

PORTAFOLIO

EL HOMBRE Y EL ESPACIO

Especialización en Proyectos de Arquitectura Interior
Módulo de **Habitación** | Módulo de **Espacios de Oficina**

Presentado por

Diseñador Industrial **Sergio Andrés Muñoz Quiroz**
ID 000090889

Universidad Pontificia Bolivariana

Postgrado de **Especialización en Proyectos de Arquitectura Interior**
Escuela de **Arquitectura y Diseño**
Medellín, 2016

PRÓLOGO

Portafolio de Especialización en Proyectos de Arquitectura Interior:

En la arquitectura y el diseño industrial actual, siempre se ha tenido una premisa, por lo menos desde el punto de vista propio, de que **un objeto puede llegar a definir completamente la funcionalidad el espacio**, desde la concepción del producto como tal, bien sea mobiliario, electrodoméstico o un objeto artístico; hasta sus materiales y dimensiones. Si bien esta teoría puede llegar a ser cierta, **no precisamente se puede decir lo mismo respecto del espacio mismo**, ya que desde sus requerimientos técnicos y su materialidad, llegan a establecerse ciertas funcionalidades en el espacio interior, es el caso de los cuartos técnicos, o zonas como el baño y la cocina.

Pero también, **un espacio no está exactamente determinado, necesita de una conjunción del hombre y la arquitectura que lo compone**, de que tengan contacto y que ambos pongan de su parte para tener una conjunción que defina tanto a uno como el otro. El hombre es un animal conquistador por naturaleza, y más si se trata del espacio en el que vive, en el que se desenvuelve, en el que interactúa, en el que simplemente, **és él mismo**.

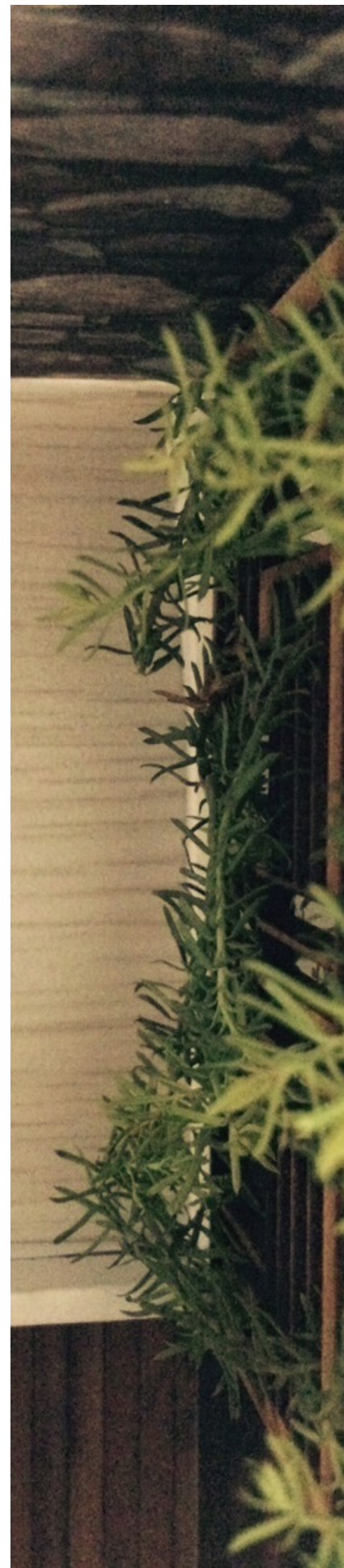
En esta especialización de postgrado de **Proyectos de Arquitectura Interior**, se pudo apreciar diferentes momentos en los que ese hombre conquista y hace propio su ambiente, bien sea **desde su propio hogar** (Módulo de espacio de Habitación), **el lugar en donde trabaja** (Módulo de espacio de Oficinas), **el lugar donde consume** (Módulo de espacios Comerciales), y **el lugar en donde se expresa** (Módulo de espacios Efímeros).

El producto final de este Postgrado, como lo apreciarán a continuación, es la **culminación tanto investigativa como**

conceptual y productiva, de proyectos que dan respuesta a un momento y una forma de apropiarse del espacio arquitectónico por parte del hombre, con ayuda del objeto como un facilitador y participante activo de esas formas de habitar y de hacer propios los espacios.

En este portafolio en específico, se plasmarán los proyectos del **Módulo de espacios de Habitación** y del **Módulo de espacios de Oficina**; el primero, porque es desde nuestro propio hogar en donde somos nosotros mismos, en donde se observa en estado puro, **las formas del como el hombre hace propio su espacio**, y el cómo se enfrenta a la mudanza de un espacio completamente nuevo y predeterminado, tomando como referente el **Inmueble Villa (1922)**, obra del ilustre Arquitecto Le Corbusier; el segundo proyecto trata de mostrar el cómo, **desde un espacio en donde el hombre pasa una gran parte de su tiempo en la actualidad -La oficina-** el hombre llega a apropiarse el espacio, y en donde cómo se “pone la camiseta” en representación de una empresa, y trabaja en conjunto con sus compañeros de trabajo, para el bien común del desarrollo de la empresa, partiendo desde un caso en específico de el **Área de Mercadeo de la multinacional Grupo Éxito**, con sede en las oficinas generales ubicadas en Envigado, Antioquia.

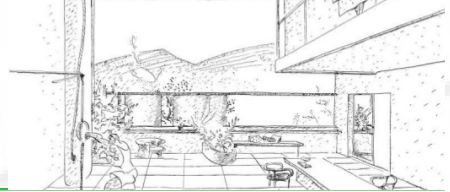
En lo personal, espero que este producto final cumpla las expectativas logradas gracias a la asesoría de todos los profesores que participaron e hicieron posible estos proyectos, en los cuales dan evidencia de la interacción permanente del hombre con su entorno y espacio que lo rodea, y el cómo el hombre hace suyo esos espacios en los que se mueve diariamente.



CONTENIDO: PRIMER PROYECTO

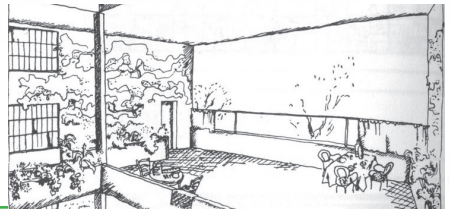
Portafolio Arquitectura Interior: Módulo de espacio interior de Habitación

Introducción: Acerca del "Habitar"



6

Capítulo 1: Arquitectura de Proximidad: Espacios de contacto
Los Espacios domésticos
Los hábitos: Estilos de vida
Superficies de contacto: la Hapticidad
En la proximidad: Arquitectura háptica, el vínculo y la esencia



8

Capítulo 2: La arquitectura del **Nuevo Espacio**
Lo campestre en la ciudad: Medellín como espacio urbano
Condiciones socio-culturales
Normativas y condiciones territoriales
Inmueble Villa
Inmueble villa, determinante del hábitat y el habitar



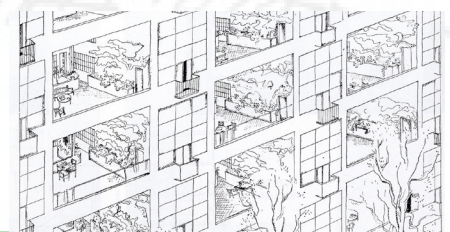
11

Capítulo 3: Comprendiendo el Esp. háptico: Las casas de Le Corbusier
Casa la Roche-Jeanneret
Casa Cook, Boulange-Sur-Seine
Villa Stein-de Monzie, Garces
Villa Savoye, et loge du Jardinier
El espacio interior como generador de experiencias vividas



14

Capítulo 4: Hábitat y Habitar: Esencia y Vínculo
La Grilla: Identificación del espacio interior
La espacialidad y su hapticidad en el Inmueble Villa
El habitar Moderno
El espacio de proximidad como conectores entre hábitat y el habitar



20

Capítulo 5: Esencia + Vínculo: La Arquitectura de la proximidad
La Grilla como organizador del espacio interior
Casa vínculo. Presentación del proyecto
La materialidad como elemento de conexión
Exploración háptica de Casa Vínculo



24

Postura Personal:

Proyectando desde la Arquitectura de la Proximidad

28

Referencias:

Bibliográficas e Iconográficas

29

CONTENIDO: SEGUNDO PROYECTO

Portafolio Arquitectura Interior: Módulo de espacios de Oficinas



Introducción:

