

Obras

¿Y dónde está el paciente?



México debe triplicar su infraestructura, pero los nuevos hospitales están casi vacíos; ¿falló la receta?

BRASIL CONTRA RELOJ

Accidentes en los estadios ponen 'fuera de juego' a la Copa del Mundo

ILUMINACIÓN A OSCURAS

Los sistemas de alumbrado público deben cambiar de foco

INFORME VEVOE

AGUA: PUNTO DE QUIEBRE

Invertir un billón de pesos en infraestructura hídrica o renunciar a 33% del PIB





DISEÑO QUE REINVENTA

La marca mexicana Barrilito, con más de 200 años de trayectoria, creyó en la importancia de una imagen corporativa y evolucionó hacia allá.

Por Dorian Sandoval



Uno de los principales retos fue crear ambientes que lucieran los productos sin que pareciera una papelería.

FOTO: CORTESÍA DIN INTERIORISMO

Por largo tiempo, las oficinas del corporativo de Barrilito se ubicaron en Iztapalapa, pero hace dos años Maximiliano García, director general de la empresa, emprendió la idea de cambiar, no sólo su lugar de trabajo, sino también el concepto bajo el que su empresa había funcionado hasta entonces.

Las oficinas en Iztapalapa estaban cerca de una zona de bodegas, y la decisión de mudarse se debió a que el lugar fue vendido y la mercancía se trasladó a otros almacenes en Querétaro. El área administrativa quedó subutilizada y llegó el momento de buscar otra ruta.

El reto era hallar un punto que trajera beneficios a la corporación y a los 50 empleados que viven principalmente en esa delegación, en Nezahualcóyotl o Chalco, Estado de México.

Se unen dos talentos

Una vez que Max encontró el edificio en renta comenzó el desafío de mudarse al sur de la capital, al número 1647 de la avenida Insurgentes, uno de los corredores corporativos más importantes y de los que concentran mayor número de oficinas de lujo en México.

Después de recibir varias propuestas de proyecto eligió a DIN Interiorismo, de Aurelio Vázquez, como líder de la obra.

El director creativo de DIN propuso un modelo que respondiera a la tendencia mundial en espacios corporativos, es decir, áreas abiertas y eficientes. Bajo ese precepto desarrolló su labor: eliminó las 43 impresoras y los 200 archiveros que tenían y se encargó de convertir el espacio disponible en otro completamente diferente.

Se propuso terminar con el viejo esquema americano de oficinas tipo caballerizas y en su lugar adaptó el modelo europeo que antepone zonas mucho más despejadas. Asimismo, fiel a su convicción de no sujetar sus proyectos a una moda, eligió basarse en un estilo contemporáneo que concediera personalidad propia a la obra.

La intervención arquitectónica por parte de Aurelio apostó por la reorganización del espacio y las áreas que se mudaban a las nuevas instalaciones. El interiorista trabajó a partir de un lienzo en blanco: el lugar estaba en obra gris y eso le permitió tener absoluta libertad.

Los retos

Además de reacomodar a todo el personal, Max García solicitó dos cosas: hacer de sus nuevas oficinas un *showroom* y crear una sala de juntas en la que todo el equipo pudiera concentrarse. El interiorista supo que el primer punto no era una opción.



FOTO: CORTESÍA DIN INTERIORISMO

ORDEN. Las oficinas de la empresa eran oscuras y desorganizadas. El nuevo concepto integra todas las áreas para generar armonía y comunicación entre ellas.

“Idear el *showroom* de una empresa que vende artículos escolares me remitía a papelerías, y no queríamos eso. Lo que buscamos fue darle un nivel diferente, un análisis de los objetos en sí mismos”, afirma Aurelio.

La solución fue crear arcos de madera con cubos de acrílico incrustados donde sus diferentes productos fueran expuestos. Tijeras, engrapadoras, perforadoras, libretas y clips debían lucir como piezas de museo, no como artículos en venta dentro de sus empaques.

