrida y 9 de cada 10 afirmaban ser más productivos’

**P. En unas líneas, ¿Qué políticas concretas pone en marcha este programa para conseguir generar bienestar?**

R: En relación al **bienestar físico**, trabajamos desde un **enfoque preventivo** orientado a potenciar hábitos de vida saludable y una vida activa. Contamos con **servicio médico propio**, programas de **prevención y detección temprana**, formación de **primeros auxilios, menús saludables** y la incorporación de **nuestra área de Workplace**, todos nuestros centros de trabajo cuentan con **espacios agile, walking-meeting gardens, salas de lactancia** etc.

En lo relativo al **bienestar emocional**, contamos con el programa **Healthy Mind**, enfocado a fortalecer nuestra capacidad para hacer frente a los desafíos, mantener la perspectiva y levantarnos des de momentos difíciles hacia un lugar mejor.

Contamos con un programa gratuito de apoyo al empleado 24/7 con acceso a psicólogos profesionales para empleados y familiares dependientes que proporciona también asesoría legal y financiera.

En la mejora del **bienestar profesional**, nuestras acciones tratan de crear un **sentido de propósito, mejorar el significado del trabajo** que hacemos y trabajar de manera más efectiva por nosotros mismos y con nuestros equipos desarrollando

**acciones solidarias y voluntariados en proyectos medioambientales.**

Por último, mediante el **bienestar social** pretendemos **construir relaciones saludables** que nos impacten mental y físicamente, lo cual nos ayudará a manejar el estrés y ser más saludables. Para ello, se han implantado la **Política de desconexión “tiempo en verde”** a partir de las 18h.

**P. Teniendo en cuenta los nuevos modelos híbridos de trabajo y la cada vez más demandada conciliación ¿Cómo traduce esto HEINEKEN en la filosofía Smart Working?**

R: El smart working se ha configurado como la mejor solución después de un análisis profundo de la propia empresa, de estudiar **fórmulas pro conciliación, nuevos modelos organizativos, sistemas ágiles...**

Nuestra decisión fue la de co-crear el modelo de acuerdo con nuestros empleados, escuchando sus experiencias y entendiendo sus necesidades, probando con ellos distintas opciones de trabajo, presencial y remoto, más o menos flexibles. También se han teniendo en cuenta **la pluralidad y a la inclusión** en un contexto en el que están presentes **múltiples realidades**. El fin último es que, mediante esta filosofía de trabajo, **la motivación, la productividad y la cultura corporativa salgan reforzadas por igual.**

Después de este trabajo conjunto, decidimos no fijar un número de días de teletrabajo fijos, sino que cada empleado cuenta con 16 horas a la semana que puede distribuir como más le convenga pudiendo acumular 64 seguidas en el mes y disfrutar de teletrabajo 100% los meses de julio y agosto desde la residencia que elijan, ya que tanto las circunstancias personales como el propio desempeño diario influyen en la elección.

**La concentración en profundidad se consigue con más facilidad en casa; mientras que la oficina se convierte en un entorno amistoso para coordinar, socializar y trabajar en equipo**, fundamental en una compañía como HEINEKEN, que dirige buena parte de su cultura al disfrute de momentos compartidos.

El éxito de estas iniciativas se refleja en la última encuesta interna de la empresa, en la que **el 97% de las respuestas indicaban que ya hacían uso de la modalidad híbrida y 9 de cada 10 afirmaban ser más productivos.** §



# Orbea.

## *Cuando el trabajo va sobre ruedas*

Las nuevas oficinas de Orbea en la población vizcaína de Mallavia, en el País Vasco, materializan un proyecto Cool Working® de Actiu. Un proceso en continua colaboración con la conocida marca de bicicletas y el arquitecto encargado de la reforma, que ha permitido identificar las necesidades de los trabajadores de Orbea y trasladarlas al espacio de forma integral.

Con varios talleres de co-creación con trabajadores de distintas áreas de la empresa, Actiu ha podido conocer las necesidades reales del equipo. De carácter creativo y conceptual, este proceso ha permitido a los participantes mostrar cómo conciben su forma de trabajar, la relación entre departamentos y las sinergias internas, en búsqueda de nuevos modelos de trabajo que mejoren su día a día. Privacidad, colaboración y conexión han sido los aspectos más demandados de un workshop que ha definido las distintas necesidades de cada departamento y su situación en la nueva distribución.

Teniendo en cuenta las necesidades del equipo de Orbea, Actiu ha diseñado un espacio construido desde el mobiliario, que favorece el trabajo y la comunicación en y entre departamentos. La que era una oficina ocupada por mesas, sillas y un archivo sin orden aparente, se ha transformado en un entorno que no sólo da respuesta a las necesidades de sus trabajadores, sino que además les permite trabajar mejor.





**Identificada con su entorno y la naturaleza que les rodea,** y con un fuerte sentimiento de pertenencia, los trabajadores querían un espacio donde se respirase la cultura y una forma de vida que va implícita a la bici de montaña.

Para lograrlo, **conceptos como bosque, tierra y roca definen acabados, materiales** y la estética de un proyecto centrado en el bienestar del usuario.

La nueva planta, que añade al espacio de las oficinas originales parte de otras **dos naves operativas, organiza su distribución a partir de un análisis de flujos y circulaciones.** Con las áreas más dinámicas, de reunión y colaboración, ocupando la zona central, los puestos operativos se sitúan en torno a ella, más cerca de las ventanas y con abundante luz natural.

Para dar respuesta las necesidades de los equipos de marketing y comercial, que demandaban de un espacio más colaborativo y de trabajo en equipo, con zonas de creatividad y reunión informal, los puestos de trabajo de estos dos departamentos se han equipado con mesas Twist Gen, cuya configuración orgánica y flexible fomenta la interacción entre trabajadores, mientras que las sillas TNK Flex añaden la ergonomía y el confort necesarios.

Además de las zonas de reunión salpicadas por toda la planta, donde las mesas Tábula y las sillas Noom conviven con pizarras y paneles pineables, en el área de marketing se ha reservado un pequeño espacio para encuentros informales, equipado con la mesa Power con regulación en altura y módulos Bend en torno a ella.

---

‘Los trabajadores querían un espacio donde se respirase la cultura y una forma de vida que va implícita a la bici de montaña.’

---





En las áreas de producto, compras, financiero y operaciones, y con el objetivo de fomentar la concentración, se ha optado por mesas Prisma, con divisorias frontales fonoabsorbentes que mejoran el confort visual y acústico.

El departamento de producto **reserva una zona para el trabajo de pie y la manipulación de producto**, con mesas elevables y polivalentes Mobility Step, mientras que el taller, un espacio en constante evolución y movimiento, se equipa con versátiles mesas Talent y las sillas apilables Whass.



La demanda de un contacto directo con el producto que se resuelve con un panel pineable donde colocar prototipos, cuadros y otros complementos de bicicletas.

El fuerte carácter colaborativo de ORCA, una empresa perteneciente a Orbea especializada en la experiencia de pedaleo y el rendimiento, se materializa en un espacio similar a un coworking.

Para el **área de personas**, los trabajadores precisaban sustituir su tradicional **estética, normalmente fría e impersonal, por otra más íntima y acogedora**, a través de colores amables y materiales cálidos y naturales como la madera. Además de la isla de trabajo con mesa Longo y sillas TNK Flex, separada de ORCA por paneles y elementos vegetales, se ha reservado espacio para una zona de reunión dinámica y otra más privada. Destinada a entrevistas y conversaciones privadas, esta última se equipa con el soft seating Longo nómada y los pufs Bend, que sustituyen a la tradicional mesa separadora y añaden confort y proximidad.



‘Se precisaban zonas íntimas y acogedoras, a través de colores amables y materiales cálidos y naturales como la madera.’



*Elementos de partición móviles entre departamentos, con pizarras, archivos y zonas pineables y de cuelgue, los armarios de melamina o divisiones vegetales y de malla, permiten adaptar el espacio a las demandas y formas de trabajo futuras.*

Ocupando los tres módulos cerrados situados en la zona central y de movimiento, las salas de reunión se diseñan para dar respuesta a distintos tipos de encuentros y trabajo individual. Desde puestos operativos donde mantener encuentros privados o trabajar de forma individual, salas de videoconferencia o phonebooth para llamadas telefónicas, que, equipada con la ligera mesa Tábula y sillas Wing, permiten a los trabajadores hablar por teléfono sin molestar ni ser molestados.

El tercer módulo, y para facilitar el trabajo del director, se ha equipado con una gran mesa Longo y sillas Noom. Adosada a uno de sus laterales y asomada al departamento financiero, una pequeña grada con cojines y pufs Bend alberga un acogedor e informal entorno de colaboración e intercambio de ideas.

Con el objetivo de que las constantes visitas que acuden a las oficinas afecten lo menos posible a los trabajadores en su día a día, se han diseñado dos recorridos en torno a las salas de reuniones.



Como en una etapa circular con dos posibles rutas, donde los puertos de montaña son las salas de reunión y los puntos de control son zonas de uso común, el flujo se concentra alrededor de la zona central.

Para promover la **iniciativa 'Papel 0'**, las impresoras y demás elementos de papelería se colocan en espacios cerrados o rincones recogidos. Además, y para reducir al máximo el número de armarios distribuidos por el espacio, se ha reservado una pequeña zona, en el área de menor altura, para un archivo. Junto a él, dos salitas de trabajo individual que ofrecen refugio a quienes necesitan de un mayor grado de concentración y privacidad.

**La zona común nace para potenciar la colaboración y socialización** que demandaban los trabajadores, los cuales querían un espacio que incluyera cafetería, funcionase como punto de encuentro y pudiera albergar jornadas de formación y presentaciones. Los estores enrollables de separación y la gran versatilidad y ligereza del mobiliario permiten dividir o unir ambos espacios según se necesite.

**Colaboración, concentración, socialización, movilidad y flexibilidad se dan la mano en este espacio, que materializa la filosofía de trabajo de una empresa fuertemente comprometida con su tierra y el bienestar de sus empleados.** 



**DESCUBRE LAS OFICINAS  
COOL WORKING® DE ORBEA**

<https://www.actiu.com/es/proyectos/orbea-oficinas>



# A+S Work

## Ergonomía para todo y para todos.

El nuevo concepto **soft-tech** de ACTIU.



**Marcelo Alegre**  
---- Alegre Design

*“Esta silla, y la plataforma creada para ella, es el resultado de los últimos veinte años de Actiu fabricando sillas profesionales. En línea con la filosofía de economía circular de la marca, se ha optado por emplear termoplásticos en todo el producto: respaldo, asiento, base giratoria, brazos y accesorios. Así, se alarga el ciclo de vida de A+S Work, cuyas piezas pueden reponerse. Tras muchos años de uso, todos los componentes pueden reciclarse”.*

**A+S Work es una silla visualmente ligera que incluye un nuevo mecanismo de sincronización diseñado y desarrollado por Actiu en colaboración con Alegre Design.**

Actiu presenta la nueva silla A+S Work (Active Solutions for Work), una pieza inclusiva fabricada íntegramente con material termoplástico que estrena una plataforma tecnológica y un nuevo mecanismo de sincronización patentado por la compañía. Alegre Design, estudio de diseño valenciano liderado por Marcelo Alegre, asume el proceso de diseño de A+S Work, cuidando la ergonomía al máximo y aplicando estrictas normativas internacionales. La imagen liviana y ligera de esta silla le permite encajar en todo tipo de espacios. El mecanismo de sincronización entre el respaldo y el asiento permite el recorrido del respaldo en cuatro posiciones, cada una de las cuales admite bloqueo con un único mecanismo. El asiento, desarrollado aplicando los más altos estándares de ergonomía, se configura a partir de una fina lámina

**“A+S Work es una silla con tecnología de última generación.”**

envolvente de espuma flexible que garantiza la sustentación del usuario en cualquier postura. Además, la regulación en profundidad potencia el confort de la sentada y el acceso a los mecanismos integrados en su cuerpo inferior. Las palancas de regulación y ajuste incorporan un diseño de agarre con hendiduras integradas para mejorar aún más la diversidad de uso de la silla. Presenta dos tipologías de brazo, con regulación en 2D y 4D, respectivamente. A+S Work cumple con la certificación UNE-EN 1335-1 :2021 Tipo A, la BS 5459-2:2000+ A2:2008 para un uso Intensivo y el sello de calidad Geprüfte Sicherheit.



# La gran retención

## *El espacio como generador de experiencias*

**E**n la actualidad, la distribución y acondicionamiento de los espacios se plantean como parte de la propia estrategia de marca de una empresa, dentro de sus activos intangibles. Un cambio interesante si tenemos en cuenta que hasta hace poco tiempo, cuando se producía una renovación de oficinas o la inauguración de una nueva sede, el único objetivo era 'reducción de costes y optimización del espacio'. El entorno de trabajo se concibe a día de hoy como una herramienta para atraer y retener el talento, para generar creatividad, confianza, bienestar y por ende, mayor productividad.

De hecho, y según señala el estudio Gensler US Workplace Survey (2014), "El 90% de los empleados reconoce que su actitud en el trabajo se ve afectada de manera adversa por la calidad de su ambiente de trabajo".

## COMUNICACIÓN

# LA PLANTILLA: HABLE CON ELLA

**H**ablando se entiende la gente. Y se motiva. Está demostrado que fomentar la interacción entre los diferentes profesionales que trabajan en espacios de trabajo abiertos contribuye al intercambio de conocimiento, facilita la comunicación, promueve el trabajo en equipo y crea una atmósfera más cordial. Y es que la comunicación y la colaboración resultan tan productivas para la empresa como para las personas, ya que las conexiones sociales en el trabajo refuerzan la autoestima y las emociones positivas, incrementando así el compromiso hacia la organización o la marca.

Mantener una buena comunicación también entre directivos y trabajadores genera confianza y compromiso para alinear a los todos los equipos en la consecución de los objetivos propuestos.



## CREATIVIDAD

# PROPONER IDEAS ES SIEMPRE UNA BUENA IDEA

Las ideas y la creatividad son siempre la base de cualquier proyecto y las personas que conforman el equipo, el mayor activo. Por eso, es esencial que todos ellas cuenten con los recursos necesarios para manifestar y poner en común su talento. Y esas herramientas empiezan por un espacio confortable que estimule el ingenio y la generación de ideas que hacen que un empleado se sienta especialmente valorado.

No nos cansamos de repetirlo pero es que creemos que siempre vale la pena recordarlo: **¿sabías que en los espacios que acogen encuentros informales se dan hasta el 80% de las interacciones valiosas entre compañeros?**

Diseñar zonas capaces de crear equipo, buen ambiente, promover la colaboración y el intercambio de opiniones constructivos es generar espacios para que el talento fluya, y sobre todo, quiera quedarse.





## CONCILIACIÓN

# VIVIR EL TRABAJO SIN DEJARSE LA VIDA EN ÉL

Los profesionales cada vez valoran más que en su empresa exista la posibilidad de conciliar vida familiar y laboral con las mencionadas flexibilidad horaria y posibilidad de teletrabajar. El espacio y las instalaciones corporativas pueden convertirse también en una eficaz herramienta para ofrecer una mayor conciliación: desde gimnasios para facilitar la práctica deportiva en las mismas instalaciones hasta crear espacios de guardería para los hijos de los empleados o incluso habilitar zonas pet friendly.

En los últimos años, las compañías más vanguardistas han apostado por difuminar esa línea que tradicionalmente separaba el espacio de trabajo y la vida personal, reduciendo el estrés de sus empleados, aumentando su implicación y repercutiendo en su productividad.

Una apuesta por la conciliación que replantea el diseño de los espacios para hacer que sus ocupantes se sientan como en casa para permitirles ofrecer su mejor versión.



## PRIVACIDAD

# TODO EL MUNDO NECESITA SU ESPACIO PARA DAR SU MEJOR VERSIÓN

**T**ras la desaparición de los cubículos y la excesiva compartimentación por la que abogaba hace unos años el open space, ahora los nuevos espacios de trabajo demandan de nuevo entornos más privados que permitan a los trabajadores centrarse y concentrarse en sus proyectos.

Existen distintas opciones para albergar espacios de concentración incluso en las oficinas que siguen apostando por la apertura, como el mobiliario fonoabsorbente o separadores flexibles. Y es que las nuevas soluciones conjugan lo privado y lo compartido, convirtiéndose en lugares flexibles y polivalentes donde espacios íntimos puedan convivir con otros mucho más sociales.