Acerca de un proyecto de oficinas

33



Capítulo 1: La oficina para el hombre: Parametros esenciales

La identidad de marca en una Empresa
Ambientes y espacios funcionales de Trabajo
Mobiliario, el bienestar del trabajador
Oficina: La personalidad de un espacio de trabajo

35



Capítulo 2: Contextos con historia: Oficinas de Grupo Éxito

Grupo Éxito: Radiografía de un icono colombiano
Contextos: Envigado y los alrededores de las oficinas Grupo Éxito
Planeando un futuro: Grupo Éxito y Viva! Envigado
Entornos y Reflejos: La personalidad del Grupo Éxito

39



Capítulo 3: Entendiendo el Espacio laboral: Otras perspectivas

The Google Spa Office. Budapest, Hungría
Hasso Plattner's Institute of Design. Stanford, California
Oficinas generales de Grupo Bancolombia. Medellín, Colombia
Miradas y percepciones: El espacio de trabajo como espacio vivido

42



Capítulo 4: Vivencia del cliente: Depto. de Mercadeo de Grupo Éxito

El cliente: Personal del área de Mercadeo de Grupo Éxito
Acercamiento al espacio: Visita a las oficinas de Grupo Éxito
Diagnóstico: Observaciones de las Oficinas del área de Mercadeo
Área de Mercadeo de Grupo Éxito: Buscando una identidad

47



Capítulo 5: Creciendo Contigo: Espacios de identidad y orgullo

Creciendo contigo: Concepto y Características de la propuesta

Distribución de los espacios

Aspectos técnicos

Detalle de Mobiliarios

Detalle de Columnas

Pisos, cielos y suelos

51

Postura Personal:

Acerca del reto de un proyecto de oficinas

58

Referencias:

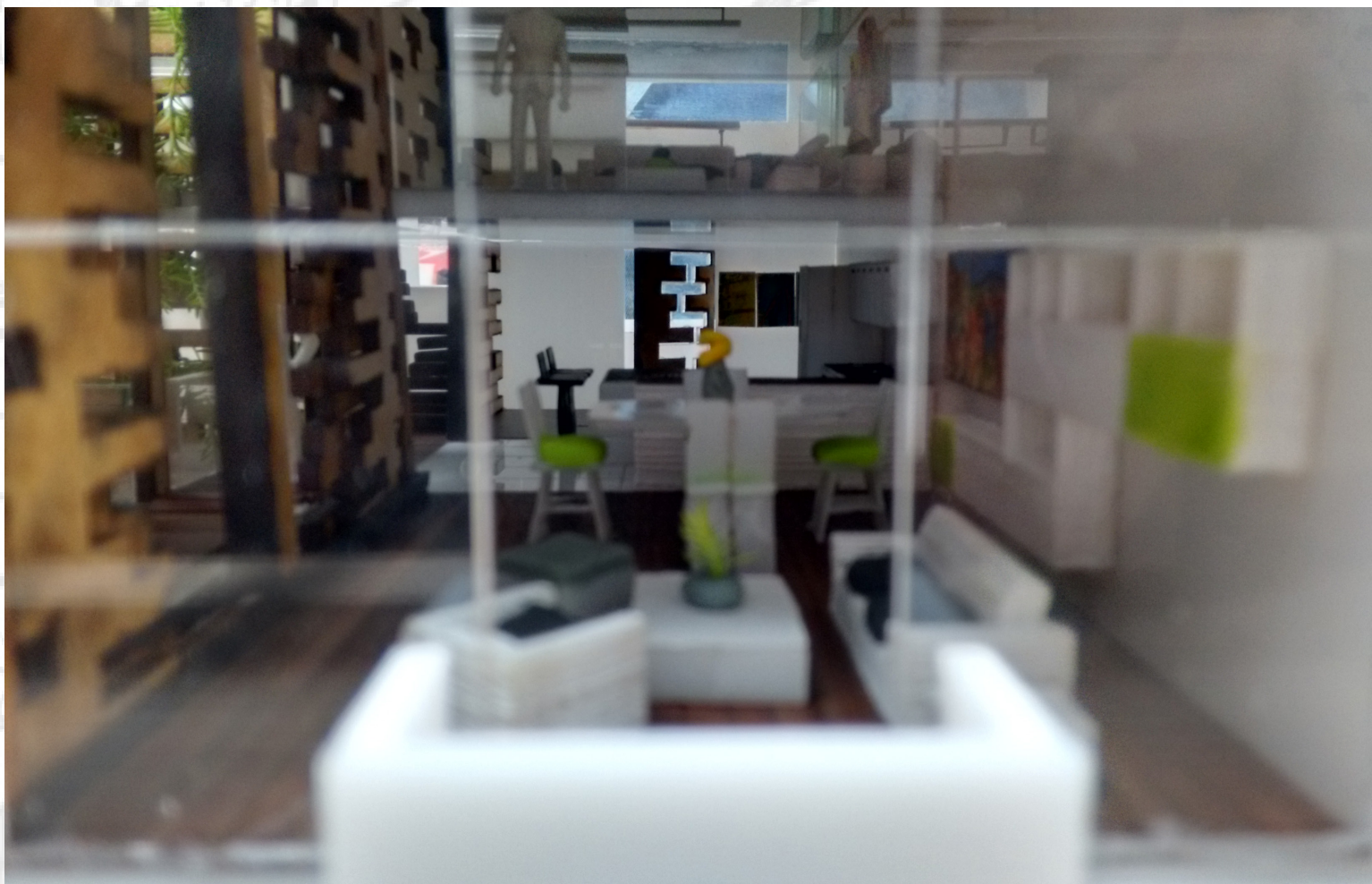
Bibliográficas e Iconográficas

59

Postura final:

Especialización en Proyectos de Arquitectura Interior

61



PRIMER PROYECTO

Esencia + Vínculo:

Espacios de proximidad y afinidad

Realizado por:

Arquitecta **Ivonne Yohana Hurtado**

Arquitecto **Rolando Quintero Monterosa**

Diseñador Industrial **Daniel Martínez**

Diseñador Industrial **Sergio Andrés Muñoz Quiroz**

Docentes-Asesores

Arquitecto **Felipe Bernal Henao**

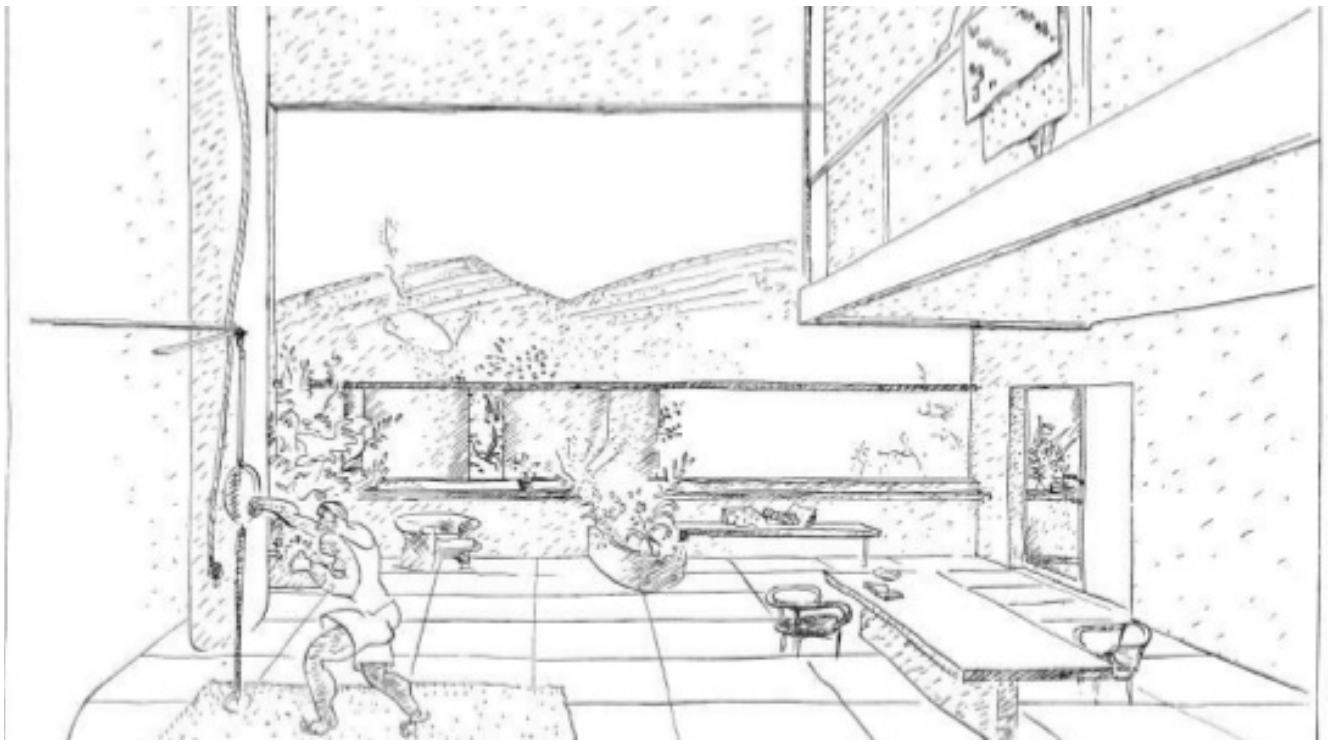
Arquitecto y Filósofo **Carlos Mesa Gil**