Al usar este recurso, se creó un pasillo con objetos de arte y se distribuyó la atención a lo largo de todo el espacio. Los visitantes y los usuarios de las oficinas respiran desde el vestíbulo un ambiente de sofisticación, y al entrar tienen la oportunidad de hacer de forma simultánea un recorrido visual e institucional.

Para resolver la sala de juntas se descartó la típica mesa enorme con sillas, y en su lugar se proyectó un miniauditorio con gradas de madera forradas de alfombra que sirviera para múltiples propósitos, desde tareas de capacitación, recibir mensajes del director, hasta ver los partidos de la Selección Mexicana de Fútbol en un ambiente de informalidad y compañerismo.



VINILES FUNCIONALES. Además de ser parte de la decoración, estos coloridos viniles tienen la función de identificar las diferentes áreas de trabajo.

El simbolismo

Este pequeño estadio posee uno de los pocos muros que existen en el lugar, el resto se encuentra dividido por paredes de cristal en un claro deseo de fomentar valores como el trabajo en equipo, la convivencia y la comunicación.

Asimismo, las transparencias maximizan la luz natural, razón por la que la empresa prácticamente podría no encender sus luces durante el día, aunque es un requisito que debe cubrir por cuestiones de seguridad y control gubernamental.

También se usaron pisos cerámicos de porcelanato Interceramic en los pasillos debido a su alta resistencia y facilidad de limpieza. Aquí predominan los colores grises, en contraste con el auditorio donde resaltan tonos más oscuros en verde. La alfombra marca Shaw se reservó para la zona de oficinas con el objetivo de amortiguar el ruido.



POCO COMÚN. El miniauditorio genera opiniones enfrentadas, pues no a todos en el corporativo les resulta un espacio agradable. Aurelio Vázquez confiesa que su objetivo fue la provocación.



FOTOS: CORTÉS/ADRIAN HERRERA/SWO



COFFEE BREAK. Se diseñó un microcomedor abierto donde se puede tomar un breve descanso o realizar juntas informales.

EN LAS ALTURAS. Las nuevas oficinas de este corporativo se encuentran en el piso 12 del edificio. Las vistas panorámicas de la ciudad son un valor agregado que se puede disfrutar.

En general, el mobiliario de la marca Permasa muestra tonos neutros, perfectos para combinarse con vinilos decorativos, tarea que estuvo a cargo de María del Mar Rancé, diseñadora que ha trabajado con la empresa en el diseño de algunos productos.

Rancé ideó una serie de gráficos para representar la labor de cada área. Los focos indican el lugar donde nacen las ideas, el

código de barras señala quiénes se dedican a los números, y los engranes en la sala de juntas representan el trabajo de todos para generar las estrategias que hacen funcionar la maquinaria completa.

Futuro prometedor

Aunque el cambio fue radical y modificó la rutina de sus empleados, fueron más los

beneficios obtenidos. Más allá de tener un sitio seguro y agradable para trabajar, esta inversión en diseño logró reflejar la solidez de la empresa ante propios y extraños.

“Quisimos derribar el mito de que Barrilito es sólo tijeras, el mensaje que se pretende transmitir es que se trata de una empresa de primer mundo, estructurada y fuerte”, afirma Aurelio Vázquez.

Por su parte, Max García indica que sí bien los resultados en productividad han sido tan buenos como en años anteriores, este nuevo ambiente ha favorecido la convivencia y el desempeño de su personal. “Nuestros proveedores tienen otra apreciación. Hemos recibido a diversos clientes que se sorprenden al recorrer estas nuevas instalaciones”, apunta García.

Aunado a esto, el directivo encontró que la nueva dinámica de trabajo tuvo como consecuencia una depuración natural de trabajadores que no pudieron adaptarse al ritmo.

De acuerdo con el directivo, ya han quedado atrás los días de calor en la oficina, las comidas en los escritorios, los cubículos aislados y la falta de estacionamiento. Hoy en día, los beneficios son para todos por igual.

Esta imagen renovada ha reforzado la confianza en esta compañía que, con más de 200 años de experiencia, ya se prepara para afrontar con nuevos bríos los desafíos del futuro. ■