Todos coincidimos en que cada día resulta más difícil realizar tareas sin distracciones ni interrupciones: que el espacio no sea un elemento que las propicie, lo convierte en un factor estratégico para el bienestar, y por lo tanto para la productividad, de cualquier profesional.

## LAS NUEVAS GENERACIONES TENER PRESENTE LO QUE QUIEREN LOS PROFESIONALES DEL FUTURO

Actualmente, dentro del mercado laboral se está generando un nuevo paradigma, liderado por los renombrados Millenials (nacidos entre 1980-1995) y respaldado por la Generación Z (nacidos entre 1995 hasta mediados de la primera década del 2000). Conectar con sus prioridades a través del espacio supondrá una oportunidad para atraer y retener el talento del futuro.

**Tribalismo.** Sentirse parte de una comunidad es una de las necesidades emocionales que más buscan cubrir las nuevas generaciones y trabajar en equipo por una causa mayor es una de sus principales motivaciones. Un sentimiento de pertinencia que puede reforzarse a través de espacios corporativos exclusivos, donde la identidad visual de la organización transmita claramente, mediante la decoración, el mobiliario o la gama cromática, el propósito de la marca para la (o mejor dicho, con la) que trabajan.

**Hacer equipo con el equipo.** Esa necesidad de crear comunidades también puede reflejarse en la propia distribución del espacio de trabajo. Las nuevas generaciones, (más partidarias de las redarquías que de las jerarquías) buscan zonas

comunes que fomenten la afinidad y que permitan conocer a sus compañeros, sus metas e incluso su manera de ver la vida para comprender y compartir mejor los objetivos comunes.

**Sostenibilidad.** La ansiedad climática o ecoansiedad es una realidad que se manifiesta principalmente en el segmento de población más joven, que asiste con impotencia a las estrategias fallidas de sus representantes gubernamentales ante la amenaza del cambio climático. Las compañías que muestren un sólido compromiso con unas políticas medioambientales claras, aplicando domotización y tecnología para ganar en eficiencia energética y reducir su huella, lograrán un mayor engagement mayor por parte de los juniors más concienciados.

## LA DESCONEXIÓN DIGITAL EL DERECHO A DESCONECTAR. TAMBIÉN DIGITALMENTE

El teletrabajo forzado por la crisis sanitaria del coronavirus fue recibido con optimismo por muchos profesionales. Sin embargo, con el avance de los meses y la instauración de esta práctica en muchas compañías, la frontera que separaba la jornada laboral y el tiempo personal fue haciéndose cada vez más difusa.

Convertir el hogar en el lugar de trabajo provocó jornadas laborales más prolongadas, algo que en la vuelta a la normalidad ha tendido a reproducirse debido a unas herramientas tecnológicas implementadas que permiten la comunicación permanente e instantánea con el resto del equipo.

Tanto es así, que algunas compañías están empezando a tomar partido implantando las denominadas medidas de "desconexión digital". Seguramente, porque tan importante es cuidar el espacio de trabajo como el tiempo del mismo. La realidad es que fomentar una cultura empresarial que promueva el descanso digital no solo mejora el employer branding de la compañía; también aumenta el rendimiento y el compromiso de sus equipos y reduce el absentismo y la rotación de personal.





## SALUD MENTAL

# NO VA SOLO DE SENTARSE BIEN, VA DE SENTIRSE MEJOR

Que vivimos en la era de "La gran renuncia" ya no sorprende a ningún departamento de recursos humanos. La pandemia, los largos tiempos de reflexión o la persecución de un propósito individual demasiado alejado de los valores de las compañías han forzado a muchos empleados a directamente, abandonar sus puestos de trabajo.

La cronificación de un mal ambiente laboral, el estrés o la desmotivación acaban provocando el conocido "síndrome del burnout" generalmente en oficinas con espacio físico reducido, escasez de luz natural o mala ventilación que contribuyen a la aparición de estrés y tensión.

Es un hecho: el espacio incide emocionalmente en los equipos y en su motivación, y las compañías que más apuesten por cuidar la salud mental de sus equipos cuidando desde el mobiliario (ergonomía, materiales fonoabsorbentes) hasta la distribución, con zonas de relajación y desconexión, habrán avanzado mucho en la carrera por no solo atraer, si no retener el mejor talento.

## FLEXIBILIDAD MÁS QUE EMPLEAR, EMPODERAR.

La pandemia, el teletrabajo y el trabajo híbrido han puesto de manifiesto la necesidad de redefinir la flexibilidad laboral en las compañías. Poder elegir el momento y la ubicación en la que desarrollar sus tareas se ha convertido en un requisito fundamental para los profesionales a la hora de elegir un lugar en el que desarrollar su carrera.

Y es en estos tiempos de modalidades de trabajo híbrido cuando surgen nuevos espacios y sobre todo, nuevas formas de organizarlo. Es el caso del Hot Desking por ejemplo. Una tendencia con la que se eliminan los puestos fijos de los empleados y se sustituyen por escritorios compartidos que se utilizan por turnos mediante una buena gestión previa de reservas.

Aunque cada compañía decide en última instancia el modelo a implantar en la nueva normalidad, no son pocos los expertos en recursos humanos que coinciden en que delegar en cada profesional la decisión de teletrabajar y organizarse por objetivos, genera una sensación de confianza que empodera y responsabiliza a los equipos.



## FORMACIÓN CONTÍNUA

# LOS MEJORES PROFESIONALES NUNCA DEJAN DE APRENDER

La formación continua es una de las apuestas empresariales mejor valoradas por los profesionales. Está demostrado que a la hora de atraer y retener talento, una empresa que ofrece formación continua a sus empleados es más atractiva que una que no la ofrece. Y en los tiempos que corren, no adaptar el espacio a las necesidades que requiere la formación, ya no es una excusa.

Además de las salas de formación o los auditorios para formaciones internas, existen otras soluciones para dar cabida a los nuevos modelos formativos, como las formaciones online o las clases individualizadas. Basta con apostar por las metodologías Agile, con gradas o separadores para crear zonas adhoc, o incluso disponer de mobiliario con puestos de videoconferencia para permitir la conexión a las formaciones online.

Las compañías lo han aprendido: generar espacios para el aprendizaje es la mayor demostración posible de implicación y compromiso con la plantilla. A fin de cuentas, es facilitarles el acceso a nuevas capacidades y con ellas el acceso a mejores puestos.



# Hablamos con... Carlos Lamela

**P**ara Actiu, Carlos Lamela es una inspiración, como segunda generación de un visionario como fue su padre, un auténtico pionero en la renovación de la arquitectura española. ¿Era inevitable dedicarse a esta profesión? ¿En qué momento decidió que éste sería su camino?

Siempre digo que, si hubiera tenido la posibilidad de tener tres vidas, además de arquitecto, me hubiese gustado ser piloto y diplomático, porque me encanta viajar y conocer mundo, dos cosas que curiosamente también he podido hacer gracias a la arquitectura. Con el tiempo y la distancia soy cada vez más consciente del gran arquitecto que fue mi padre, además de un pensador adelantado a su época. Su personalidad impactó en mí desde muy pequeño, cuando le acompañaba a muchas de las visitas de obra, y ya a los 12 o 13 años quise ser arquitecto. Más adelante tuve la suerte de trabajar durante muchos años con él, al que con el paso del tiempo la arquitectura se le había quedado pequeña y que, cuando yo y otros arquitectos tomamos el relevo del estudio, aprovechó para dedicarse a su labor humanista. Como gran pensador que era, **se dedicó a estudiar aspectos relacionados con la gestión del agua y la calidad del aire**, y cuando en los años 70 nadie había hablado aún de la palabra ecología, **él ya era un ecologista convencido**, que acuñó la palabra 'naturalista' y escribió el tratado 'Cosmoísmo y Geoísmo'.



**Carlos Lamela de Vargas**  
---- Arquitecto, cofundador y  
presidente del Estudio Lamela

**Carlos Lamela**, es arquitecto superior por la Escuela Técnica de Arquitectura de Madrid en 1981 y 'diseñador' por la UIA de Florencia (Italia) en 1984.

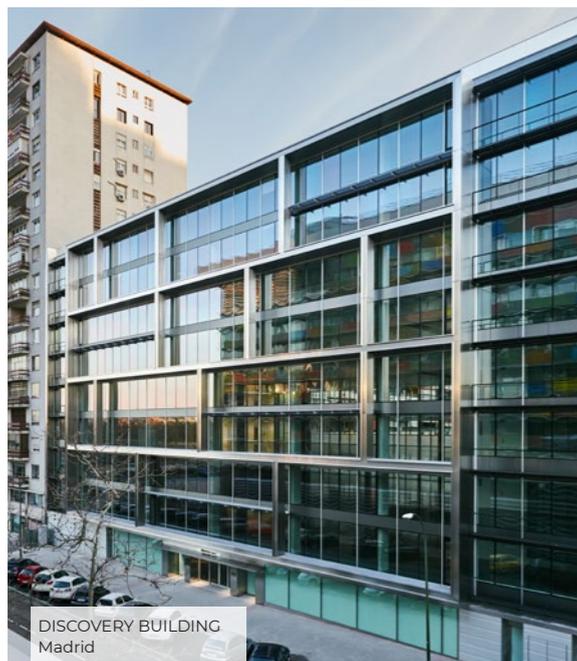
Es presidente ejecutivo de Estudio Lamela, despacho de arquitectura fundado por su padre, Antonio Lamela (1926-2017), en 1954. El estudio que dirige **ha dado a luz más de 2000 proyectos**, entre ellos la Terminal 4 del Aeropuerto de Madrid Barajas, las Torres de Colón, el Estadio Santiago Bernabéu, el Centro Canalejas, la Torre Astro de Bruselas, el Aeropuerto de Varsovia o el estadio de Cracovia.

Los proyectos realizados por la compañía bajo su dirección han obtenido numerosos premios nacionales e internacionales y han sido publicados en múltiples medios de prensa y del sector.





ROCA MADRID GALLERY  
Madrid



DISCOVERY BUILDING  
Madrid

**P: Centrándonos en esta internacionalización y la fuerte visión empresarial de Estudio Lamela, ¿qué opina de la conexión entre conceptos como estudio de arquitectura, empresa y rentabilidad?**

Mi padre, que al comienzo de su carrera profesional **también actuó como promotor y constructor**, fue muy pronto consciente de que, para conocer una disciplina como es la arquitectura, es importante entenderla como parte de un negocio unido al mundo de la construcción y la promoción. Aunque en aquel momento esa visión un tanto prosaica de la arquitectura, que normalmente se asociaba con una faceta más artística, no estaba bien vista, más adelante nos ha permitido convertirnos en un estudio que detalla mucho los proyectos y trabaja muy bien en equipo.

**P: Si hablamos del trabajo en equipo, ¿cómo están viviendo desde el estudio los cambios en los modelos de trabajo, tanto a nivel presencial como en remoto, y cómo la digitalización, a través de cuestiones relacionadas con la realidad virtual o conceptos como el metaverso, puede ser una herramienta fundamental para el relevo generacional?**

La primera vez que oí hablar de un ordenador enfocado a la arquitectura tenía unos 14 años y lo que ha pasado a partir de entonces es vertiginoso, con la llegada del **fax, la impresión láser, el BIM... y ahora las NFTs** y un metaverso que cuestionan el límite entre lo real y lo virtual. Las nuevas tecnologías lo han cambiado todo, favoreciendo un acceso abierto y gratuito al conocimiento desde una completa inmediatez, y ayudándonos a trabajar en remoto de manera muy productiva. Los modelos de trabajo están adoptando una mayor flexibilidad, tanto organizativa y de horarios, como espacial, y las oficinas son espacios más amigables, con vestíbulos más parecidos a los de un hotel, y despachos que tienden a desaparecer en pro de áreas de intercambio y socialización. Sin olvidar la movilidad de las ciudades, que con la llegada de los drones, en un primer momento para paquetería pero más adelante para el transporte humano, va a cambiar de forma radical.

**P: Sobre la economía circular y la arquitectura sostenible ¿estamos realmente diseñando ciudades más amables y sostenibles? ¿es fruto de la pandemia o es algo que ya había comenzado antes y ésta ha acelerado?**

La pandemia nos ha hecho reflexionar sobre algo que ya veníamos pensando desde hace tiempo y que trata sobre cambiar nuestros hábitos de vida y ser más comprensivos en los tiempos y modelos de trabajo. Respecto a la sostenibilidad, vamos a volver a analizar cosas que habíamos perdido como la ventilación natural, gracias a que el aire de las ciudades se va a cuidar más. Otro tema que vamos a recuperar son las terrazas, una tradición que surgió en los años 50-60 gracias a Gutiérrez Soto y que, tras una permisividad excesiva a la hora de no penalizar su cierre, han ido desapareciendo y siendo restringidas por los Planes

‘La pandemia nos ha hecho reflexionar sobre algo que ya veníamos pensando desde hace tiempo y que trata sobre cambiar nuestros hábitos de vida y ser más comprensivos en los tiempos y modelos de trabajo’

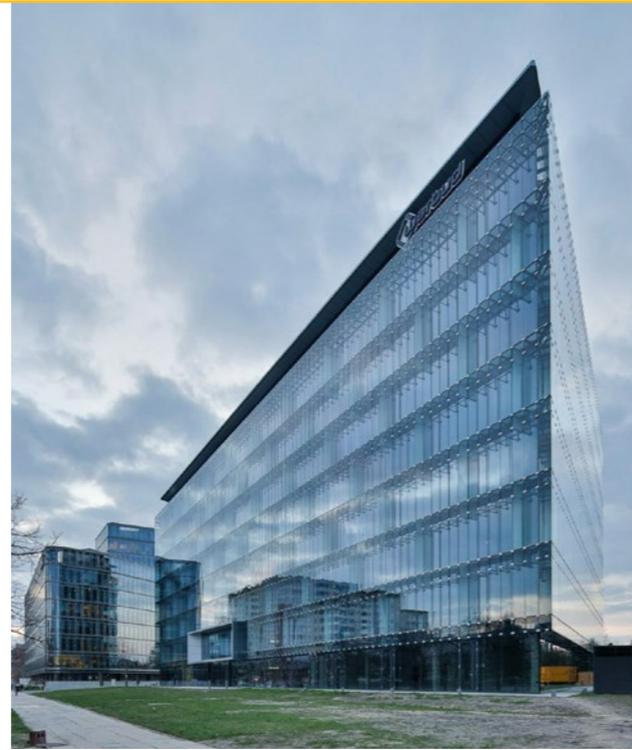
Generales. Ahora todo esto está cambiando, y Planes Generales como el de Madrid están siendo modificados para potenciar el uso de terrazas y espacios exteriores, primándose aspectos como la naturaleza, el aire libre, la mejor calidad del aire, una mayor flexibilidad, un transporte urbano más limpio y ciudades más amigables. Para todo ello los certificados ayudan, pero no deben convertirse en un corsé o etiqueta, sino en una consecuencia.

**P: Para terminar, nos gustaría que nos hablase de uno de sus últimos proyectos y de como se ve en los próximos años**

Además de la reciente adjudicación del proyecto de construcción del tercer Hospital de Málaga junto a AIDHOS, SENER y ARCS, en Madrid estamos ahora con dos edificios en Mendez Álvaro que van a ser uno de los complejos de oficinas más importantes de la capital. En esta misma ciudad hemos terminado recientemente el Centro Canalejas, un proyecto de regeneración urbanística de gran complejidad por su situación urbana, patrimonio, soluciones técnicas y diversidad de usos, que junto a la intervención en la Plaza de España y la Puerta del Sol va a permitir coser un eje monumental y ajardinado en un centro que se había quedado ya caduco. Como proyecto ilusionante, las dos vidas que he nombrado en un principio o continuar como arquitecto, que por fortuna es una profesión con una vida laboral muy larga. ♡



01



02



04



05

Pies de foto

- 01\_ Sede de Estudio Lamela, Madrid
- 02\_ Oficinas Kronos Pacific, Varsovia
- 03\_ Contact Center Banco Santander, México
- 04\_ Málaga Towers, Málaga
- 05\_ Schipol Airport-Terminal A, Amsterdam
- 06\_ Aeropuerto Madrid-Barajas T4 y T4S, Madrid



03



06

## ARQUITECTURA SOSTENIBLE

En Estudio Lamela la sostenibilidad es la búsqueda de un equilibrio entre lo ecológico, lo económico y los objetivos sociales. Entendemos la necesidad, hoy más que nunca, de crear un entorno alrededor de nuestros edificios donde los recursos se utilicen al máximo y se limite al mínimo la repercusión de la construcción en la salud y el medioambiente durante toda la vida del proyecto.