Universidad Pontificia Bolivariana

Postgrado de **Especialización en Proyectos de Arquitectura Interior**

Escuela de **Arquitectura y Diseño**

Medellín, 2015



Img. 1 Inmueble Villa, vivienda conceptual de casas patio en altura, por Le Corbusier

INTRODUCCIÓN

Acerca del Habitar

El habitar es un asunto primitivo, y a la vez inconsciente en el hombre. Desde el inicio de los tiempos, el transitar un espacio, ya sea de forma corta, larga, o permanente, es para el hombre un tema de mucho recelo, debido a que involucra su precepción del mismo espacio y su capacidad para adaptarse a él; es la instancia de encontrar en él lo que quiere, e igualmente que ese mismo espacio hable del individuo o personas que los habitan. Al transitar por las ciudades, movernos de un lugar a otro, se lleva con el individuo, de una forma inconsciente, **su forma de habitar, de convivir con el otro, e incontables maneras de como apropiarse de los lugares;** lo que conlleva a que la identidad de aquel individuo se refleje en el espacio mismo, determinándolo en sentido figurado como un espacio vivido. Es entonces que cuando hacemos ese traslado de la forma de habitar al diario vivir, evidenciándolo en el lugar

de trabajo, en el ocio, incluso en el mismo hogar, es lo perfectamente se podría llamar bajo el término de “mudanza”, que no es más que otra cosa que el acto de **mover las pertenencias, lo que se tiene, lo que se es, de un lugar a otro espacio completamente diferente, sin perder esa esencia personal, esa identidad característica de cada uno,** generando así una nueva conquista del espacio nueva para impregnar dicha identidad de forma implícita e explícita. **Mudarse es algo que se hace a diario de una manera imperceptible:** se llega al espacio de trabajo, de estudio, de entretenimiento y éste se comienza a moldear a las necesidades, no solo por una búsqueda inconsciente de comodidad del ser, sino por **una forma implícita de habitarlo de acuerdo a la identidad personal;** es la categorización de las atmosferas determinadas a partir de las actividades, objetos, hábitos, rutinas.

El hombre es un ser conquistador de espacios por naturaleza, lo que tiene como resultado que, todos estos sean desarrollados de acuerdo a las actividades que son demandadas y necesitadas; pero cuando hablamos de un hogar, sea este hábitat una casa, un pequeño apartamento en un gran edificio, se encuentra con **un espacio que tiene la compleja necesidad de dar respuesta a la adaptación individual** característica conformada a partir de los hábitos, hasta convertirse en un espacio tan personal y tan característico que es llamado en la mayoría de veces como El espacio de nosotros.

El tema sobre el cual trata este proyecto de investigación consiste en la **proyección de un espacio a partir de la identificación de los hábitos de un individuo** ya sea en la intimidad o en lo social. Dicha condición de los hábitos inunda de una forma casi intrínseca un espacio determinado, y más un espacio que identifica de una manera más íntima al hombre como el hogar, de tal forma que este se comienza a transformar a la voluntad de las experiencias y vivencias personales de dicho individuo. Así, la arquitectura debe ser una herramienta que

debe permitir que los hábitos se puedan desarrollar en los espacios, impregnándolos a partir del color, la textura, la cercanía, los objetos, y el mismo carácter de quien lo habita, generando así lo que se conoce como arquitectura háptica; una arquitectura que evoca sentimientos, experiencias y que tiene la naturaleza, la identidad y el temperamento de quien lo habita.

Para tener una aproximación y entendimiento del como los hábitos de los individuos llenan de carácter el espacio, se aborda a partir de tres autores. El primero es **Javier Ferrándiz Gabriel en su libro Apolo y Dionisos: el temperamento en la arquitectura moderna**¹, en la que Javier, partiendo de una estructura metodológica como **La Mariposa**, expone de forma analítica dos contextos del **cómo se presenta el espacio y la arquitectura en el tiempo actual**; reflejados por los personajes que titulan su obra: primero se muestra a **Apolo, la figura de la razón**, que refleja una arquitectura precisa, limpia, guiada puramente en la matemática y la geometría y que impregna de ella la distancia. Como contexto opuesto se presenta **Dionisos, la figura de la emoción y el movimiento**, y en especial a la exploración sensorial, por su interacción con el entorno, que se mimetiza con él y hacen mimetizar al que la observa y la habita, convirtiéndola en una arquitectura háptica, impregnada de sentidos y experiencias.

El segundo autor de consulta, **Juhani Pallasmaa en Los ojos de la piel: la arquitectura y los sentidos**², se observa un punto de vista que expone de una manera más precisa el cómo los sentidos, en especial la vista y lo que se desenvuelve de ella, permite detectar **las verdaderas intenciones que la arquitectura quiere en el espacio con su habitante**.

¹ FERRÁNDIZ GABRIEL, Javier. Apolo y Dionisos: La temperatura de la arquitectura moderna. Barcelona: UPC Edicions. 1998. 114p.

² PALLASMAA, Juhani. Los ojos de la piel: La Arquitectura de los Sentidos. Barcelona: Gustavo Gili S.A. 2006. 81p.

Finalmente, **Peter Zumthor en Atmosferas: entornos arquitectónicos – las cosas a mi alrededor**³, en donde Peter presenta los diferentes atributos por los cuales la arquitectura se convierte en un espacio de contacto con aquel que los habita, y con las que se convierte a sí misma en una **membrana**, una atmósfera mediante la cual el hombre entra en contacto y le permite desarrollarse tal cual es, un habitante por naturaleza.

El estudio de estos autores y su manera de abordar la íntima relación del hombre y su habitar en la arquitectura, permite encontrar una forma metodológica de desarrollar un espacio de acuerdo a las necesidades de un individuo teniendo como punto de proyección la arquitectura de proximidad a partir del hábitat, el habitar y los espacios de contacto.

Con estas tres variables, se presenta el programa de **desarrollar un proyecto arquitectónico interior donde se puedan observar en el la hapticidad y los espacios de contacto** entre el hábitat y el habitar en el apartamento del inmueble **Villa de Le Corbusier**, el cual fue diseñado para ser construido en Francia, entre los años 1922 – 1925; pero para desarrollo de este se contextualiza y emplaza en la ciudad de Medellín en el año 2015.

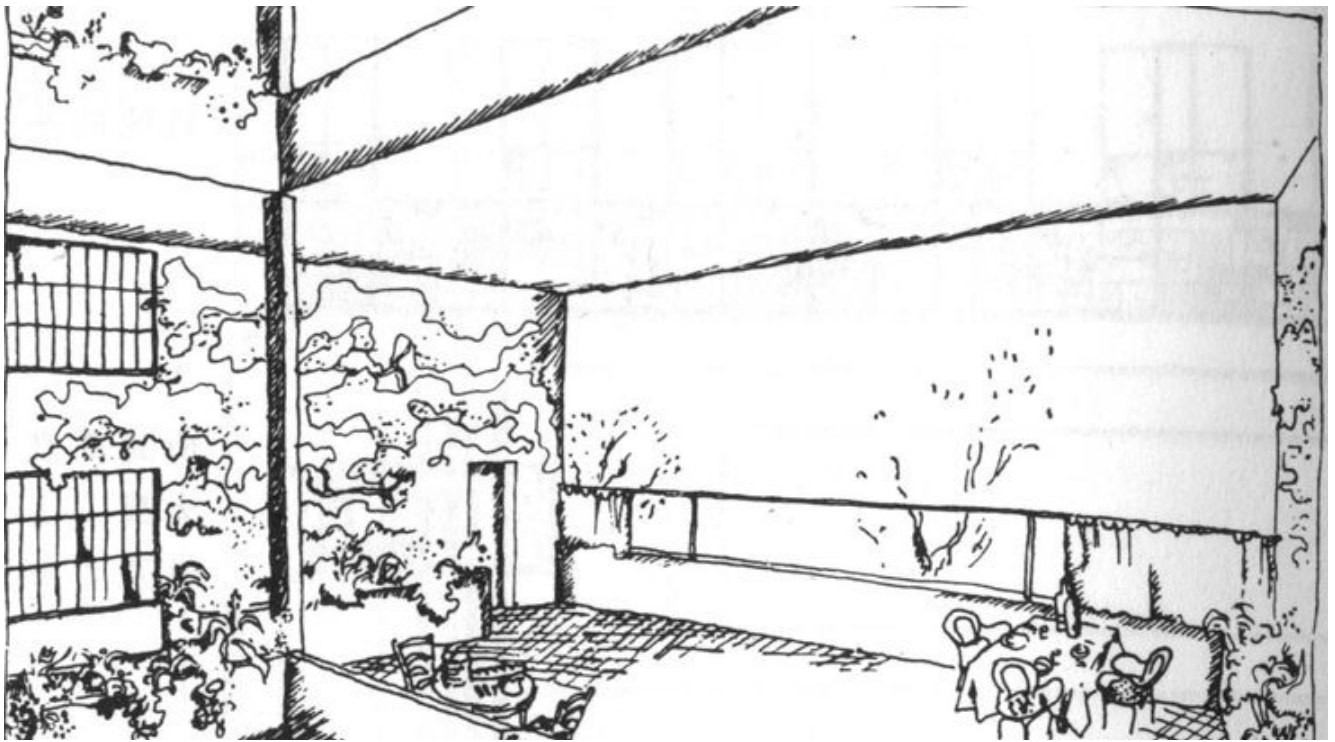
³ ZUMTHOR, Peter. Atmosferas: Entornos arquitectónicos-Las cosas a mi alrededor. Barcelona: Gustavo Gili S.A. 2006. 7p.

”...encontrar una forma metodológica de desarrollar un espacio de acuerdo a las necesidades de un individuo teniendo como punto de proyección la arquitectura de proximidad a partir del hábitat, el habitar y los espacios de contacto”

Se realiza una investigación de los espacios interiores determinados del inmueble Villa en su proyección inicial, **contextualizándolo, en las condiciones climáticas, técnicas, sociales, culturales e históricas de la ciudad de Medellín**.

Adicional a las condiciones del programa presentadas por el espacio inmueble Villa, otro aspecto importante para el desarrollo interior del proyecto es la **categorización del personaje que habita dicho espacio, ya que son los hábitos y la identidad de este, lo que determina la calidad y cualidad háptica del lugar**.

Es de esta forma como se determina el principal objetivo, el cual es **proyectar un espacio interior a través de la exploración sensorial, teniendo en cuenta la materialidad y la relación interior – exterior entre la arquitectura misma y el individuo**, para el cual se crea un personaje con un carácter definido, una identidad y unos hábitos demarcados que permiten explorar y proyectar dentro del inmueble Villa un espacio que cumpla con las características específicas de su personalidad y su habitar, dando como resultado una respuesta al programa de generar un espacio de proximidad.



Img. 2 Sketch del interior del proyecto Inmueble Villa, por Le Corbusier

CAPÍTULO 1

Arquitectura de la Proximidad: Espacios de contacto

La definición de habitar, hace referencia al hecho de **asentarse, ocupar o establecerse en un espacio determinado**; pero el término habitar, tiene una connotación diferente cuando se relaciona con arquitectura de proximidad.

El hombre ha tenido la capacidad de descubrir, recorrer y vivir un espacio de acuerdo a las condiciones que este mismo establece, pero dentro de ese mismo contexto se vincula la **identidad del sujeto, sus experiencias personales**. La problemática planeada en la actualidad frente a los proyectos de vivienda, conlleva a realizar un **análisis del hábitat y el habitar del sujeto, teniendo en cuenta los hábitos conjugados con las cualidades espaciales ya determinadas**.

De esta manera se abordan los espacios domésticos resaltando la hapticidad de esta y las cualidades características provenientes

de la habitabilidad: el estilo de vida mismo de las personas.

Espacios Domésticos

Los **espacios domésticos**, como concepto ampliado y detallado, fue tomado a partir de las palabras de las que lo compone.

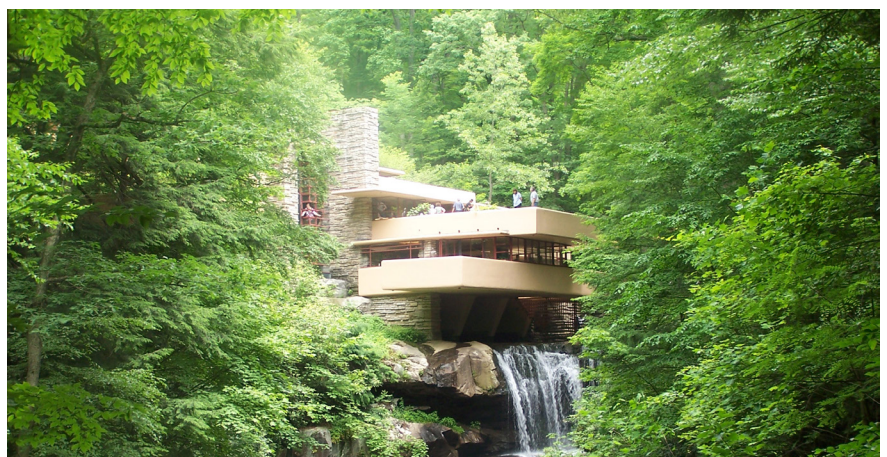
Así entonces, está el **espacio como un elemento dado por la arquitectura** bajo el cual, según Ferrándiz Gabriel **“siempre**

ha tomado como modelo y ejemplo la naturaleza, mas ya sabemos que esta puede mostrarnos aspectos muy dispares”⁴. Se trata de una conjunción de aspectos físicos bien sea materiales, estructura, color, texturas, temperaturas, todo para poder crear un ambiente, tanto exteriormente como en su interior, el cual cumpla una función dada por su creador, el arquitecto.

También encontramos **“lo doméstico”**, que proviene del latín *domus*, el cual significa

⁴ FERRÁNDIZ GABRIEL, Javier. Apolo y Dionisos: La temperatura de la arquitectura moderna. Barcelona: UPC Edicions. 1998. 19p.

Img. 3 Exterior de la casa FallingWater, del arquitecto Frank Lloyd Wright (1939)





Img. 4 Interior de la casa FallingWater, de Frank Lloyd Wright(1939).

“casa”, y lo cual la Real Academia Española relaciona a “lo perteneciente al hogar, a lo acostumbrado a la vista y compañía del hombre”⁵, es decir, todo aquello con lo que el hombre, en su hogar, constituye su vida y se complementa.

Los espacios domésticos son todos aquellos espacios físicos arquitectónicos los cuales el hombre ha tomado como suyos, considerándolos su hogar, y confiere en ellos acciones, actividades, objetos y formas de vivir y convivir con el otro. Esto significa que tanto el espacio y el hombre como el “ente domesticador” son dos entidades, dos dualidades bajo la cual son necesarias una de la otra, el espacio no puede ser un “espacio” sin alguien que lo pueda comprender y domesticar, y viceversa.

Esta dualidad es bajo la cual Ferrándiz Gabriel adapta en su obra Apolo y Dionisos, en donde lo Apolo toma forma como el espacio calculado y construido, y Dionisos como esa conexión próxima inmediata, que tiene el hombre con la arquitectura⁶. Es entonces como este dualismo es interpretado por su creador, el arquitecto, el cual debe palpar esa dualidad en espacios aptos e incitantes que permitan al que lo habite controlarlo y domesticarlo

a plenitud, ya que es en esa vivencia u exaltación del espacio para ser vivido por el hombre, en donde se crea la verdadera vocación del arte en la arquitectura.

Veamos como una simultaneidad así, entre la razón y el sentimiento, no puede producirse de una manera constante; solo muy puntualmente, durante unas décimas de segundo, se produce este milagro del arte(Img. 4); entonces pensamos y sentimos la belleza a la vez, se produce entre nosotros una instantánea conmoción en la cual vibramos con un acorde absoluto. Esta emoción es la emoción artística. Fuera de ella gozamos apolíneamente su belleza; o gozamos dionisiacamente de ella. Solo al cruzarse ambas, en este punto en que se encuentran dos líneas que se cruzan, está el arte.⁷

Los Hábitos. Estilo de Vida.