Desde Torre Astro (Bélgica) al Campus 'Futura' de Airbus en Getafe (Madrid), pasando por Centro Canalejas (Madrid), Nestlé House (Varsovia), Discovery Building (Madrid), la arquitectura sostenible ha sido nuestra seña de identidad desde hace más de una década. Ya Antonio Lamela (1926-2017), fundador del Estudio, fue un visionario que habló de arquitectura y ecologismo (acuñó los conceptos de Cosmoísmo y Geoísmo) cuando ni siquiera existía ese término verde, hace más de 50 años.

En el fondo, se trata de un compromiso con el medioambiente dirigido a construir edificios bioclimáticos y sostenibles que tengan, ineludiblemente, un rendimiento económico más eficiente.

Es la respuesta a una nueva forma de entender la arquitectura y la vida: "No se trata de dejar de consumir, sino de consumir mejor, teniendo como objetivos el ahorro energético, la eficiencia energética y las energías renovables", reflexiona Carlos Lamela, presidente de Estudio Lamela.

Por eso, la oficina analiza todos los proyectos desde un punto de vista global y tiene en cuenta cada detalle de su integración. De hecho, los beneficios de los edificios sostenibles son muchos: utilizan de modo más eficiente la energía, reducen las emisiones de dióxido de carbono, descienden el consumo y la demanda energética y contribuyen al desarrollo sostenible. No tenemos que dejar de consumir energía pero sí tenemos que hacerlo de una manera distinta, pensando, siempre, en el objetivo de ahorrar.

### Consumo casi nulo

Para que un edificio resulte sostenible hace falta un consumo energético casi nulo, materiales totalmente reciclables, un estudio preciso de las condiciones climatológicas y ambientales, una composición de fachadas en función de su orientación y buscar el *genius loci* para crear una arquitectura única adecuada al tiempo y el lugar. De hecho, para diseñar un edificio bioclimático, sostenible y de bajo consumo energético, Estudio Lamela tiene una metodología de trabajo que se basa en:

- **Análisis medioambiental**

Es el estudio de los datos climáticos y de soleamiento. Cada edificio debe responder al entorno y a las condiciones del clima donde está ubicado.

- **Soluciones integradas**

Es decir, estudio de todos los elementos del edificio. Para diseñar un edificio sostenible/bioclimático/energéticamente eficiente se deben trabajar conjuntamente todos los aspectos del edificio.

- **Reducción de demandas energéticas**

Se trata de aplicar medidas pasivas para reducir la demanda energética del edificio, como son la protección solar y la ventilación natural con el fin de evitar el sobrecalentamiento, y aprovechar la iluminación natural.

- **Energías renovables y consumo de energía cero del edificio**

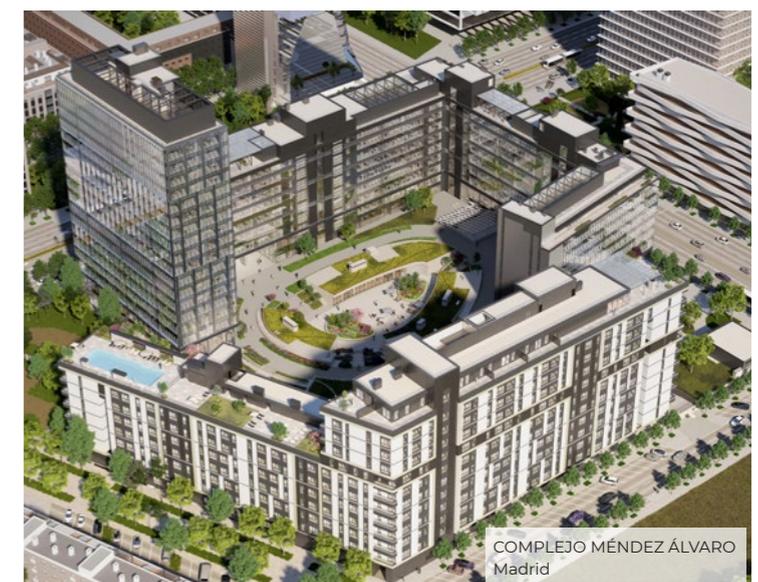
Incorporación de las energías renovables en el diseño de los edificios. Las energías renovables incluyen desde paneles solares térmicos, tubos de vacío y fotovoltaicos para generar electricidad, agua caliente, agua fría, calderas de condensación o de biomasa o geotermia, entre otros.

- **Simulaciones del edificio**

Para comprobar y garantizar el diseño de un edificio sostenible y energéticamente eficiente se deben efectuar simulaciones del edificio. Éstas incluyen energéticas, lumínicas, térmicas, de iluminación natural, de soleamiento, de viento así como de temperaturas superficiales de los materiales.

Todo este compromiso se ha traducido en que muchos de nuestros edificios han conseguido los más reconocidos certificados ambientales, como **LEED®** y **BREEAM®**. El planteamiento de Estudio Lamela a la hora de diseñar los proyectos y tomar cualquier decisión integra esos estándares, entre otros, durante todas las fases del proceso, desde su planteamiento inicial a su entrega. Este ha sido el caso, por ejemplo, de:

- Discovery Building, Madrid, 2017 (LEED-NC Platinum)
- Torre Astro, Bruselas, Bélgica, 2017 (Bâtiment Passif, 2015 y 2014)
- Nestlé Headquarter, Varsovia, Polonia, 2017 (BREEAM "Muy bueno")
- Viviendas en Modesto Lafuente, 28, Madrid (BREEAM "Muy Bueno")
- Centro Canalejas, Madrid, 2019 (en proceso LEED- GOLD)
- Campus de Airbus, Getafe, Madrid (precalificación BREEAM "Muy bueno")
- Complejo Méndez Álvaro, Madrid - *en fase de construcción* - (LEED Gold & A-Energy Qualified).



# El impacto del diseño biofílico en la percepción de los empleados



## Anna Ferrer Castillo

---- Co-directora del estudio  
CU4 Arquitectura

**Anna Ferrer**, es Arquitecta titulada por la Escuela Técnica Superior de Arquitectura de Valencia (ETSAV) en 2006 y Máster en Arquitectura Avanzada, Paisaje, Urbanismo y Diseño por la Universidad Politécnica de Valencia (UPV) en 2015. Es asimismo Arquitecta Técnica por la Escuela Universitaria de Arquitectura Técnica de Valencia (EUATV), desde 1999.

De 2003 a 2007, es arquitecto colaborador en AIC equip. Desarrollo de proyectos tales como el Centro Social y Guardería de Benidorm; el Edificio Departamental de Ciencias Sociales y Escuela de Magisterio y la Biblioteca Gregorio Mayans de la Universidad de Valencia, el Complejo Administrativo 9 de Octubre, Valencia. (Antigua Cárcel Modelo), así como diversos conjuntos residenciales y edificios de viviendas para empresas promotoras.

En 2007, Anna Ferrer dejó su carrera profesional como arquitecta de grandes estudios para **centrarse en proyectos de arquitectura enfocados a las personas** y por eso terminó montando su propio estudio, junto a unos compañeros, CU4 Arquitectura.

Actualmente **es AP WELL y especialista en diseño biofílico**. Tiene una **sensibilidad especial por el bienestar de las personas y del planeta**, lo que se refleja tanto en sus diseños como en su estilo de vida.



## ¿Qué es Biofilia?

**B**iofilia, es un concepto que Edward O. Wilson popularizó en 1984 con la publicación de su libro "*Biophilia: The human bond with other species*". En él describe la relación innata entre los humanos y la naturaleza. Tiene que ver con nuestra necesidad de estar conectados a la naturaleza.

A partir de este momento se han desarrollado abundantes investigaciones que confirman esta **preferencia del humano por la naturaleza, frente a entornos contruidos**. Uno de los más conocidos es "The role of nature in the context of the workplace. Landscape and Urban Planning" llevado a cabo en 1993 por la psicóloga ambientalista Rachel Kaplan de la Universidad de Michigan.

Algunos estudios además confirman, que **estar conectados con la naturaleza es una función adaptativa humana que permite y ayuda a la restauración psicológica**<sup>1</sup>

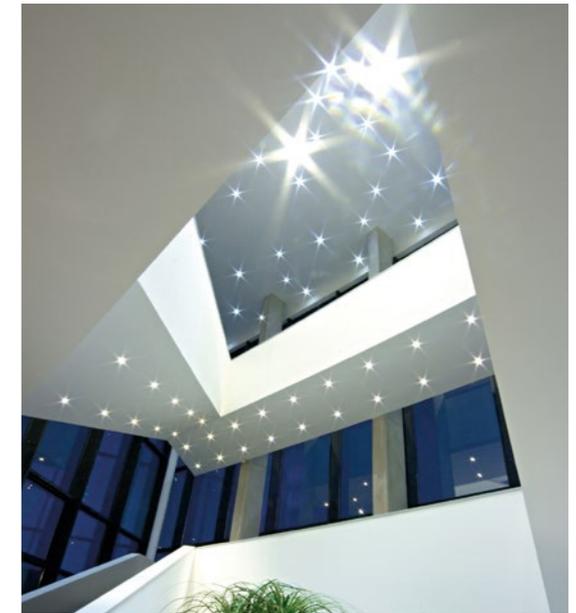
Naciones Unidas pronostica que para el 2030, más del 60% de la población mundial vivirá en ambientes urbanos. Por lo tanto, es imprescindible que veamos cómo les brindaremos la necesaria conexión con la naturaleza.

El **diseño biofílico** es la respuesta ante la necesidad humana de tener una conexión con la naturaleza y funciona para reestablecer este contacto en el entorno construido. Es una **forma de diseñar lugares donde podamos vivir, relacionarnos, descansar y trabajar** de tal forma que satisfaga nuestra necesidad profunda y fundamental de estar **conectados con la naturaleza**.

<sup>1</sup> Van den Berg, A. E., Hartig, T., & Staats, H. (2007). Preference for nature in urbanized societies: Stress, restoration, and the pursuit of sustainability. *Journal of Social Issues*, 63(1), 79-96.

## ¿Qué es diseño biofílico?

Básicamente, en palabras del profesor de ecología social de la Universidad de Yale, Stephen Kellert el diseño biofílico es la **teoría, la ciencia y la práctica de crear edificaciones inspiradas en la naturaleza** con el propósito de darle continuidad a la conexión del individuo con la naturaleza en los ambientes donde vivimos y trabajamos todos los días<sup>2</sup>



<sup>2</sup> Kellert, S. R., Heerwagen, J., & Mador, M. (2011). *Biophilic design: the theory, science and practice of bringing buildings to life*. John Wiley & Sons.



## El impacto mundial del diseño biofílico en el lugar de trabajo

En un estudio publicado por Human Spaces en 2015, se encuestó en a un total de 7600 empleados de varios puestos y sectores en 16 países alrededor del mundo (Reino Unido, Francia, Alemania, Países Bajos, España, Suecia, Dinamarca, Emiratos Árabes, Estados Unidos, Canadá, Brasil, Australia, Filipina, India, China e Indonesia)<sup>3</sup>, se encontraron los **5 elementos de diseño más valorados por los empleados:**

- 44% - Luz Natural
- 20% - Plantas de Interior
- 19% - Lugar de trabajo silencioso
- 17% - Vistas al Mar
- 17% - Colores Vivos

En el mismo estudio se vio que el panorama global de oficinas a día de hoy es muy diferente:

- 47% - No tiene acceso a la luz natural
- 58% - No tiene plantas de Interior



<sup>3</sup> [http://interfaceinc.scene7.com/is/content/InterfaceInc/Interface/EMEA/eCatalogs/Brochures/Human%20Spaces%20report/Spanish/ec\\_eu-humanspacesreport-es.pdf](http://interfaceinc.scene7.com/is/content/InterfaceInc/Interface/EMEA/eCatalogs/Brochures/Human%20Spaces%20report/Spanish/ec_eu-humanspacesreport-es.pdf)

## El impacto del lugar de trabajo en la percepción de los trabajadores

Uno de los hallazgos más cruciales que surgió del análisis de este estudio mundial es que un tercio (33%) de todos los encuestados indicó que el **diseño del lugar de trabajo afectaría su decisión de trabajar para una empresa.**

Tal y cómo indican los autores, estos datos confirman aún más el papel que juega la biofilia **en la marca de la persona que contrata a los trabajadores**, una creciente área de enfoque para empresas que compiten por talento.

**El diseño del lugar de trabajo tiene un impacto definitivo en la percepción de una organización por parte de los trabajadores.** Para organizaciones con ambición por ser líderes en su mercado y competir por los empleados más valiosos, **la biofilia puede ser un factor claro de diferenciación.** §





Archirivolto Design  
Diseño: Marco Pocci y Claudio Dondoli

## *Fluit / let it flow*

Fluit está elaborada con fibra de vidrio y plástico polipropileno 100% reciclados, certificado por Green World Compounding® proviene de las cajas de fruta y verduras de las zonas de Andalucía, territorios que constituyen la conocida como huerta de Europa.



Ágora Valencia  
--- Photography: Brava Estudio

# Economía Circular y Producción Sostenible



## Julio Rodrigo

---- Innovation & Sustainability Manager  
CENFIM - Furnishings cluster

**T**odo espacio debería ser eficaz y eficiente. Un espacio debe permitir cumplir con su propósito y que en él se realicen las funciones previstas y lo debería hacer con el mínimo posible de recursos energéticos y materiales. Los espacios de trabajo del futuro tendrán que permitirnos y facilitarnos que trabajemos en ellos, tal y como entendamos y acordemos “trabajo” en el futuro, y a la vez, tendrán que ser **eficientes, saludables y sostenibles**.

Y si nos centramos en **interiorismo** de espacios ¿qué significa que su equipamiento/mobiliario es sostenible? Pues significa que no contribuye a comprometer que las futuras generaciones puedan satisfacer sus necesidades, ya que no tenemos un planeta “B”, de momento.

La sostenibilidad a menudo ha estado en las palabras de nuestros gobernantes, aunque menos en sus actos. La Comisión Europea ha dado un valiente y ambicioso paso en pro de la sostenibilidad, estableciendo el **Pacto Verde Europeo**<sup>1</sup> como una de las seis líneas de actuación prioritarias para su mandato 2019-2025.

El Pacto Verde Europeo es un conjunto de iniciativas políticas para conseguir que la UE sea climáticamente neutra en 2050. Desde su aprobación en 2019, han sido muchos los instru-

<sup>1</sup> Un pacto verde Europeo. [https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal\\_es](https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal_es)

<sup>2</sup> [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/es/ip\\_20\\_420](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/es/ip_20_420)

<sup>3</sup> [https://environment.ec.europa.eu/publications/proposal-ecodesign-sustainable-products-regulation\\_en](https://environment.ec.europa.eu/publications/proposal-ecodesign-sustainable-products-regulation_en)

mentos desplegados, a destacar el **Plan de Acción de Economía Circular**<sup>2</sup> en 2020, bajo el cual se acaba de publicar en marzo 2022 la **propuesta de Reglamento de Ecodiseño para Productos Sostenibles** (en inglés, **Ecodesign for Sustainable Products Regulation - ESPR**<sup>3</sup>).

Mediante el Reglamento ESPR, entre otras medidas, la Comisión Europea quiere conseguir que los **“productos sostenibles**

---

‘La clave está en fijarse en lo que yo denomino “atributos sostenibles del producto hábitat”, que son las características “clave” de un producto hábitat acerca de su calidad ambiental.’

---

**sean la norma” en Europa. Se va a exigir que los productos comercializados en la UE cumplan una serie de requisitos ambientales y de ecodiseño. Todo apunta a que el “mobiliario” va a ser una de las familias prioritarias** a ser reguladas, aunque deberemos esperar a finales de 2022 para conocer la lista final de familias prioritarias.

Son muchos los fabricantes de materiales/ producto hábitat que ya han iniciado su **transición a una economía más circular**, entendida como un modelo de producción y consumo opuesto a la **economía lineal basada en el “usar y tirar”**, motivados por la presión legislativa, por convicción, por nuevas oportunidades de negocio y una creciente demanda de producto “eco”.