El hábito, a veces relacionado con “la costumbre”, es en esencia, toda actividad, objeto, acción que hace el hombre, y que adquiere un carácter de naturalidad por el mismo mediante la repetición⁸. Bien sea comer, dormir, tomarse una ducha, leer, todo esto involucra un “hacer algo”, pero más importante aún: involucra un objeto y

un espacio en el que tanto el hombre y el objeto en cuestión están presentes. Por esto es muy valioso el aporte que hace el Filósofo y Arquitecto Carlos Mesa al ver el otro lado de la definición de hábito como la indumentaria, el aspecto externo de alguien⁹.

Al ver el hábito como una indumentaria del hombre, podemos ver más claramente su verdadero significado: Si, es un vestido, pero aun así envuelve el cuerpo del hombre y lo define a este. Los hábitos son definidos por los objetos que usamos y por el cómo los mismos son usados; los hábitos son también un comportamiento, una conducta, un modo de vida y el actuar involucrados en la acción con los objetos, que son diferentes en cada hombre en el espacio; también estos hábitos son importantes al ser adquiridos y asimilados en el hombre por medio de los sentidos, y almacenados por la memoria, gracias a la característica “frecuencia de acción” que involucran los hábitos en la vida del hombre.

Así entonces, el hábito es denominado una acción, pero más crítico aun, es que también la “vestimenta” que esa acción involucran: objetos, conducta, tiempo y espacio, que son grabados en la memoria del hombre, y que finalmente terminan definiendo al hombre como tal; como lo describe Juhani Pallasmaa en *Los ojos de la piel*: “La destreza se aprendía mediante la incorporación de la secuencia de movimientos refinados por la tradición, no por las palabras ni por la teoría. El cuerpo sabe y recuerda”.¹⁰

Superficies de Contacto: Hapticidad.

“Los espacios y lugares que una obra de arte promete son reales en todo el sentido de la experiencia”.¹¹ La

5 REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. Definición de Domesticar y Doméstico. Tomado de: <http://www.rae.es/>. Fecha de consulta: Junio 5 de 2015.

6 FERRÁNDIZ GABRIEL, Javier. Apolo y Dionisos: La temperatura de la arquitectura moderna. Barcelona: UPC Edicions. 1998. 12p.

7 FERRÁNDIZ GABRIEL, Javier. Apolo y Dionisos: La temperatura de la arquitectura moderna. Barcelona: UPC Edicions. 1998. 12p.

8 MESA GIL, Carlos. En: Clase de Teoría de Módulo Habitacional (1: 2015: Medellín). El Espacio moderno en la Arquitectura Interior. Marzo 27 de 2015

9 MESA GIL, Carlos. En: Clase de Teoría de Módulo Habitacional (1: 2015: Medellín). El Espacio moderno en la Arquitectura Interior. Marzo 27 de 2015

10 PALLASMAA, Juhani. Los ojos de la piel: La Arquitectura de los Sentidos. Barcelona: Gustavo Gilli S.A. 2006. 61p.

11 Ibid. 60p.

hapticidad, o la arquitectura háptica, comprende todo aquello que el espacio arquitectónico refleja y conmueve al o a los que lo habitan, por medio de aquellas características que lo componen, ya sea en sus acabados, texturas, colores, estructuras, su intercambio interior – exterior, que juntos crean una membrana, una atmosfera, que viste al habitante del espacio¹², interactúa con este y refleja lo que este mismo es.

En la hapticidad se refleja lo que la persona es, su devenir y su forma de habitar el espacio en que ocupa, es como lo evidencia Juhani Pallasmaa, al revelar la tarea de la arquitectura, de crear metáforas enmarcadas y vividas que concretan y estructuran nuestro “ser en el mundo”¹³. Ahora, si bien el espacio arquitectónico

¹² ZUMTHOR, Peter. *Atmósferas: Entornos arquitectónicos-Las cosas a mi alrededor*. Barcelona: Gustavo Gili S.A. 2006. 6p.

¹³ PALLASMAA, Juhani. *Los ojos de la piel: La Arquitectura de los Sentidos*. Barcelona: Gustavo Gili S.A. 2006. 71p.

pueda tener grandes cualidades estructurales y visuales que impacten, si el que la habite no se siente invitado a interactuar y hace ese espacio parte de su vida, de lo que es y de lo que hace, el espacio arquitectónico no habrá cumplido a cabalidad con ser un espacio háptico para el habitante.

La arquitectura háptica es entonces relacionada con aquellos espacios, que a partir de su propósito y composición físico – visual, llegan a interactuar con el habitante y con lo que hace con este en un tiempo determinado, a tal punto, de que se convierte en una membrana, una extensión más de los sentidos de su cuerpo. Son espacios bellos por naturaleza, que reflejan el devenir del hombre mismo que lo habita, como lo asume Pallasmaa: «Nos identificamos con este espacio, con este lugar, con este momento, y todas estas dimensiones

Img. 5 Chimenea en la sala de la casa FallingWater, de Frank Lloyd Wright (1939).



El hombre es un conquistador del espacio por naturaleza. Su sentido de exploración le ayuda a desenvolverse en cualquier espacio en el que se mueva, interactuándolo, conociéndolo, adaptándose a él mismo y convirtiéndolo en parte de su vida y su memoria.

pasan a ser ingredientes de nuestra misma existencia. La arquitectura es el arte de la reconciliación entre nosotros y el mundo, y esta mediación tiene lugar a través de los sentidos.»¹⁴

En la proximidad: Arquitectura háptica, el vínculo y la esencia.

El hombre es un conquistador del espacio por naturaleza. Su sentido de exploración le ayuda a desenvolverse en cualquier espacio en el que se mueva, interactuándolo, conociéndolo, adaptándose a él mismo y convirtiéndolo en parte de su vida y su memoria.

Esa interacción infinita en el tiempo entre hombre y espacio terminan por definir un comportamiento y un modo de vivir dentro de la espacialidad, convirtiéndolo así en un hábito definido de la vida del hombre en el espacio, que a su vez se convierte en un espacio doméstico, un espacio definido, moldeado a imagen y semejanza del hombre, una extensión de él por medio de sus objetos, sus hábitos, conductas; son espacios que hablan por sí solos de aquel que los habita de un modo diario. Así, los espacios domésticos, los hogares se convierten en ese elemento que narra la vida de sus habitantes, así como lo evidencia Juhani Pallasmaa:

*La experiencia de hogar está estructurada en actividades definidas -cocinar, comer, socializar, leer, almacenar, dormir, actos íntimos-, y no por elementos visuales. Uno se encuentra con un edificio; nuestro cuerpo se aproxima, se enfrenta, se relaciona con él, se mueve a través suyo, utilizado como una condición para otras cosas. La arquitectura inicia, dirige y organiza el comportamiento y el movimiento humano.*¹⁵

¹⁴ PALLASMAA, Juhani. *Los ojos de la piel: La Arquitectura de los Sentidos*. Barcelona: Gustavo Gili S.A. 2006. 73p.

¹⁵ Ibid. 74p.



Img. 6 Parque Berrío, zona cultural crítica en el centro de la ciudad de Medellín

CAPÍTULO 2

Arquitectura del nuevo espacio: Conociendo el contexto

El hogar es un espacio sagrado de los seres humanos, ya que los representa de una forma más íntima; es un espacio que revela sus vivencias, actividades, posesiones, relaciones sociales; es un espacio que habla de la naturaleza como seres vivos y con identidad. Mudarse o transmutar de este espacio a otro, conlleva diferentes factores, que van desde el entorno en que ese nuevo hogar se encuentra emplazado, las condiciones geográficas y climáticas; pero sobre todo la arquitectura misma, aquella nueva espacialidad que al habitada manifiesta unas cualidades y limitaciones puntuales.

Inmueble Villa, un proyecto del arquitecto Le Corbusier, que aunque no pudo ser llevado a cabo, fue diseñado bajo una visión muy ambiciosa para su época, ya que se trató de llevar un gran espacio de patio o jardín dentro de un apartamento

dúplex configurándolo dentro de un edificio de cuatro pisos. Este Inmueble Villa, propuesto en el año 1923 en Francia, es contextualizado como proyecto al ser emplazado en la ciudad de Medellín en el año 2015, para permitir la exploración del espacio arquitectónico en donde ocurre la mudanza.¹⁶

¹⁶ ALARCÓN ISAZA, Jessica. Immeuble-Villas. [Artículo de Internet] <http://unalhistoria3.blogspot.com.co/2013/07/immeuble-villas-1922-25-paris-francia.html>. Fecha de Consulta: Junio 9 de 2015.