HARTLAUER - Austria



En una investigación que hemos realizado y publicado en la **“Guía local de Economía Circular para el sector del mueble”**, hemos identificado las cuatro tendencias de economía circular que prioritariamente ya están siguiendo y desplegando nuestras empresas del clúster:

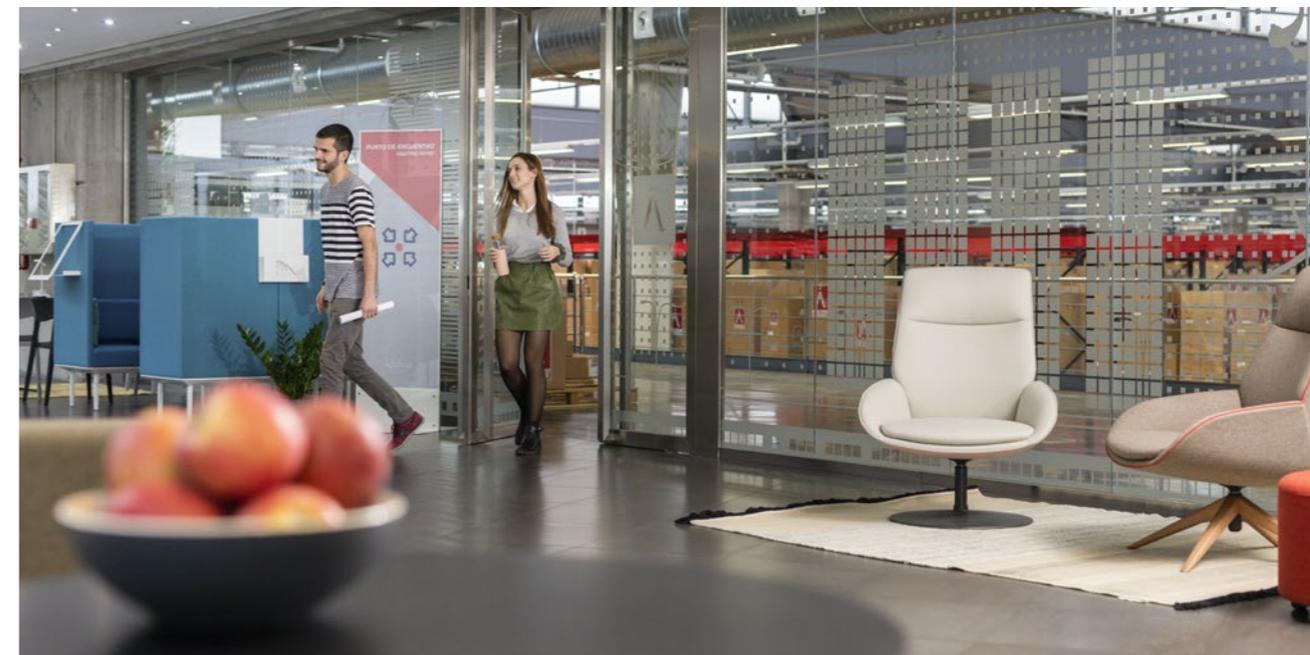
- **Gestión más circular de los materiales:** optimización de los recursos materiales.
- **Menos es más:** desmaterialización del producto.
- **Tecnología y el camino hacia el futuro:** uso de las tecnologías y la digitalización para integrar la circularidad a nivel de producto (IoT y servitización), proceso (industria 4.0), visualización del producto (AR/VR) y/o trazabilidad (pasaporte digital de producto).
- **Comunicación sostenible hacia un usuario informado:** análisis del comportamiento del consumidor y comunicación veraz de los atributos ambientales del producto.

Es cierto, la transición circular (y digital) de muchas empresas hábitat ya ha empezado... ¿pero cómo un diseñador/interiorista/arquitecto puede conocer la calidad ambiental de un material o producto antes de ser incorporado a su proyecto? ¿en qué se debe fijar? ¿qué puede comparar? La clave está en fijarse en lo que yo denomino **“atributos sostenibles del producto hábitat”**, que son las características “clave” de un producto hábitat acerca de su calidad ambiental.

En una **investigación**<sup>4</sup> que estamos actualmente realizando, para ayudar a las empresas hábitat a comunicar de manera eficaz y veraz, ya hemos identificado de manera preliminar los **atributos sostenibles de los productos hábitat**, los cuales los hemos clasificado en cuatro categorías:

- **Organización:** esta categoría contempla las características ambientales a nivel de organización y su gestión de la empresa fabricante. **Se trata de conocer que certificaciones posee como organización** (p.ej. ISO 14001 de sistema de gestión ambiental, ISO 14006 de ecodiseño, ISO 50001 de gestión de la energía, huella de carbono de organización, etc.); que buenas prácticas autodeclara (p.ej. cumplimiento de la legislación, trabajar con proveedores locales, RSC o valor compartido, etc.); que políticas internas aplica (p.ej. concienciación/formación ambiental de trabajadores, selección de proveedores en base a criterios ambientales, etc.).
- **Fabricación:** en esta categoría nos fijamos en el desempeño ambiental de la fabricación del material/producto hábitat. Se trata de conocer que hace la empresa en optimización de **procesos** (materiales, energía, residuos, emisiones), que **gestión** hace con **sus residuos y emisiones**; si utiliza o no energías renovables; si lleva a cabo procesos de reciclado interno y que **servicios postventa** tiene desplegados (p.ej. servicios de retorno de producto, remanufactura, mantenimiento y/o reparación).
- **Producto:** aquí nos fijamos en los atributos ambientales del material/producto hábitat como tal. Se trata de conocer **las características de los materiales** (p.ej. renovable, reciclado, reciclable, durable, libre de sustancias peligrosas, origen sostenible FSC/PEFC, etc.); que **estrategias de ecodiseño** se han aplicado al producto (p.ej. desmontable, modular, actualizable, multiproducto, etc.) y que certificaciones dispone el material/producto (p.ej. ecoetiqueta - EU ecolable, Cradle to Cradle -, Declaración Ambiental de Producto, etc.).
- **Distribución:** en esta última categoría nos fijamos en la **calidad ambiental del embalaje y del transporte del material/producto hábitat**. Se trata de conocer las características de los materiales que conforman el embalaje (p.ej. renovable, reciclado, reciclable, retornable/reutilizable, etc.); el tipo de transporte empleado (p.ej. flota sostenible; optimización de rutas, etc.); diseño del envase (forma y peso optimizados) y trazabilidad de producto.

Tomando como base los atributos sostenibles anteriores, las empresas que consigan elaborar un relato ambiental veraz, sin caer en las malas prácticas del ecoblanqueo (en inglés, greenwashing), y suficientemente estructurado y comprensible para el prescriptor y/o cliente van a ser aquellas que van a equipar nuestros espacios de trabajo futuros y así lo espero y lo deseo ver muy pronto. ☺



<sup>4</sup> | <https://www.cenfim.org/es/area-de-innovacion/proyectos/2427-pect-ebrebioterritori>

# ACTIU

## *'Km 0': Actuar en local, pensar en global*



El término 'Km 0', ideado por la Slow Food como una apuesta por el consumo de ingredientes locales frente a las cadenas de comida rápida que desde hace años proliferan por todo el mundo, ha dejado de considerarse exclusivo de la gastronomía. Los procesos de diseño y fabricación de sectores como la moda, el diseño o la arquitectura son un claro ejemplo de la cada vez mayor presencia de **iniciativas más sostenibles, saludables, económicas, productivas, socialmente accesibles y fuertemente ligadas a la identidad local.**

Sostenibilidad, eficiencia energética, una reducida huella de carbono, reutilización de residuos, optimización máxima de procesos, agilidad productiva y una gran flexibilidad son algunos de los principios de esta filosofía del 'Km 0'. Una **apuesta por el territorio y los proveedores de cercanía**, ahora incrementada por la situación

-tanto económica como social- generada por la Covid-19, y que defiende una actuación local ideada desde un planteamiento global.

**Lograr un equilibrio entre un mundo altamente conectado y globalizado, y la biodiversidad que ofrecen las distintas identidades y culturas locales** es fundamental, tanto para el equilibrio del planeta como para el bienestar de quienes lo habitan. Si hace años la globalización irrumpía con fuerza en el tejido empresarial mundial, ahora lo hace el sentimiento de pertenencia y colaboración. Una 'localización' que camina de la mano de la globalización y convierte a las empresas en embajadoras de lujo de su territorio en el resto del mundo.

**Transformar el territorio en un aliado y una oportunidad** para desarrollar una política de responsabilidad social corporativa respetuosa



y comprometida es ya prioridad de muchas empresas y determina su relación con el lugar. Lugares que dejan de ser meros emplazamientos, más o menos productivos, y aumentan su valor, cultural y económico, adquiriendo una identidad de marca muchas veces unida a la de la compañía.

Sobre cómo **el diseño puede ser un valor diferencial e innovador, no sólo para la empresa, sino también para el territorio**, sabe mucho Actiu, que desde sus inicios, hace más de 50 años, ha confiado su producción a colaboradores locales o regionales, manteniendo así el control de todos los procesos y aplicando a las nuevas tecnologías un amplio conocimiento en tradición industrial. **Una apuesta por el territorio que le ha llevado a construir su Parque Tecnológico Actiu en Castalla**, la localidad alicantina que vio nacer a la marca en 1968 y a su fundador, Vicente Berbegal.



Trabajar con partners locales, utilizar materiales reciclados de origen y procedentes de **producciones sostenibles**, reprocesar las mermas productivas para lograr 0% desperdicio y residuos, generar energía limpia, optimizar los procesos, reutilizar aguas pluviales o adelantarse a las futuras legislaciones son algunos de los principios fundamentales de Actiu. Además de una continua actuación desde lo local con un enfoque global, que demuestra cómo es posible mantener el equilibrio entre la sostenibilidad, el territorio y la internalización.

Este apoyo al territorio y los proveedores de cercanía permite generar una red local de confianza en un entorno conocido popularmente por su tradición industrial, como el **Valle del juguete**, cuyo amplio conocimiento en procesos y materias lo convierten hoy en un enclave colaborativo multisectorial a la vanguardia de la innovación.

Una **apuesta por lo local y una filosofía ética y responsable**, que son factores clave para los consumidores a la hora de decantarse o no por una empresa. §



# El espacio como estímulo para innovar

Los **espacios de trabajo** son mucho más que cuatro paredes, una mesa, una silla y un ordenador. Son **entornos de convivencia, de reflexión y de creatividad** que deben estar orientados a las personas. A sus necesidades, a sus tareas pero, por encima de todo, a su **bienestar**.

**Cada entorno debe ser resultar confortable, funcional e inspirador.** Y ser capaz de responder a las necesidades del día a día, que suelen ser diversas y cambiantes. El entorno laboral **influye directamente en la salud**, en la **motivación** y en la **fidelización** de los trabajadores.

Por eso es esencial tener en cuenta estos factores:

## 1. Colaboración

Las nuevas metodologías de trabajo promueven la camaradería, las metas conjuntas y la agilidad así como la creatividad puesta al servicio de la innovación y del proyecto. **Para sumar ideas es esencial contar con espacios pensados para ello.**

## 2. Diseño

El **valor del diseño**, en el interiorismo y en el mobiliario, está cada vez más **ligado al bienestar**, a la creación de entornos inspiradores que promuevan el ingenio. Piezas de arte y vegetación natural son algunas de las opciones a la hora de crear las mejores condiciones posibles.

## 3. Tecnología

Los **dispositivos tecnológicos son indispensables en las empresas**. Por eso, el equipo requiere de entornos que faciliten el uso de esas tecnologías de manera cómoda.

## 4. Ergonomía

En los **espacios de trabajo es clave la ergonomía**, es decir, contar con mobiliario profesional, con sillas y mesas diseñadas y fabricadas para ser empleadas durante toda la jornada laboral, de manera constante.

Puede **cuidarse de las personas**, de su bienestar y motivación, con la **distribución del espacio**, con el **tipo de mobiliario** y también con los **materiales que se emplean** en los espacios de trabajo y zonas comunes.



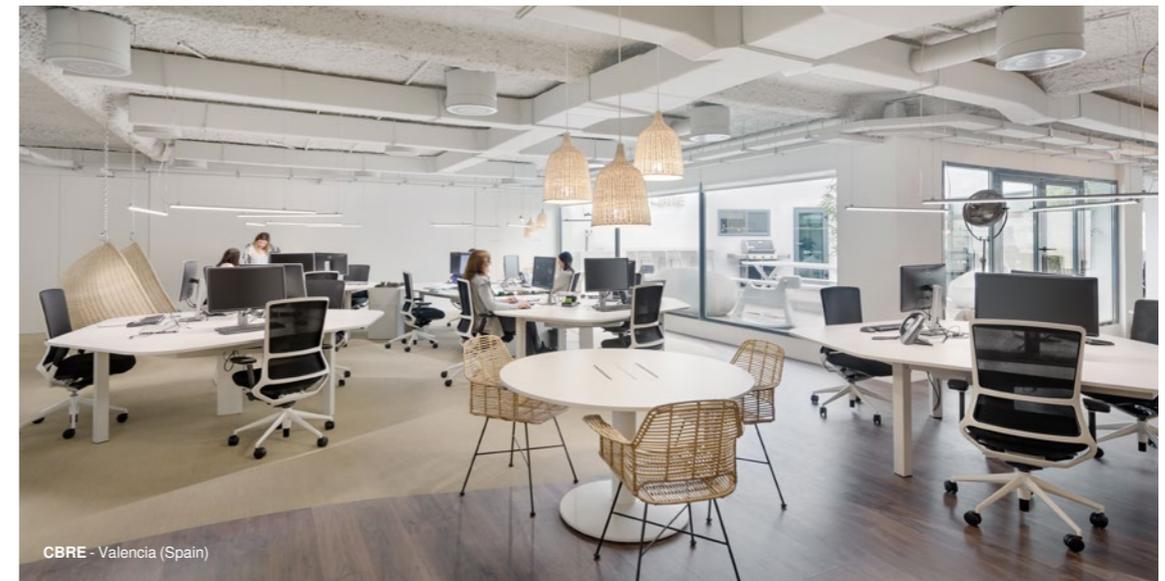
## Zonas de concentración / Focus

Las oficinas reclaman, cada vez más, una mayor **humanización** para ser **entornos más amables, inspiradores y tecnológicos**. Y en los que la higiene y la sostenibilidad sean prioritarios con, por ejemplo, tejidos que proceden de botellas de plástico recicladas y que reducen la concentración de virus.

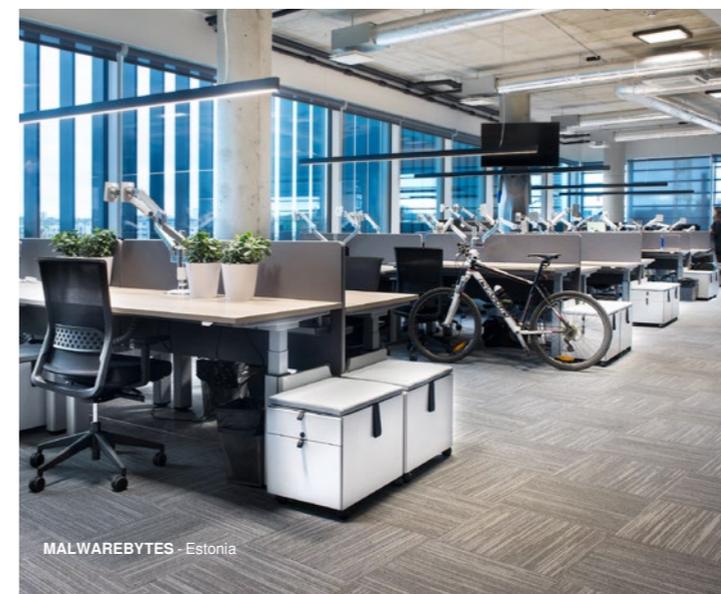


WALMERIC - Madrid (Spain)

Las **sillas y mesas operativas** deben **cumplir con los máximos estándares europeos de calidad y seguridad**. Además, una opción interesante son las mesas elevables, que permiten alternar el trabajo de pie y sentado, redundando en un mayor movimiento y bienestar físico.



CBRE - Valencia (Spain)



MALWAREBYTES - Estonia

El **diseño biofílico** - es decir, la introducción de colores y materiales naturales en el espacio - también **contribuye a la concentración**, al igual que la **iluminación** y la **ventilación**. Para lograr la armonía necesaria, conviene usar colores claros con un tono predominante como el azul, el beige o el marrón, que transmiten la calma necesaria.



STADTWERKE - Düsseldorf (Germany)

## Zonas de colaboración / Teamwork

Los espacios de trabajo colaborativo requieren de **mesas amplias y de sillas confortables y prácticas**, para crear un entorno inspirador que permita el flujo e intercambio de ideas.

Frescos y vivos, los **colores inspirados en la naturaleza** ayudan a que el espacio se perciba como un lugar saludable, lleno de vida, luz, alegría y dinamismo, que estimula la colaboración. Tonos arena, mostaza y azules estimulan la comunicación, creatividad e inspiración.

Los trabajadores demandan **espacios experienciales que transmitan un concepto y cuenten una historia** ese hilo conductor que determina el estilo y las sensaciones que transmite el espacio.



UTOPICUS - Madrid (Spain)



BUSINESS CENTER - Czech Republic.



GRUPO MARJAL - Comunidad Valenciana



GESTEC - Alicante (Spain)



WALMERIC - Madrid (Spain)



MCI GROUP - Geneve (Switzerland)

## Zonas de Socialización / Social time

Para poder alternar la actividad con el sosiego, es esencial contar con un **área o zona de descanso en la oficina**. La creatividad requiere, en ocasiones, cambiar de escenario. **Espacios y zonas más amables** que promuevan los momentos de desconexión con los compañeros, en los que puede surgir la chispa de una gran idea.

De una zona de cafetería a un área de paso que, con poco mobiliario, se convierte en un office independiente para reuniones esporádicas o

tomar un refrigerio. **El bienestar** en el espacio de trabajo **depende en muchos casos** de las **relaciones personales**, del **buen ambiente** y de la **sensación** de que su **empresa les cuida**.

Teñidos de colores suaves, los entornos de socialización trasladan a espacios tradicionales de relación como el patio o la plaza mediterránea. La gama de tonos terracota, verdes y beige simbolizan la proximidad con la naturaleza.

## Zonas de formación / Learning

La distribución y equipamiento de los espacios destinados al aprendizaje va más allá de una cuestión estética y práctica. Es necesario que sean **entornos multifuncionales, horizontales e integrados** equipados con soluciones ágiles que favorezcan el aprendizaje y el diálogo, y que puedan adaptarse a cada tarea y taller.

Las **soluciones modulares** que conjugan funcionalidad y diseño aportan el confort necesario durante las horas de formación.

El verde es el color perfecto para las salas de formación, donde es necesario asimilar una gran cantidad de información. Máximo representante de la naturaleza y la frescura, tiene probados efectos relajantes y de equilibrio y favorece la concentración y el pensamiento abstracto.



UTOPICUS - Madrid (Spain)



COLEGIO OFICIAL FARMACEUTICOS - Alicante (Spain)



STADTWERKE - Düsseldorf (Germany)

## Zonas de privacidad / Privacy

Crear un 'refugio' donde la **mente pueda desconectar y evadirse del entorno** más cercano es el objetivo de las zonas privadas. Para lograrlo, es imprescindible un **adecuado equilibrio de colores**, en tonos tierra y azules, calmados, suaves e inspirados en la naturaleza, que estimulan y relajan.

La **privacidad** no consiste en levantar muros, sino en **controlar los estímulos internos y externos, en función de la tarea**. Las **soluciones** son **diversas**: desde salas acristaladas, separaciones flexibles o espacios fono-absorbentes que, sin romper la continuidad visual, aportan la intimidad necesaria poder mantener una reunión o una conversación telefónica.

Es recomendable **evitar los open space interminables**, alternándolos con salas informales o pequeñas zonas de reunión más acogedores que favorezcan una mayor privacidad. 📍



# Capexus

## *El lugar de trabajo: el ADN de la empresa*

**T**ras una década en el mercado, Capexus ha **trabajado para más de 400 compañías transformando sus entornos de trabajo**, creando para cada una de ellas "oficinas a medida" con el fin de crear espacios de primer nivel que se conviertan en una ventaja competitiva.

Su metodología se basa en llevar a cabo un **gestión integral de cada encargo**, con un equipo al servicio del proyecto de más de 100 especialistas en arquitectura, diseño, interiorismo, ejecución, gestión y consultoría laboral, además de sus colaboradores.



**P: Tras 10 años de trabajo y tantos proyectos realizados, ¿cree que las empresas hoy en día entienden la importancia de los espacios de trabajo como un valor diferencial?**

R: Absolutamente, la gente se está replanteando qué aporta el trabajo en su vida. En este orden, entienden la **oficina como un lugar para relacionarse con sus compañeros** pudiendo satisfacer la necesidad básica de las personas de sentimiento de pertenencia.

Crear un espacio que permita las **relaciones y la creación de una comunidad**, es una gran herramienta para evitar la rotación de empleados. Se puede atraer el talento a través de muchos beneficios, como puede ser el organizar en estos espacios diversas actividades laborales y no laborales como desayunos comunes, clases de yoga, etc.

**P: Más allá de diseñar una nueva estética para un espacio. ¿Qué es lo que hace que una empresa esté a la vanguardia?**

R: Incluso teniendo en cuenta el contexto actual, tras los acontecimientos de los últimos años, muchas empresas de todo tipo de sectores nos dicen que cultivar la innovación es absolutamente esencial. Parece que muchos de los puestos actuales desaparecerán y se crearán otros nuevos. Es absolutamente **crítico alejarse de una forma de trabajo rígida y jerárquica y asegurar un cambio hacia una forma de trabajo ágil**. Esto será especialmente evidente en el espacio de las oficinas cuando se introduzcan algunos de los conceptos de trabajo flexible, como el basado en actividades.

**P: Tras un análisis de las tendencias y necesidades actuales, ¿Cuáles son los elementos clave para crear una sede a la que los trabajadores quieran ir? ¿Qué soluciones ayudan a que los espacios sean estimulantes y motivadores?**

R: Sigue siendo cierto que la gente quiere ir al trabajo sobre todo para trabajar. Pero esto ahora implica otro modelo de trabajo. Por ejemplo, en una encuesta que realizamos a nuestros clientes del sector financiero (de la que obtuvimos 1.200 respuestas) mostró que lo que más necesitan los profesionales es **equilibrar la colaboración con el trabajo individual**. En base a esto, recomendamos hacer un **análisis exhaustivo**, basado en datos, **de cuáles son las necesidades de los equipos** para diseñar los espacios donde funcionen estas dos modalidades de trabajo en un mismo espacio.

**El elemento clave es una solución a medida.** Para estimular y motivar, ante todo, hay que diseñar un espacio donde la gente disfrute de estar allí. A continuación, junto con los arquitectos e ingenieros, nos centramos en crear las condiciones adecuadas para cada zona. Cuidar la calidad del aire, la acústica, la luz, la ergonomía y la vegetación son fundamentales para generar estos ambientes que generen bienestar.



Aquila Capital  
---- Rep. Checa



Centropol  
---- Rep. Checa



Centropol  
---- Rep. Checa



**P: Teniendo en cuenta que el nuevo lugar de trabajo responde a diferentes propósitos, ¿qué importancia tiene el mobiliario para el arquitecto o diseñador en el proceso de creación de estos nuevos espacios?**

R: El espacio de trabajo ya no se basa en un escritorio y una silla. Hoy en día vamos a las oficinas para colaborar y reunirnos. Un buen diseño arquitectónico de una oficina requiere conocer una amplia gama de mobiliario para que después todo el espacio tenga sentido. Elementos como un sofá o una mecedora son hoy en día, con un poco de exageración, elementos casi obligatorios del mobiliario de oficina. **Las oficinas ahora se tratan, en gran medida, como los vestíbulos de los hoteles o las cafeterías, siendo el mobiliario un elemento que ayuda a definir un espacio y a crear una atmósfera.**

**P: El modelo de trabajo híbrido ha empujado a las empresas a replantearse la función de los espacios de forma más eficiente. ¿Ha percibido el impacto que tienen estos nuevos espacios en la productividad y la motivación de los usuarios?**

R: En primer lugar, es importante decir que muchas empresas aún están en proceso de transformación o son nuevas usuarias de estos espacios. Dicho esto, hemos visto que hasta ahora **el nuevo tipo de espacios ayuda a los empleados a mantener la alta productividad al tiempo que aumenta la comodidad en la experiencia de la oficina.** Durante los últimos años, muchas personas aprendieron a superar la insuficiencia de los espacios de colaboración y reunión en la oficina; ahora pueden pasar sus días en la oficina sabiendo que, sea lo que sea que necesiten, la oficina los apoyará, tanto con el equipo físico como con el tecnológico.

‘El espacio de trabajo ya no se basa en un escritorio y una silla. Hoy en día vamos a las oficinas para colaborar y reunirnos..’

**P: La transformación digital ha influido en la creación de nuevos espacios de trabajo que ayudan a los usuarios a crear y colaborar de forma diferente. ¿Qué características deben tener estos nuevos espacios para que sean realmente funcionales?**

R: **3 aspectos que son cruciales - 3 C's**

**Correct acoustics** - Hay pocas cosas más molestas que ser interrumpido constantemente por un grupo de colaboradores cercano. O que te silencien los compañeros de trabajo mientras estás en un flujo de colaboración. **Cierra los espacios que necesitan ser cerrados.** Abre los que sean útiles y contribuyan a la construcción de la comunidad.

**Connectivity** - No estoy diciendo nada nuevo aquí, pero caramba, tener problemas para conectarse al wifi, a la pantalla, al micrófono externo y a la cámara debería pertenecer al pasado, ¡dejémoslos en el pasado! **Las reuniones híbridas deben aspirar a ser una experiencia sin fisuras.**

**Convenience** - Debemos **situar estos espacios de forma correcta**, que estén a mano para que sea **más fácil desplazarse allí para colaborar y evitar reunirse alrededor del puesto de trabajo** para discutir un tema. Eso provoca discordia y da lugar a quejas injustas sobre los entornos de planta abierta.



Business center  
---- Rep. Checa

**P: En la línea de crear espacios que sean más funcionales para el usuario y que se preocupen por el bienestar de las personas, ¿Cuáles son los consejos que puede compartir con nosotros?**

R: La facilidad de uso se puede interpretar de diferentes maneras por lo que debemos tener cuidado a la hora de recomendar soluciones universales en este ámbito. **Los espacios deben ser, ante todo, funcionales: la gente suele percibir las cosas que funcionan bien como fáciles de usar.** Así que centrémonos en hacer que los espacios sean funcionales y añadamos esa "facilidad de uso" a través de un buen diseño y una gran tecnología.

En cuanto al bienestar, este puede materializarse en los **esfuerzos de las empresas en fomentar hábitos saludables.** ¿Qué tal un concurso de primavera para ir a la oficina en bicicleta o de forma alternativa? ¿O una pequeña sala de gimnasia/yoga para estirarse rápidamente después de comer? ¿Aperitivos saludables para los que tienen antojo de azúcar por la tarde? Son ejemplos de pequeñas cosas que pueden contribuir a un estilo de vida y de trabajo sostenible en general.

**P: Hablando de crear un ambiente de equipo ¿Qué tipo de espacios, instalaciones y actividades contribuyen a que la oficina conecte a la gente?**

R: **Estar juntos crea un equipo, así es como estamos conectados como seres humanos.** Si no pasamos tiempo juntos e invertimos nuestro tiempo en los demás, no somos un equipo. Así que lo que queremos es cualquier espacio que favorezca los encuentros fortuitos, que nos anime a detenernos y charlar. Un espacio en el que podamos comer juntos, tomar un café, hacer una pausa para estirar las piernas... ¡cosas que no hacemos en línea! 📍



**CAPEXUS**, miembro del Grupo ČEZ ESCO, es el líder del mercado de interiores comerciales en Europa Central. La empresa ofrece a sus clientes **espacios de oficinas y negocios con servicios complejos de diseño y construcción** siguiendo las últimas tendencias en arquitectura, tecnología de la construcción, distribución del espacio de trabajo, gestión del cambio y mobiliario interior.

Durante los últimos diez años, el equipo de CAPEXUS, **formado por más de 100 profesionales especializados** en arquitectura, diseño, consultoría de espacios de trabajo, realización de edificios, tecnología de construcción y soluciones de interiorismo llave en mano, ha **creado nuevos entornos de trabajo para más de 400 empresas**, desde jóvenes y dinámicas startups hasta grandes corporaciones. Anualmente, CAPEXUS realiza más de 130 000 metros cuadrados de espacios de oficina. CAPEXUS es **miembro fundador de Studio Alliance, una asociación europea de expertos en espacios de trabajo.**

# Tpartner network services *nuevas oficinas.*

El estudio de interiorismo de Rosa Colet se ha encargado en Barcelona de la rehabilitación de un antiguo loft industrial que ha sido reconvertido en las nuevas oficinas de la empresa tecnológica Tpartner Network Services.

**E**se espacio, que con el paso del tiempo pasó de fábrica a vivienda, se adapta ahora a una etapa nueva como entorno laboral en el que se han definido zonas de trabajo y socialización equipadas con **mobiliario de Actiu** para potenciar su versatilidad.

*«La palabra oficina ha perdido esa imagen de antaño, donde se dibujaba un panorama gris, aburrido y solamente dedicado a invertir horas. Ahora el concepto de oficina es mucho más amplio y su propuesta está más ligada a los sentidos. Es una actitud ante el trabajo y una prolongación de nuestra actividad durante el día, un espacio de interactividad*

*y colaboración, vida social, rendimiento colectivo y trabajo individual. Los espacios han de ser un potenciador de lo que quieres que pase a su alrededor, invitando a sentir, compartir y experimentar», explica Rosa Colet. de nuestra actividad durante el día, un espacio de interactividad y colaboración, vida social, rendimiento colectivo y trabajo individual. Los espacios han de ser un potenciador de lo que quieres que pase a su alrededor, invitando a sentir, compartir y experimentar.»*

Explica Rosa Colet.





*En el interior, se han creado áreas diferenciadas, preservando la amplitud y la continuidad visual en materiales y colores, combinados con elementos vegetales que permiten integrar el diseño biofílico en el espacio de trabajo y con los dibujos de la ilustradora Mar Torrano*

Esa visión de los espacios de trabajo entronca con la **filosofía Cool Working** de Actiu, que define espacios mucho más flexibles y versátiles en los que poder trabajar de manera individual, en equipo, formarse, concentrarse y socializar con el resto del equipo o, en el caso de un coworking, de las personas con las que se comparten las horas de trabajo.

En ese sentido, **Tpatner Network Services** buscaba un espacio diferente, donde sentirse cómodo y propiciar un buen clima de trabajo. Así, el estudio de Rosa Colet se encargó de reconvertir estos espacios industriales en un **entorno profesional moderno**, restaurando y adecuando las instalaciones para adaptarlas a sus nuevas funciones.

El espacio, que cuenta con más de **300 metros cuadrados** de espacio de oficina, puede acoger hasta 50 personas. En el interior, los techos altos y los lucernarios de la cubierta tamizan la luz mientras que la terraza adyacente invita a convivir y a disfrutar del exterior.

*«Nos gusta incluir recursos gráficos que explican de forma fácil a qué se dedica la empresa y cuáles son sus valores. En este caso nos hemos apoyado en la ilustradora Mar Torrano para realizar estos grafismos, pintados directamente en las paredes irregulares y utilizando el color amarillo como base expresiva, en combinación con el mobiliario, acorde al conjunto».* Explicó la interiorista.