Lo campestre en la ciudad, Medellín como espacio urbano.

Entender la arquitectura desde su entorno y analizar Medellín desde los componentes del diseño, como su morfología, su zona urbana, que lugares campestres tiene y que características la rodean; como se accede, condiciones climáticas, entre otros.

Una vez se ha analizado todo esto, se comienza a mirar las posibilidades de llevar a cabo un proyecto arquitectónico que abarque desde lo más global hasta llegar a los más mínimos detalles del espacio interior.

Img. 7 "La Gorda", obra del artista Fernando Botero, en el centro de la ciudad de Medellín



Img. 8 Mapa de zonas y comunas de la Ciudad de Medellín

Medellín se entiende como aquello que fluye en una atmósfera y que se materializa en relaciones concretas entre las cosas. Cuenta con diferentes barrios que se comunican y se diferencian por estratos entre ellos (Img. 8), llevando un orden desde norte a sur y desde oriente a occidente. Cuenta con climas secos, cálidos, húmedos y calurosos. Las montañas configuran la misma ciudad, generando los paisajes y visuales que la caracterizan; sus riquezas naturales hacen de ella una de las más apetecidas en todo Colombia.

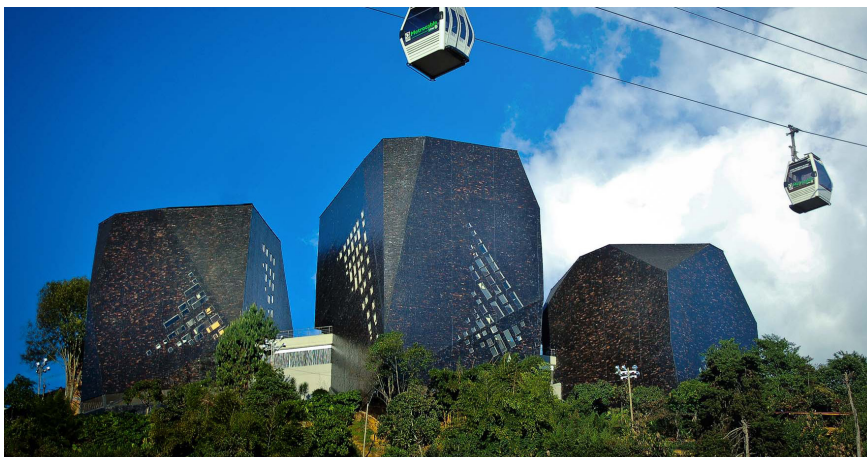
Condicionantes socio-culturales.

Medellín como ciudad metropolitana e innovadora muestra una cara ante los ciudadanos y ante la población mundial como una creciente constante de valores, cultura y oportunidad para cada uno de los que la habitan (Img. 9).

Las personas son reconocidas como sujetos de desarrollo y como sujetos de derechos, no como beneficiarios pasivos de productos y de servicios, ni como consumidores de los mismos; En este sentido las políticas tienen presentes los reclamos y demandas de los titulares de los derechos. Las metas de la política pública, cultural apuntan a la inclusión de las poblaciones más vulneradas y a la reducción de las inequidades en la sociedad.

Las estrategias de la política apuntan al empoderamiento de los actores y no a su debilitamiento. En el caso de las organizaciones, implica el desarrollo de estrategias de fortalecimiento que favorecen el desarrollo de la institucionalidad.

Img. 9 Biblioteca España, en el sector Santo Domingo Savio de Medellín



Por ellos este plan de desarrollo cultural, permite a los grupos poblacionales tradicionalmente discriminados y en condiciones de desventaja, el reconocimiento de sus necesidades, prácticas e intereses estratégicos, para garantizar condiciones de igualdad en el ejercicio de sus derechos y el reconocimiento de sus particularidades como potencial en la construcción de lo colectivo, en un espacio compartido como es la ciudad¹⁷.

En el centro de la ciudad se puede apreciar el crecimiento y el gran desarrollo urbanístico de Medellín, la única ciudad de Colombia que tiene un metro como medio de transporte (Imgs. 6 y 7).

Normativas y condiciones territoriales.

POT: El plan de ordenamiento territorial de Medellín ajustado y revisado mediante el acuerdo 46 de 2006 constituye la actual carta de navegación básica para el desarrollo físico de la ciudad y es instrumento de planificación que da vida a los planes parciales como herramienta para completar aspectos particulares para algunas porciones del territorio reglamentado a través del decreto nacional 2181 del 2006, por el cual se reglamentan parcialmente las disposiciones relativas a planes parciales contenidas en la ley 388 de 1997 y se dictan otras disposiciones en materia urbanística y el decreto nacional 4300 del 2007. Además, el plan espacial de ordenamiento del Poblado – PEOP – realizado en el año 2006, por parte de la administración municipal, siguen las directrices de ocupación para el Poblado.

En esencia, se busca darle planificación integral y oportuna a estos espacios por desarrollar. El reto del plan parcial

¹⁷ ALCALDÍA DE MEDELLÍN. Plan de Ordenamiento Territorial POT. [Artículo de Internet] http://www.medellincultura.gov.co/plancultural/documents/Plan_De_De-sarrollo_Cultural_De_Medellin_2011-2020.pdf. Fecha de consulta: 8 de Junio de 2015

es básicamente lograr la mas adecuada articulación a la ciudad existente, conservando las características ambientales de la zona. De esta forma **se han tomado para la planificación y la propuesta de gestión del plan parcial, el marco normativo definido por el POT y las directrices enunciadas en el PEOP.** A continuación se exponen los principales lineamientos normativos que tienen incidencia en el plan parcial para el polígono Z5_D2¹⁸:

Estudio de suelos: un estudio de suelos permite dar a conocer las **características físicas y mecánicas del suelo**(*Img. 10*), es decir, la **composición de los elementos en las capas de profundidad**, así como el tipo de cimentación mas acorde a la obra a construir y los asentamientos de la estructura en relación al peso que va a soportar. Esta investigación, que hace parte de la ingeniería civil, es **clave en la realización de una obra para determinar si el terreno es apto para llevar a cabo la construcción de un inmueble u otro tipo de intervención.**

Levantamiento topográfico: es al conjunto de operaciones ejecutadas sobre el terreno, con los instrumentos adecuados, el levantamiento topográfico necesita una serie

¹⁸ ALCALDÍA DE MEDELLÍN. Plan de Ordenamiento Territorial POT. [Artículo de Internet] http://www.medicinacultura.gov.co/plancultural/documents/Plan_De_De-sarrollo_Cultural_De_Medellin_2011-2020.pdf. Fecha de consulta: 8 de Junio de 2015

Img. 10 Hombre realizando labor de estudio de Suelos



de mediciones y triangulaciones, las cuales, en los resultados nos arrojan dimensiones exactas del terreno y diferencias de curvas de nivel. Éste se hace con el fin de **tener unas bases mas concretas para comenzar el diseño arquitectónico.**

Inmueble Villa

Inmueble Villa es un proyecto de viviendas en series por medio de pilares y losas a la que Le Corbusier titula como “casa en serie para un hombre corriente” y donde aplica sus cinco puntos de la arquitectura.

El Inmueble Villa, se puede dar ejemplo de que la terraza jardín es uno de los cinco puntos, **ofrece una relación agradable y estrecha con el exterior, también se puede ver el uso de la doble altura con grandes ventanas**, experimentamos, sensaciones de alegría ante la luz transparentándose a través de superficies calidad.

El uso de la terraza jardín y la doble altura serán parte de proyectos posteriores de Le Corbusier, y con distintas posibilidades de combinación.

Le Corbusier llama la atención de los arquitectos e ingenieros, **invita a explorar los principios del funcionalismo y la racionalidad, porque sabe que es tiempo de un cambio en la arquitectura**, hace referencia a la industria y a los nuevos materiales que harán posible el cambio, una

construcción en serie que dará la **opción de edificio vertical (residencia colectiva)** (*Img. 11*), que albergara a la población en crecimiento y cubrirá las necesidades y parámetros de la época, de creación de una producción urbanística.