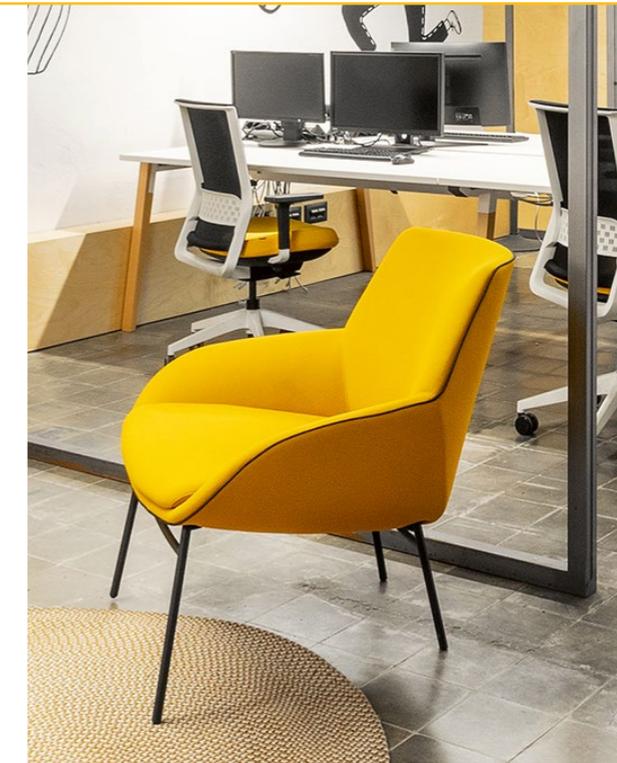


*“Confiamos en Actiu porque son capaces de ofrecer diferentes tipologías de mobiliario, tanto en la parte operativa como en las zonas de relax. Tienen elementos divertidos y versátiles que pueden acondicionar fácilmente un despacho, dando un giro estético y de color a las diferentes zonas. Llevamos muchos años confiando en la marca y siempre han respondido de forma muy profesional y atenta, adaptándose en cada momento a las peculiaridades de las propuestas y el momento empresarial. Un motivo más para apostar por las empresas con valores personales”.*

Destaca Rosa Colet.



Esos mismos tonos se han replicado en las **sillas operativas Stay** que equipan los espacios de trabajo abiertos y la isla que, a modo de media luna, configura la colección de **soft-seating Bend**, favoreciendo el confort y la conversación. Las **sillas Wing**, **las mesas Tabula**, y **las sillas Noom 50** permiten crear espacios auxiliares en varios puntos de las instalaciones para compartir un café o mantener una reunión informal, dependiendo de las necesidades de cada proyecto y de cada momento del día.



Los despachos directivos se han aislado, por su parte, con una estructura de hierro y cristal que mantiene el interior a la vista. Un interior en el que los **sillones Noom serie 10** acogen cómodamente a las visitas. Ese mismo programa se ha incluido también en el área de cocina abierta, que se integra de manera natural con el espacio más operativo de las instalaciones. Los espacios operativos cuentan, además, con **mesas Vital** y se ha equipado el despacho de dirección con **una pieza del programa Prisma**. §





### Ana Boscà

---- Directora Dpto. Arquitectura Sanitaria y Cultural en REE

*El concepto de diseño sin género es complejo por intangible, por invisible, y no porque no se lleve decenas de años reivindicando un diseño espacial más adaptado a las necesidades reales de sus usuarios.*

Ana Boscà, soy Directora del departamento de **Arquitectura Sanitaria y Cultural en RAMÓN ESTEVE ESTUDIO** y **Miembro del core team en WOD Spain (Women in Office Design)**. Nuestro valor como empresa es generar respuestas creativas en el diseño de espacios, objetos y marcas únicas. Llevamos años siendo **pioneros en nuestro sector**, aportando valor a este campo tan inspirador.

Mi función ha sido **liderar un equipo de arquitectos y otros profesionales en el desarrollo de proyectos de arquitectura**. Hemos trabajado en proyectos que abarcan todo el espectro de la arquitectura. Algunos de ellos han requerido un alto nivel de experiencia que he adquirido personalmente, como hospitales e instituciones educativas.

Como profesional y gestor de equipos, soy consciente de que debo **buscar la excelencia e impulsar el crecimiento de mi empresa**.

**Imparto charlas y organizo funciones de comisariado**. Esto se complementa con mi **función de profesor adjunto de Diseño de Hoteles en el Máster de Diseño de Interiores** de la Universidad CEU Cardenal Herrera.

Mi presencia en el mundo académico me obliga a estar constantemente a la vanguardia de mi campo en cuanto a estándares de alta calidad y precisión.

Mi intención es ampliar mis conocimientos y seguir afrontando cada día con el entusiasmo y la fuerte ética de trabajo con la que afronto todos mis esfuerzos.

# El diseño de entornos laborales sin género



En el diseño de espacios y entornos construidos tenemos la suerte y la responsabilidad de poder evolucionar para acompañar las vivencias y experiencias de las personas. El concepto de diseño sin género es complejo, pero finalmente de lo que trata es de un **diseño espacial más adaptado a las necesidades reales de sus usuarios y menos prediseñado desde las esferas de los ideólogos y referentes arquitectónicos**, como ya reclamaba Jane Jacobs.

Sin duda, los escenarios que habitamos nos conducen a llevar a cabo determinadas acciones. La configuración de un entorno amable donde nos podemos sentir seguros y proclives a la interacción con los demás usuarios nos invitará de manera inconsciente a quedarnos en él, mientras que un ambiente hostil nos inducirá a pasar de largo. Un espacio con determinado equipamiento y diseñado pensando en mantener ciertos roles de género establecidos previamente puede dificultar, por ejemplo, a ejercer de cuidadores a los hombres, mientras obliga a las mujeres a ello.

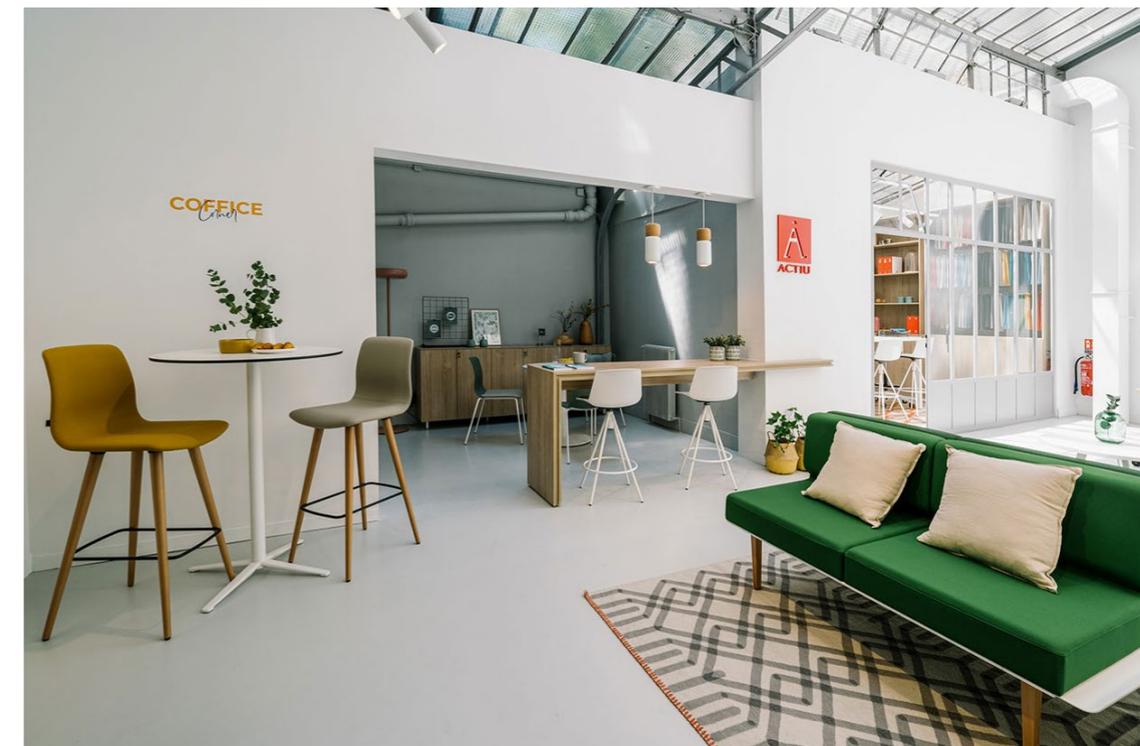


CBRE - Valencia (Spain)

‘Transformar significa modificar algo, convertirlo en una cosa distinta. Que sea digital implica que ese cambio se produce mediante la generación, transmisión, procesamiento o almacenamiento de datos.’



T-MOBILE - Czech Republic



¿Cómo debemos configurar los espacios de trabajo para evitar que estén sesgados por pensamientos previos? **Aquí van algunas ideas inspiradas en las de las urbanistas pioneras en esto del “sin género”:**

**Un entorno laboral que evite comportamientos conductistas.** El diseño sin género capacita al usuario a tomar decisiones, no pauta dónde y cómo se deben hacer ciertas cosas. No establece roles preasignados o normas asociadas a los espacios. Esta idea se basa en dar mayor libertad de acción y en consecuencia al pensamiento creativo.

**Contextos para promover relaciones humanas.** Los espacios de trabajo son lugares de actividad laboral e interacción social. El contexto de las nuevas estructuras laborales debe estimular la relación y colaboración entre usuarios, potenciar redes de apoyo y el sentimiento de cohesión.

**Espacios con identidad.** El diseño debe invitar a estar en él, a apoderarse del espacio, estimulando el sentimiento de apropiación del lugar. Demasiadas veces los lugares de trabajo son un no-lugar.

**Hibridación de usos, hibridación de acciones.** Del mismo modo que el hogar se ha tornado oficina, ésta también puede ofrecer más al usuario. Muchos espacios de coworking ya nacen con esa naturaleza con el fin de atender a las nuevas formas de vida y trabajo de sus usuarios, y promueve sinergias facilitadoras en lo que se refiere a la salud, el confort y la capacidad para conciliar.

**Desmaterialización.** Flexibilidad para llevar el trabajo a otros contextos. Escapar del espacio de trabajo localizado para permitir que la vida y el trabajo fluyan fuera del tiempo y lugar preestablecidos.



**Garantizar el espacio de trabajo.** En la búsqueda de la equidad también está el tener la posibilidad de acudir a un espacio de trabajo donde se facilita la interacción, se reducen disparidades y se garantizan unas condiciones adecuadas de confort, concentración y recursos.

**Riqueza espacial.** Necesitamos contextos que estimulen el pensamiento creativo. Necesitamos variedad, espacios que permitan el movimiento del cuerpo, donde poder cambiar de postura, con presencia de la naturaleza y la luz natural.



DANONE - París (France)

Todas estas ideas surgen de las propuestas consideradas sin género, pero lo cierto es que recuerdan sospechosamente al sentido común. **El famoso diseño sin género simplemente es aquel que no desoye a una parte de sus usuarios, que promueve el valor de uso al mismo nivel que el valor estético o formal.** Es un diseño que facilita nuestra actividad cotidiana y forma de vida. Diseño que parte de las necesidades de las personas. ♪



LUXURYCOMM - Madrid (Spain)



### Lorena Mussa Rendic

---- Arquitecto / socio  
Mussa arquitectos

*20 años en el desarrollo de proyectos de Arquitectura Corporativa, nos permite dar una solución consistente y alineada a las necesidades funcionales y objetivos de la empresa*

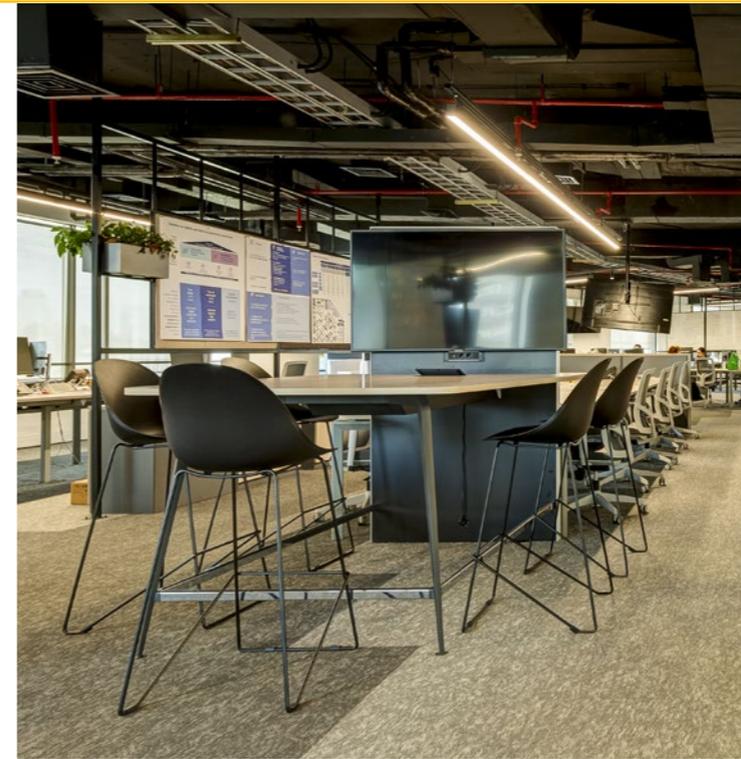
# Arquitectura & los espacios híbridos

**H**oy en día el modelo de trabajo híbrido es un concepto ya asumido e implantado en gran parte del tejido empresarial. Pero, a nivel práctico, ¿qué significado tiene esto y cómo se implanta?

Este nuevo formato implica configurar los lugares de trabajo con las personas como centro de atención, como espacios que permitan y promuevan nuevas experiencias, “**experiencias memorables**”, dando respuesta a este cambio de paradigma. Distintas áreas que atienden a las nuevas necesidades generando formas de trabajo únicas en zonas funcionales que, más allá de su aspecto práctico, sirven como **herramientas para atraer el talento**.

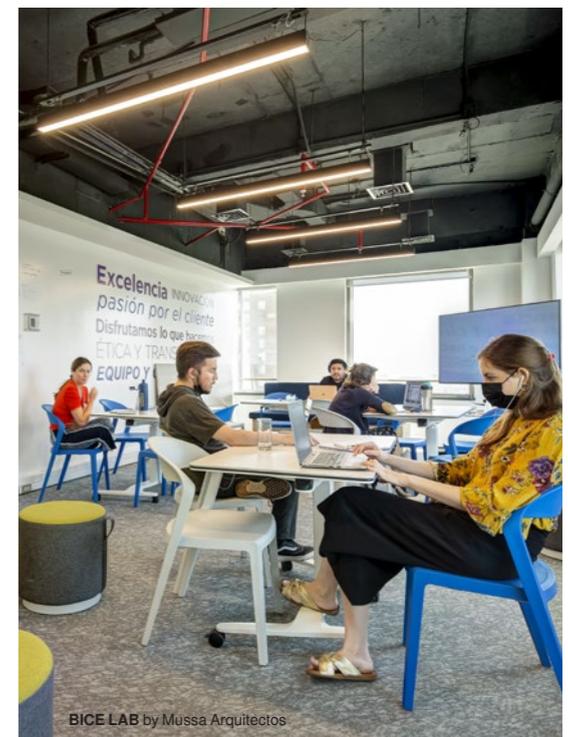
No es insólito que alguien pueda trabajar en la playa, en el transporte público, en un café, etc. Espacios que antes de la pandemia, no estaban “calificados” como zonas de trabajo. Estos lugares, precisamente, son los que inspiran las **nuevas zonas de trabajo** que ahora crean los arquitectos al interior de las oficinas.

Contacto con la naturaleza, zonas aisladas para la concentración o puntos de encuentro en los que compartir e inspirarse son las sensaciones que se pretenden evocar con la concepción de estos espacios. Una nueva configuración que nos lleva al camino correcto, para que los colaboradores retornen a la oficina y aseguremos la **retención y captación de talentos**.





FALABELLA by Mussa Arquitectos



BICE LAB by Mussa Arquitectos

‘que el lugar de trabajo permita y promueva que los colaboradores tengan nuevas experiencias, *experiencias memorables*’

Ahora las compañías deben integrar este nuevo enfoque en su estrategia corporativa, considerando la **FLEXIBILIDAD, MOVILIDAD, SUSTENTABILIDAD y TECNOLOGÍA** como elementos centrales que se fusionan en un diseño muy atractivo.

**No existe la “receta mágica” de cómo debe ser el nuevo espacio de trabajo, pero el poder experimentar y ofrecer una variedad importante de ellos, nos ayudará a crear el espacio de trabajo que cada compañía necesita.**

Otro punto fundamental, ya mencionado, es la **incorporación de la NATURALEZA**. Como arquitectos sabemos que los espacios de trabajo deben estimular la productividad y la creatividad. Está demostrado que los lugares con mucha vegetación y elementos naturales tienen un **efecto positivo en la eficiencia de trabajo**, reducen el estrés y estimulan la motivación. Nuestros terceros espacios deben inspirarse en la

naturaleza e incorporarla en sus formas, texturas, colores y diseños.