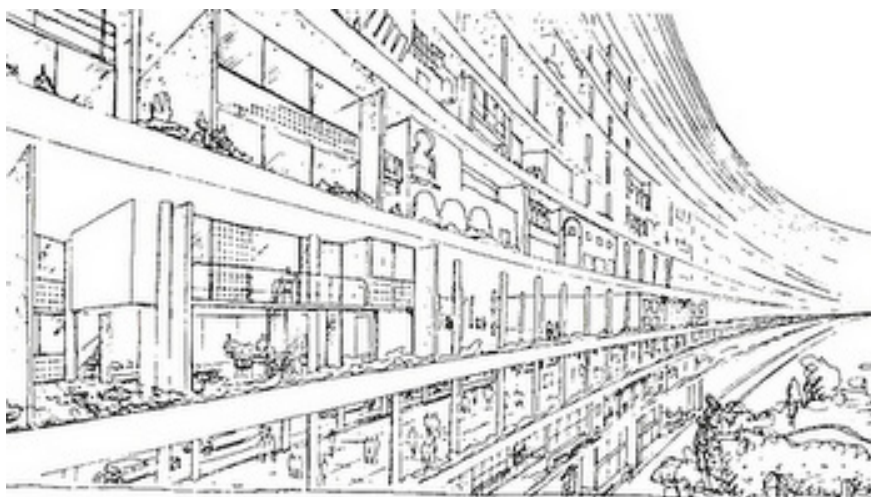
Inmueble Villa, determinante del hábitat y el habitar.

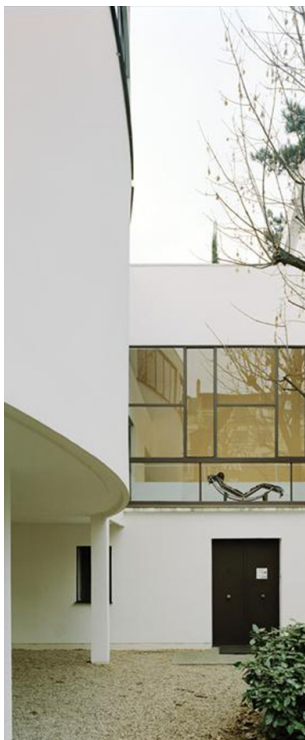
La presencia de los jardines interiores ha fascinado desde siempre, como un **elemento dotado de una presencia mágica, donde la arquitectura crea el espacio para la permanencia y la contemplación.** Encontramos en la ladera de las Palmas un lugar apropiado para crear de manera sensorial el exterior y el interior, ya que:

La arquitectura de contacto desarrolla un equilibrio entre el afuera y el adentro proporcionando al habitante lugares para la contemplación humana. Atmósferas, como Medellín y las Palmas, generan vínculos de permanencia y dan pie a la composición e interacción de hábitos.

Para el desarrollo de esto, son importantes **los aspectos técnicos tanto como los estudios de suelos**, los levantamientos topográficos y obviamente, tener muy claro el POT de la zona para desarrollar el proyecto.

Img. 11 Sketch conceptual del proyecto Inmueble Villa, por Le Corbusier





Casa La Roche-Jeanneret



Casa Cook-Boulogne



Villa Stein-De-Monzie



Villa Savoye-Poissy

CAPÍTULO 3

Comprendiendo el espacio háptico: Estudio de casas de Le Corbusier

El espacio arquitectónico es el componente trascendental que permite a un sujeto desarrollarse y completarse en él; comprendiendo la libertad de experimentar, crear sus hábitos y costumbres interactuando con el mismo y los otros, suscitando de esta manera a una relación continua entre él y su entorno que habita y genera un vínculo con su identidad; es de esta manera como el espacio se convierte en una membrana exterior del hombre.

Conforme a esto, se propone hacer una investigación observativa con relación a cuatro casos de estudio de algunos de

los proyectos realizados por el laureado arquitecto Le Corbusier, los cuales son la Casa La Roche-Jeanneret en París; La Casa Cook en el sector Boulogne-Sur-Seine, en París; La Villa Stein-de Monzie, en la comarca francesa Garches, y por último, la Villa Savoye et loge du Jardinier, también en París.

El objetivo de esta investigación observativa es detectar cómo son las personalidades o las aproximaciones de estos casos de estudio, bajo la conceptualización de arquitectura Háptica aplicada en el Capítulo 1, y cómo se manifiestan en los objetos y el

espacio interior en general.

Para esto, se harán una recopilación de imágenes tomadas de estos proyectos, y por medio de la intervención gráfica, resaltar los aspectos hápticos que se observan, gracias a los autores y libros que se retoman en la conceptualización del Capítulo 1; todo esto, para encontrar características de la arquitectura háptica que implanta Le Corbusier en sus proyectos, que podrían dar pistas del cómo intervenir en la mudanza del sujeto al Inmueble Villa, en la propuesta final de este proyecto.

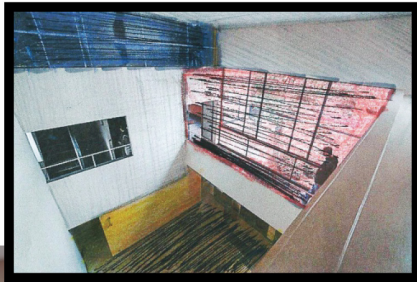
Aquí no hay un sujeto, en estos espacios los mismos objetos, ambientes, la propia arquitectura háptica se hace presente y habla por el sujeto que vive en ellas, como es característico en la arquitectura de Le Corbusier.

La definición de arquitectura háptica, los espacios de contacto y la proximidad, que incluso se pueden apreciar en las obras del arquitecto Le Corbusier, revelan una armonía entre todos los componentes de un lugar que va desde un equilibrio y una conjugación entre lo material, lo orgánico y lo técnico.

Casa La Roche-Jeanneret, París, 1923. ¹⁹

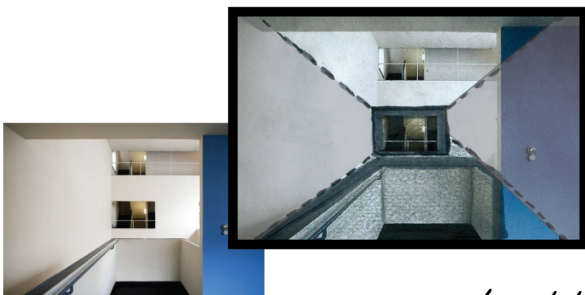
La casa Le Roche, en la ciudad de París, se analizó bajo 5 premisas obtenidas de los documentos de apoyo; Grados de Intimidad, Entre el Sosiego y la seducción, La luz sobre las cosas, Unidad y fragmento y la Consonancia de los materiales. En cada una de ellas se resalta y se identifica la calidad espacial encontrada en la fotografía, donde se logra reconocer la relación del vacío y la conformación de la misma a partir de éste.

¹⁹ FONDATION LE CORBUSIER. La Casa La Roche. [Artículo de Internet] http://www.fondationlecorbusier.fr/corbucache/2049_4227.pdf. Fecha de consulta: Mayo 10 de 2015.



Entre el *Sosiego* y la *Seducción*

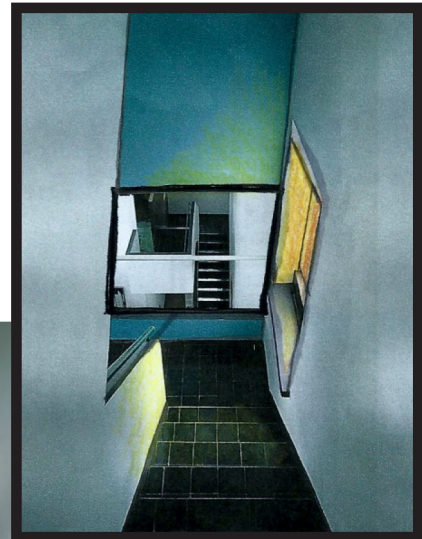
"La arquitectura es un arte espacial, pero también un arte temporal, no se experimenta en sólo un segundo" Peter Zumthor. *Atmósferas*.



Grados de *Intimidad*

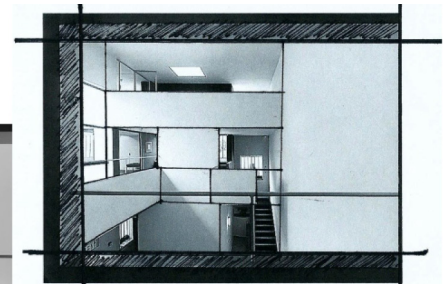
"Yo me refiero a algo mas corporal que la escala y las dimensiones" Peter Zumthor. *Atmósferas*

Imgs. 16 a 25 Imágenes, en parejas, del interior y exterior de la Casa La Roche. La foto izquierda siendo la Original, y la derecha intervenida de acuerdo a los conceptos y documentos de apoyo.



La *luz* sobre las cosas

"Cuando el sol sale por la mañana y vuelve a iluminar las cosas me digo: esa luz no viene de este mundo, no entiendo esa luz". Peter Zumthor. *Atmósferas*.