Estos terceros espacios, cobran una importancia fundamental. Es más, me atrevo a decir, que estos terceros espacios, ya están siendo los espacios preferidos para trabajar, pasando así a ser los “primeros” espacios.

En los proyectos que estamos desarrollando hoy en nuestro estudio, **Mussa Arquitectos**, todos en sistemas híbrido, ya no se considera un puesto de trabajo, para cada colaborador.

La proporción es muchísimo menor y la proporción de “otras maneras de trabajar” es infinitamente mayor.

Independiente de la proporción del sistema híbrido que cada compañía implemente, creemos **importante poder reunir a toda la compañía al mismo tiempo** en el espacio de

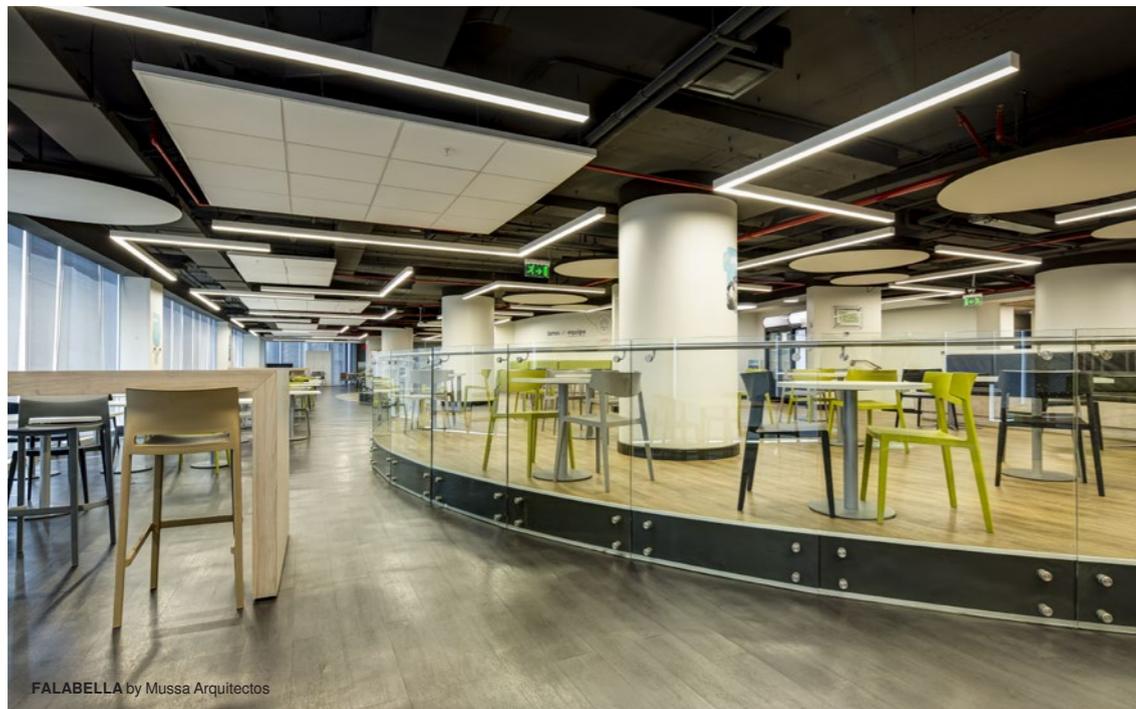
trabajo y para ello, nuestra propuesta es que todos los colaboradores tengan un lugar para trabajar dentro del espacio, con una oferta variada dentro de la cual puedan elegir; espacios de concentración, espacios de colaboración activa (equilibrio entre privacidad y oficina abierta), espacios de reuniones formales e informales y espacios de sociabilización.

Más que nunca **nuestro “puesto de trabajo” es toda nuestra oficina**, todos los espacios que ella nos ofrece y donde el poder elegir se hace fundamental y la flexibilidad un requerimiento básico.

Por último, quería mencionar una de las problemáticas que la pandemia produjo: la falta de sentido de pertenencia. La pertenencia se vio fuertemente afectada por el trabajo remoto. Sentirse parte de una comunidad no

solo contribuye al bienestar de las personas, sino también conduce a mejores negocios y resultados. Además, es un excelente predictor de mayores niveles de productividad, innovación y compromiso.

Nuestra propuesta de terceros espacios eficaces, promueven este **sentido de pertenencia**, logrando atraer a los colaboradores y retomando los lazos que nos unían antes de la pandemia, y por ende el sentido de pertenencia. Es así como estos espacios deben considerar dar respuesta a los anhelos que los colaboradores esperan post pandemia: Vitalidad, Inclusividad, Confianza, Resiliencia y por, sobre todo, Experiencias Memorables. 📍



FALABELLA by Mussa Arquitectos

Mussa Arquitectos | [mussa.cl](http://mussa.cl)



En Mussa Arquitectos, **construimos experiencias de trabajo**. Somos una oficina con más de 20 años de experiencia, con una dedicación exclusiva a la **Arquitectura Interior Corporativa**, con más de 150 proyectos y más de 150.000 m<sup>2</sup> construidos.

El diseño es nuestro gran valor y principal preocupación. Estudiamos a fondo a nuestros clientes para ofrecerles soluciones únicas, con una metodología propia y en trabajo en equipo con ellos. En nuestro estudio, consideramos que la **Productividad, Seguridad, Comunidad Y Flexibilidad** son las claves de un desarrollo exitoso de los proyectos y representativo de cada compañía. Nos mantenemos a la vanguardia en las tendencias del diseño mundial; en permanente contacto con actores relevantes de la arquitectura interior de nuestro país y del resto del mundo. Tenemos proyectos desarrollados en USA, Perú, Ecuador, Panamá, Colombia y Chile.

Nuestra fundadora, **Lorena Mussa Rendic**, es Arquitecta de la Universidad Católica de Chile, titulada en 1987 tiene 30 años de experiencia en proyectos de arquitectura interior. En 2002, funda Mussa Arquitectos, empresa dedicada exclusivamente a la arquitectura corporativa interior. Como fundadora y gerente general está a cargo del equipo y de los clientes, involucrándose personalmente en cada proyecto.

Se destaca por su capacidad de liderar equipos multidisciplinarios, su forma de involucrarse profundamente con los clientes, su compromiso y su capacidad de interpretarlos y de mantener una comunicación fluida con ellos, lo que a traspasado a los arquitectos del equipo, caracterizándolo así con una forma muy profesional, dedicada y creativa, en cada uno de los proyectos que el estudio desarrolla.

**Ganó el premio al arquitecto interiorista del año 2018 en Chile** y ha participado como panelista en foros internacionales de arquitectura corporativa.

# La transformación digital: una cultura de transformación para las personas



## Ana Oró

---- Directora de Operaciones  
SAP España

*La transformación digital será humana o no será, y los humanos seremos cada vez más humanos digitales.*



**Anna Oró, directora de Operaciones de SAP España,** fue una de las **TOP100 Mujeres Líderes en la edición 2020**, en el ranking de Mujeres y Cía.

Nacida en Badalona, Oró es **licenciada en Matemáticas** por la Universidad de Barcelona, MBA por ESADE y recientemente ha calificado en el High Performance Board Members de IESE. La directiva ha desarrollado la mayor parte de su carrera en el ámbito de las Tecnologías de la Información, en compañías como **Seidor, T&G Ibérica, Computer Associates** y, finalmente **SAP, en la que lleva más de 20 años.**

Oró se unió al equipo de SAP en 1998 como **Product Manager** y desde entonces ha pasado por diferentes áreas -desde Programación y Consultoría a Comercial y Gestión- y ha ocupado distintos puestos que le han otorgado un profundo conocimiento del negocio.

Antes de su nombramiento como directora de Operaciones, **lideró el área de Mediana Empresa para España y el Sur de Europa**, donde alcanzó numerosos logros, como convertir a España en referente en ese ámbito dentro de SAP, una compañía con más de 400.000 clientes en todo el mundo. Hace dos años alcanzaba el hito de ocupar un puesto normalmente desempeñado por hombres en un sector eminentemente masculino, con lo que demuestra cómo los estudios STEM pueden conducir al desarrollo de una importante carrera profesional en el mundo de la Tecnología. **Desde su actual posición influye en la transformación de más de 8.000 grandes y pequeñas empresas en España.**

**S**e ha hablado tanto de la transformación digital que hemos llegado a quitarle el significado. Transformar significa modificar algo, convertirlo en una cosa distinta. Que sea digital implica que ese cambio se produce mediante la generación, transmisión, procesamiento o almacenamiento de datos.

Probablemente estaríamos todos de acuerdo en que hace años que en el mundo, en las empresas y en la vida de las personas está ocurriendo esta transformación digital. Si analizamos lo que hacemos en nuestra cotidianidad encontramos **múltiples ejemplos de cosas que ahora hacemos diferente** (un simple comunicado a través del correo electrónico, billetes de avión en el móvil, citas médicas por internet) así como **actividades nuevas que existen porque la tecnología las ha hecho posibles** (comprar sin ver físicamente un producto pero experimentando una simulación muy realista, resolver una duda con la administración o con el banco sin intervención humana, ...)



Este cambio ocurría lentamente, pero la pandemia ha actuado de hipercatalizador de esta transformación. Nos obligó a pasar del mundo presencial al mundo virtual en todas las áreas en las que la tecnología lo permitía. **Un virus provocó en pocos días lo que años de teorías nunca lograron.**

Tras estos dos años estamos en condiciones de analizar algunos de los impactos habidos en los países, en las empresas y en las personas. Es este último aspecto el que me parece más interesante.

El primer valor de la tecnología durante el periodo covid ha sido, a mi entender, el de proteger. Nos ha permitido recoger y analizar los datos de contagio, de movimiento geográfico del virus, estadísticas de recuperación y de efectividad de tratamientos para poder definir protocolos de seguridad. Nos ha habilitado, en muchos casos, la posibilidad de resguardarnos en nuestras casas mientras seguíamos nuestra actividad laboral. También nos ha permitido mantener el contacto con nuestra red familiar y social gracias a las video llamadas.

En definitiva, **hemos podido mantener un buen porcentaje de nuestra vida y actividad anterior sin ponernos en peligro.** Y al hacerlo hemos descubierto aspectos nuevos y nos hemos transformado como personas, modificando así nuestra escala de valores.

Hemos aprendido que **podemos trabajar sin estar presentes físicamente. Y valoramos el tiempo liberado** para conciliar y dedicarlo a nuestras actividades favoritas. Ya no estamos dispuestos a volver a invertir tantas horas en ir y volver de las oficinas.

---

‘Transformar significa modificar algo, convertirlo en una cosa distinta. Que sea digital implica que ese cambio se produce mediante la generación, transmisión, procesamiento o almacenamiento de datos.’

---

Pero también nos hemos dado cuenta de que si estamos en remoto de forma permanente perdemos el vínculo emocional, echamos en falta a los compañeros de trabajo y la conexión con el proyecto empresarial disminuye.

Y eso hace que pidamos a las empresas **un mundo híbrido y flexible** en el que poder dar lo mejor y poder obtener también lo mejor para nuestro entorno. Ponemos por delante el tener un trabajo con propósito porque el mundo se ha demostrado no infalible y el hecho de sabernos vulnerables ha puesto sobre la mesa cual queremos que sea nuestro legado.

Hemos decidido que desplazarnos para muchas actividades que antes hacíamos en persona ya no es nuestra preferencia y en cambio hemos acumulado ganas de viajar.

Probablemente tardaremos todavía años en sacar conclusiones sobre el cambio de los valores, de la cultura de las personas gracias a esa transformación digital acelerada por una pandemia mundial.



Si buscamos algo positivo en la experiencia es que nos ha permitido acelerar esta transformación de una forma que no hubiéramos imaginado jamás. Y la mayor parte este cambio lo ha habilitado la tecnología. También, como efecto de crecimiento, estamos mucho más abiertos a que los elementos digitales estén presentes en nuestras vidas.

Esto está cambiando las prioridades en las empresas. **En la faceta externa de mercado, el valor del dato está fuera de duda más que nunca y la principal tendencia es a recopilarlo, analizarlo, modelizarlo y utilizarlo para generar valor.**

**En la faceta interna, todas las compañías están enfocándose, o deben hacerlo, en facilitar la flexibilidad, la conciliación de la vida personal y profesional si quieren atraer y retener el talento.** El talento exige propósito y valores como la sostenibilidad para sentir que su aportación tiene sentido.

Como conclusión diría que **la transformación digital será humana o no será**, y los humanos seremos cada vez más humanos digitales. ☞



# Tecnología y conocimiento: *espacios más seguros y motivadores*

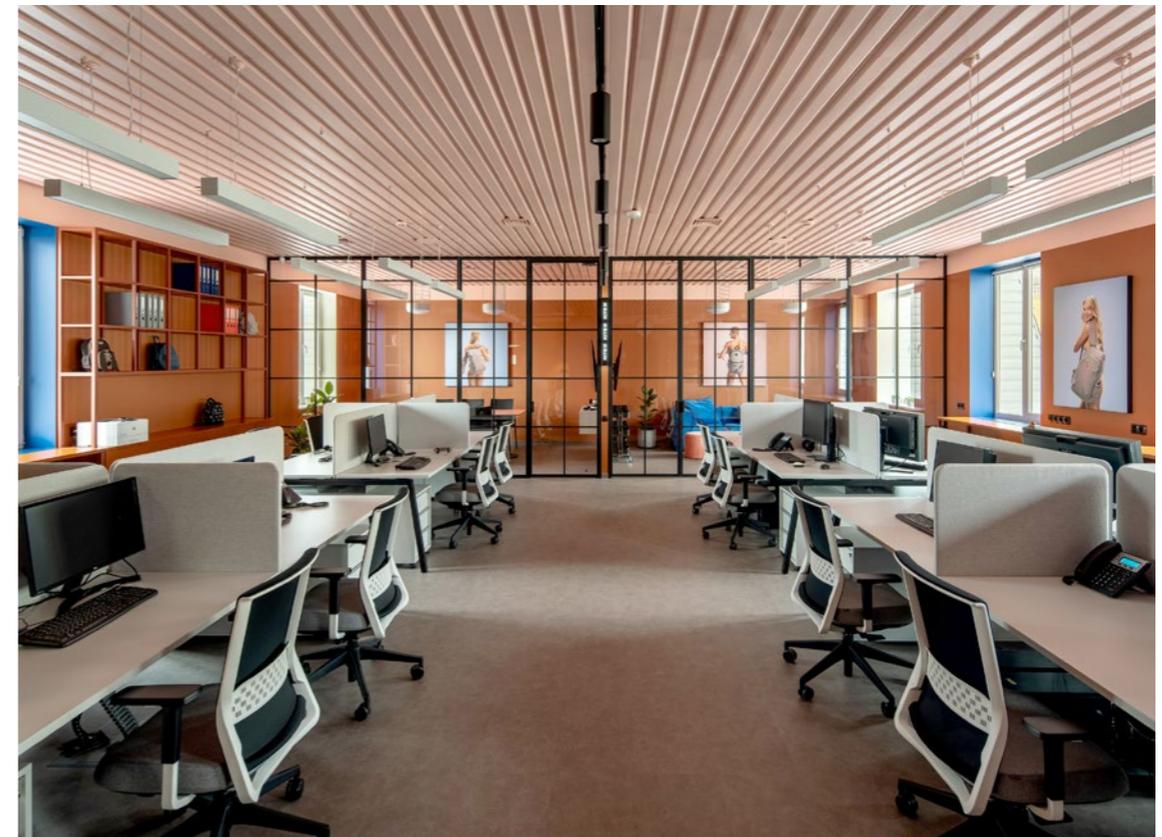




Las condiciones y características de los espacios de trabajo en los que se desarrolla una determinada actividad son determinantes para el bienestar y la productividad del equipo. A este respecto, las nuevas **herramientas inteligentes permiten aprovechar las posibilidades que ofrece la tecnología para sensorizar espacios y elementos de mobiliario, con el fin de asegurar unas condiciones ambientales adecuadas, así como un uso óptimo y eficiente de todo el entorno laboral.**

La implantación de protocolos y tecnologías Smart consiguen generar espacios flexibles y procesos ágiles potenciando la innovación y, en ese sentido, se convierten en un aliado de la **creatividad y productividad**. Atraer talento e ilusionar al equipo, para que sientan la necesidad de permanecer en las oficinas, pasa por crear espacios seguros dotados del máximo confort y bienestar, lo que redundará en la eficiencia, pero también en el estado de ánimo y en la tranquilidad de los usuarios.

Disponer de información en tiempo real es la clave para poder corregir, actuar y prevenir. **Gaia by Actiu®** es una **plataforma inteligente para espacios de alto rendimiento saludables y eficientes que sensoriza el entorno de trabajo, para obtener datos de uso y de las condiciones del ambiente** que permitan adoptar medidas que mejoren el uso de espacio. Eso, unido a una mayor eficiencia energética, ahorra costes pero también cuida de la salud de las personas.





‘Gaia by Actiu® es una plataforma inteligente para espacios de alto rendimiento saludables y eficientes.’

Gaia transmite **conocimiento cuantificable** a los facility managers y a las empresas en búsqueda de entornos más organizados, sostenibles y equilibrados. Lo realiza a través de sencillos sensores que se instalan en el mobiliario con su propio sistema de comunicación, garantizando tanto el anonimato como la seguridad en el tratamiento de los datos.

Así la plataforma supervisa parámetros como **la ocupación de espacio, la temperatura, la humedad, la luz, el sonido, los niveles de dióxido de carbono y las partículas en el aire**, incluyendo funciones de análisis de datos, gestión de gráficos, visualización e información sobre planos y su monitorización.

Además, desde el **punto de vista del usuario del espacio**, Gaia cuenta con una app móvil que permite al usuario buscar, reservar, valorar espacios y servicios disponibles, reportar incidencias, recibir contenidos y gestionar las alertas.

**Todo cuenta para poder configurar un espacio con las mejores condiciones posibles.** Desde la delimitación de diferentes zonas, la selección del mobiliario o el propio interiorismo, así como también la iluminación, el nivel de humedad o la calidad del aire, entre otros factores.

**Esta plataforma IoT concentra la experiencia de Actiu de más de 50 años en el diseño de soluciones para mejorar el bienestar de las personas en su interacción con los espacios de trabajo. Es resultado también del conocimiento adquirido durante sus procesos de certificación Leed y Well Platino, siendo el primer edificio industrial en el mundo en sumar estas dos certificaciones.** §





# “España protagonista del diseño mundial en el 2022”

**H**ablamos con el director del Madrid Design Festival y fundador de la consultoría estratégica de diseño Almadás, **Álvaro Matías**; la investigadora, divulgadora y comisaria de diseño, y directora estratégica de Red de Diseño del Foro de Marcas Renombradas, **Marisa Santamaría**; y con el director València Capital Mundial del Diseño y Co-fundador y socio de Estudio Menta, **Xavi Calvo**, sobre el diseño como palanca de cambio en las organizaciones, el binomio empresa-universidad, la importancia de la divulgación o el papel Marca España a través de eventos como el MDF '22 y Valencia WDC22.



## Álvaro Matías

DIRECTOR DE MADRID DESIGN FESTIVAL

Fundador de la consultora estratégica de diseño Almadás y CEO de Wander en Soulsight. Es director de Madrid Design Festival, un encuentro de creadores que ha posicionado a la ciudad en el mapa del diseño internacional

**P: Fundaste Almadás en 2020, tras una larga trayectoria como gestor cultural que te ha hecho consciente de cómo la cultura y la creatividad son elementos fundamentales para llevar a cabo cualquier iniciativa de cambio. Háblanos sobre tu experiencia en ese binomio empresa-diseño.**

R: El nacimiento de Almadás, en un momento complicado como fue el inicio de la pandemia, nos permitió parar y reflexionar sobre cómo todo lo que hacemos tiene un impacto y existen otras formas de actuar, más reflexionadas y que se alejan de la inmediatez y el resultado a corto plazo. Mi experiencia como gestor cultural me ha proporcionado un aprendizaje muy valioso: el diseño y la creatividad tienen que formar parte del ADN de cualquier organización. Son aspectos que marcan la diferencia. Almadás nace del interés de profundizar con una nueva generación de empresas y organizaciones que apuestan por la transformación y el cambio a través de estrategias comprometidas, no solo con su misión como empresa, sino como agentes necesarios en una sociedad más humana, ética y relevante. Un acompañamiento en el desarrollo, mejora y cambio de sus proyectos, usando la creatividad y el contenido como elemento diferencial.

‘Incorporar el diseño en la organización estructural de una compañía requiere de decisiones valientes y cambios importantes, pero, sobre todo, de que éste pase a formar parte, de manera intrínseca y con identidad propia, de la propia empresa’

**P: ¿Has visto una evolución durante estos dos años en la mentalidad de las empresas?, ¿son más conscientes de la importancia de contar con estrategias creativas y existe una mayor demanda de esta consultoría del diseño?**

R: Es una realidad cada vez más evidente pero queda mucho por hacer. Es fundamental que el diseño pase a formar parte, de manera intrínseca, de la cultura de las organizaciones, no sólo como una cuestión de resultado final, sino de organización interna, eficiencia de procesos y trabajo con las personas, que tiene mucho que ver con el liderazgo humano dentro de las compañías. El diseño es el mejor aliado para crear organizaciones ágiles y con una mirada a largo plazo, y la apuesta de muchas empresas, por incorporarlo en su organización estructural, implica decisiones valientes y cambios importantes. Marcas como Actiu, Simón o Consentino, que ya han interiorizado el diseño en su ADN, son un buen ejemplo para que otras entiendan cómo invertir en diseño es hacerlo en la empresa, y festivales como el MDF son escaparates perfectos para visibilizar cómo estos cambios son posibles.

**P: Sobre el Madrid Design Festival ¿Cómo ha evolucionado el festival a lo largo de sus cinco ediciones y cómo ha cambiado la percepción del diseño durante este tiempo?**

R: El festival ha tenido durante estos cinco primeros años un proceso natural de asentamiento. Nació con una idea clara, como un encuentro abierto y democrático donde hablar del diseño desde diferentes perspectivas y destacar su capacidad de interrelación entre distintas técnicas, abierto a diseñadores y a marcas, y que integrase a todos los sectores y ámbitos. Madrid está despertando el interés del diseño internacional a pesar de no ser una capital con la tradición que puedan tener ciudades como Milán, Helsinki o Copenhague. Es una ciudad situada en -digamos- una de esas tangentes donde se descubren las ideas más sorprendentes e interesantes. Con el impulso de una generación magnífica de diseñadores actuales, la ciudad cuenta cada vez con más iniciativas que ayudan a crear un ecosistema vivo y hacen que el diseño forme ya parte activa de la ciudad durante todo el año.

**P: ¿Qué influencia ha tenido la Capitalidad Mundial del diseño de Valencia en el Madrid Design Festival y hacia dónde camina la nueva edición?**

R: La idea del festival es construir puentes. En este caso con Barcelona, capital por excelencia del diseño en nuestro país, a través de la Barcelona Design Week; y con Valencia WDC22, como un reconocimiento que visibiliza la actividad económica y cultural de una región que encuentra en la creatividad y el componente artesanal su principal esencia. Para la próxima edición queremos seguir siendo el nexo entre marcas y empresas para desarrollar proyectos de largo recorrido y que apuesten por rediseñar el mundo. ♡



# Marisa Santamaría

DIRECTORA ESTRATÉGICA DE RED-AEDE

Analista de tendencias Internacionales de diseño, arquitectura, estilos de vida y movimientos contemporáneos. Está especializada en la investigación y análisis de las nuevas corrientes actuales en todas las áreas creativas relacionadas con la innovación y la evolución del diseño internacional.

**P: Aunque la industria del diseño ha estado siempre muy vinculada a Barcelona y Valencia, desde hace años se hace más visible en Madrid, a través de eventos como el Madrid Design Festival. ¿Cómo está funcionando este triángulo Valencia-Barcelona-Madrid?, ¿supone ya un punto de madurez y de cultura por el diseño en nuestro país?**

R: Es un triángulo interesante, pero no hay que olvidar ciudades que avanzan y se desarrollan con fuerza, con un tejido poderoso de diseñadores de todos los ámbitos y orígenes, como Málaga, Sevilla, Coruña, Bilbao..., y señalaría también contextos rurales sorprendentes, diseñadores, arquitectos y artesanos trabajando en proyectos globales desde el campo conectado, como Loja y su entorno granadino, Allariz en Galicia, u Olot y Bañolas en Cataluña.

**P: Desde tu experiencia como divulgadora, ¿cómo desde la colaboración entre la universidad y la empresa se logra transmitir a los nuevos talentos que en España hay futuro y no hace falta emigrar a lugares como Italia o Escandinavia? ¿En que punto se encuentra este binomio universidad-empresa? ¿Existe la suficiente colaboración entre ambos sectores?**

R: Queda aún mucho camino por recorrer, la empresa y los empresarios son grandes desconocidos en España; y la Universidad ha estado históricamente alejada de la sociedad. Se trata de romper este círculo negativo cuanto antes y entender que la integración de la empresa en la formación es básica para aportar conocimiento sobre las nuevas estructuras y procesos de trabajo, y fomentar el impulso emprendedor. El fenómeno más interesante de los últimos años es el papel de formación y divulgación de las empresas, que se han dado cuenta de que ya no se trata sólo de comunicar, sino de divulgar y difundir conocimiento a los profesionales y al público general.

**P: ¿En qué punto se encuentra la Marca España, tanto dentro como fuera de nuestras fronteras?**

R: En el proyecto de investigación 'Atlas de la cultura del diseño en España', que llevo dos años desarrollando junto al Madrid Design Festival y el Ministerio de Cultura, queda claro el avance del conocimiento de la evolución e impacto del diseño en la vida de las personas, que demuestra que España llega tarde, pero avanza rápido. Pero a pesar del triunfo, exaltación y admiración por el diseño español fuera de nuestras fronteras, se trata de proyectos individuales y aislados entre sí, que no se conectan a través de una identidad común ni hilo narrativo de lo que significa hoy el diseño en España.

**P: ¿Cómo puede ayudar la Red de Diseño del Foro de Marcas Renombradas Españolas a introducir en nuestro ADN una filosofía de trabajo en equipo y a la difusión del diseño español dentro y fuera de nuestras fronteras?**

R: La Red de Diseño del Foro de Marcas Renombradas Españolas (FMRE) avanza despacio pero de forma firme y determinante, y las primeras que tienen que hablar de la transformación de sus marcas a través del diseño estratégico son las propias 140 marcas integradas en él. Proyectos como Observatorio del Diseño y Marca X Diseño, junto con Valencia WDC22 y el Pacto Nacional por el Diseño, fomentan la divulgación y demuestran cómo compartir conocimiento es aprender a aprender. Un signo contemporáneo imprescindible, para avanzar en mejores condiciones hacia el futuro. 

‘La integración de la empresa en la formación es básica para aportar conocimiento sobre las nuevas estructuras y procesos de trabajo, y fomentar el impulso emprendedor. Ya no se trata solo de comunicar, hay que divulgar y difundir conocimiento a los profesionales y al público general’



## Xavi Calvo

DIRECTOR VALÈNCIA CAPITAL MUNDIAL DEL DISEÑO

Diseñador gráfico y consultor estratégico de comunicación.  
Co-fundador y socio de Estudio Menta.  
Director de València Capital Mundial del Diseño 2022.

**P: Lleváis más de tres años, pandemia de por medio, preparando todo para este año. ¿Cómo encara vuestro equipo los próximos doce meses?**

R: Echando la vista atrás me doy cuenta de que llevamos el mismo tiempo trabajando desde que el coronavirus fue declarado como pandemia como hasta entonces, y eso nos ha dado la ventaja de saber ser lo suficientemente flexibles tanto como para adaptar parte de nuestra programación a restricciones presenciales como para organizar desde cero actividades que podían pasar a ser híbridas o puramente digitales en cuestión de días. Así que ya con un programa de ejecución sobre la mesa, tanto el equipo como toda la organización preparamos una agenda de 2022 apasionante y con la confianza que nos da tener las herramientas para desarrollarla.

**P: El programa incluye más de 100 actividades, 150 ponentes, 70 convenios, 25 espacios y 100 entidades implicadas. ¿Cuáles serán las más destacadas después del verano?**

R: Y son cifras que no dejan de crecer, ya que la aspiración del programa de València Capital Mundial del Diseño 2022 no se quedará solo en nuestras actividades propias que son ese centenar, sino que ya somos paraguas de mucho más que se va a ir gestando por otras entidades, empresas y profesionales que aprovechando el marco de este año del diseño desarrollarán sus propias actividades empleando el

altavoz que daremos desde nuestro programa satélite.

Para finalizar la edición de 2022 se ha puesto el foco de manera clara en los certámenes de la Valencia Disseny Week 2022 y Feria Hàbitat Valencia que traerán muchas actividades paralelas como es el congreso de Diseño y Salud con el CDICV o el World Design Street Festival. Por seguir adelantando agenda, Tachy Mora inaugurará Escenarios de un futuro cercano, y se prepara la gran exposición retrospectiva de Jaime Hayón. Llegará a València el XVII Congreso Internacional DoCoMoMo de arquitectura, tendremos las jornadas de Co-diseño e Innovación Social

**‘Actiu contribuyó a que nuestra ilusión cristalizara en un movimiento sin precedentes para el diseño valenciano’**

de ADCV y Raquel Pelta, y en el MuVIM con el comisariado de Ramón Úbeda, inauguraremos la exposición Diseño y Salud. Además se sucederán otros Signature Events entre los que podemos destacar el World Design Policy Conference como el foro internacional de políticas públicas que convertirá València en un referente internacional, los días 3 y 4 de noviembre.

**P: ¿Qué ha supuesto para vosotros el apoyo de empresas como Actiu, que han sido Premio Nacional de Diseño y han estado del lado de esta iniciativa desde el principio?**

R: Empresas como Actiu, que se volcaron desde el minuto uno cuando todo era solamente una intención, un pre-proyecto de candidatura, lo que realizaron fue un auténtico acto de fe al creer que tanta ilusión cristalizaría en un movimiento sin precedentes para el diseño valenciano. Esa demostración de Actiu responde a que llevan el diseño en su ADN, son una empresa de diseño, y por eso el

apoyo es tan fundamental porque así nos ayudan mucho en la parte del proyecto más orientada a la divulgación y pedagogía del diseño.

**P: Periodistas de muchos países están dedicando artículos a World Design Capital València 2022, ¿cómo está siendo esa cobertura? ¿Qué están contando al mundo sobre el diseño valenciano?**

R: Lo que me parece más interesante de este fenómeno mediático sin precedentes (el impacto internacional superó hace meses todas nuestras expectativas iniciales) para el diseño español es cómo se está poniendo el foco en valores como la creatividad y el diseño para ubicar en el mapa a València. Desde la organización nos emociona leer que se hable tanto de nuestra tierra con motivo de ser Capital Mundial del Diseño, y que se aproveche para contar sobre nuestra gastronomía, nuestra gente, costumbres, industria... en publicaciones que van desde el turismo hasta los medios más especializados desde los que se reivindica el talento valenciano.

**P: Según vuestras estimaciones, el diseño aporta a la economía valenciana más de 1.400 millones de euros al año. ¿Qué hace especiales a las empresas valencianas dedicadas al diseño?**

R: Son estudios realizados en los últimos 4 años por la Generalitat Valenciana, por el Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas, por la Asociación de Diseñadores de la Comunitat Valenciana (ADCV) y por la Agencia Valenciana de la Innovación (AVI). Analizaron la economía del diseño así como la contribución económica de los sectores intensivos en diseño en la Comunitat Valenciana. Poder cuantificar esta aportación del diseño a la industria ha sido clave para reivindicar un discurso que necesitaba datos, así que el primer logro fue el interés, participación y colaboración de las instituciones valencianas para definir, identificar, dimensionar el diseño y evaluar su uso en los principales sectores económicos valencianos. Y una conclusión relevante de estos estudios de impacto es que la industria valenciana está muy por encima de las medias nacionales. 📍

# Esencia Mediterránea

**Creemos en la  
sostenibilidad:  
Creamos a partir  
de ella.**





# A+S WORK

ERGONOMÍA PARA TODO Y PARA TODOS

[www.actiu.com](http://www.actiu.com)