La *Unidad* y el *Fragmento*

"La forma surge como respuesta del proceso que aspira dar respuesta a cada uno de los factores existentes". Javier Ferrándiz Gabriel. *El temperamento en la arquitectura*.



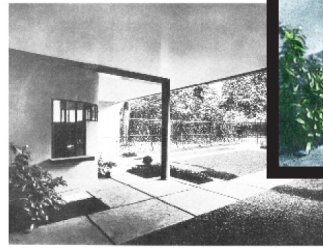
Consonancia de los materiales

"Los materiales no tiene límites, cada vez serán mas distintos". Peter Zumthor. *Atmósferas*.

Casa Cook, Boulogne-Sur-Seine (París), Francia 1926.²⁰

En la Villa Cook, se analiza La temperatura, La forma bella, Las cosas a mi alrededor, El cuerpo de la arquitectura y el significado de la sombra. Esto da la posibilidad de resaltar el juego de volúmenes que constituye el interior de la casa y las diferentes formaciones de sombras con la incidencia de la luz por las ventanas que la componen.

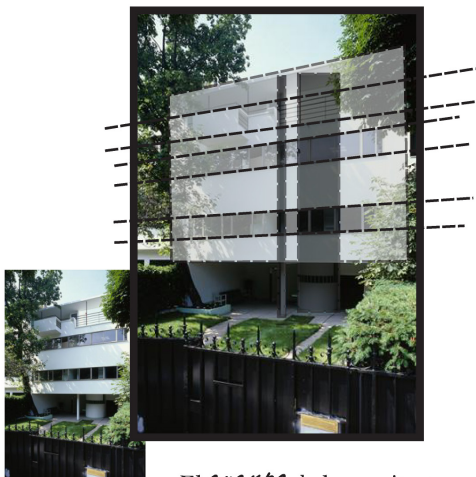
La estructura y composición de la casa permite una relación entre el interior y el exterior, incitando al continuo recorrido, lo que se conoce como la "promenade".



La *Temperatura* del espacio

"Esa temperatura es tanto física como también psíquica. Es lo que veo, toco, incluso con los pies". Peter Zumthor. *Atmósferas*.

²⁰ FONDATION LE CORBUSIER. Maison Cook, Boulogne-Sur-Seine. [Artículo de Internet] <http://www.fondationlecorbusier.fr/>. Fecha de consulta. Mayo 11 de 2015



El *cuerpo* de la arquitectura

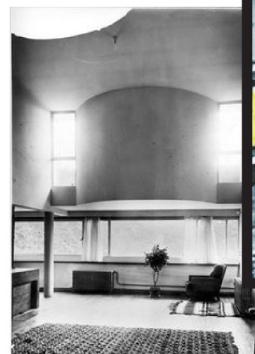
"Para mí se trata de algo como una anatomía, como nuestro cuerpo y otras cosas que no se ven, así entiendo la arquitectura y así intento pensar en ella". Peter Zumthor. *Atmósferas*.



La *forma bella*

"Si la forma lograda no me conmueve, vuelvo de nuevo atrás y empiezo desde el principio" Peter Zumthor. *Atmósferas*.

Imgs. 26 a 35 Imágenes, en parejas, del interior y exterior de la Casa Cook. La foto izquierda siendo la Original, y la derecha intervenida de acuerdo a los conceptos y documentos de apoyo.



El significado de la *sombra*

"La ventana ha perdido su significado como mediador de dos mundos entre lo cerrado y lo abierto, el interior y el exterior, la sombra y la luz". Juhani Pallasma. *Los ojos de la piel*.



Las cosas a mi *alrededor*

"Me siento impresionado, las cosas coexisten de un modo cariñoso y cuidadoso y que quedan bien allí". Peter Zumthor. *Atmósferas*.

Villa Stein - De Monzie, Garches, 1927.²¹

Teniendo como herramienta de estudio los conceptos de Las cosas a mi alrededor, Visión y conocimiento, El sonido de la arquitectura, La precisión y la vaguedad e Imágenes de músculos y huesos; se logra identificar los espacios de proximidad que tienen la Villa Stein, ubicado en la comuna de Garches, de Francia, en los cuales se encuentran entrelazados por la «promenade» y los espacios de estancia que posee en todos sus niveles, y se combina la estética arquitectónica, comfort y lujo.

²¹ FONDATION LE CORBUSIER. Villa Stein-de-Monzie, "Les Terrasses". [Artículo de Internet] <http://www.fondationlecorbusier.fr/>. Fecha de consulta. Mayo 11 de 2015



Las cosas a mi alrededor

"Los objetos hermosos, los libros bellos, todo a la vista, instrumentos musicales, un clavecín, violines, un sentido de hogar" Peter Zumthor. Atmósferas.



El sonido de la arquitectura

"Todo edificio emite un sonido. Tiene sonidos que no están causados por la fricción, no sé lo que es. Quizá sea el viento o algo así". Peter Zumthor. Atmósferas.



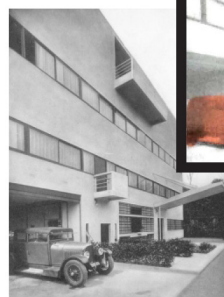
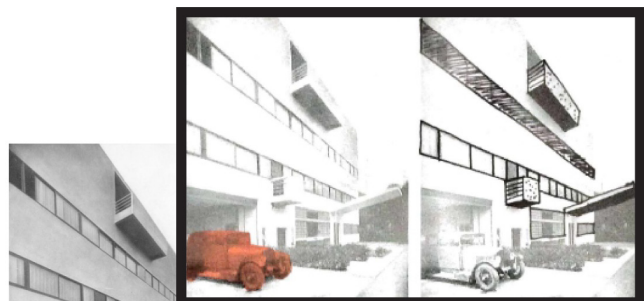
La precisión y la Vaguedad

"Una forma no geométrica o de geometría compleja ofrece una imagen que no coincide ni se identifica con su forma real". Javier Ferrándiz Gabriel. El temperamento en la arquitectura.



Imágenes de músculos y huesos

"Somos el diagrama de las funciones de habitar esa casa en concreto, tema fundamental para expresar nuestros hábitos". Juhani Pallasma. Los ojos de la piel.



Visión y Conocimiento.

"La arquitectura es el instrumento principal de nuestra relación con el tiempo y el espacio y de nuestra forma de dar una medida humana a esas dimensiones". Juhani Pallasma. Los ojos de la piel.

Imgs. 36 a 45 Imágenes, en parejas, del interior y exterior de la Villa Stein. La foto izquierda siendo la Original, y la derecha intervenida de acuerdo a los conceptos y documentos de apoyo.

Villa Savoye, et loge du Jardinier, París, Francia. 1929. ²²

Con los conceptos de La permanencia y el cambio, El cuerpo de la arquitectura, La imagen como mercancía, Entre el sosiego y la seducción y por último La Tensión interior-exterior, se logra identificar en la Villa Savoye, la diferencia que tienen los espacios, pero la relación que poseen entre sí, compuestos por los mismos recorridos demarcados.

Cabe resaltar que uno de los aspectos más importantes como arquitectura háptica que posee los espacios de la Villa Savoye, ubicado en las afueras de la ciudad de París (Poissy), es la sensación de tener el exterior dentro del interior de proyecto, conservándolo al mismo tiempo un límite intrínseco entre estos.

²² DUQUE, Karina. Clásicos de Arquitectura: Villa Savoye / Le Corbusier. [Artículo de Internet] <http://www.archdaily.co/co/02-58394/ville-savoye-le-corbusier>. Fecha de Consulta: Mayo 10 de 2015



La permanencia y el cambio

"Escenas fijas e inamovibles; hoy podría repetirse la misma foto, para ello sólo basta situar la silla en la misma posición". Javier Ferrándiz Gabriel. El temperamento en la arquitectura.



El cuerpo de la arquitectura

"En realidad, al hablar de -cuerpo- lo hago en sentido literal de la palabra." Peter Zumthor.



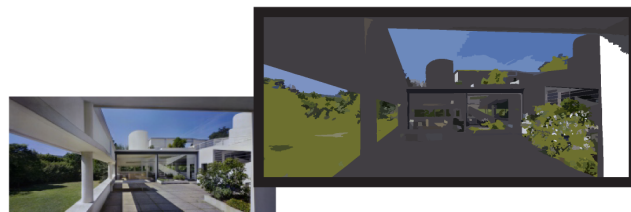
Imagen como mercancía

"La imagen de lugares y espacios pasa a estar tan dispuesta para la producción y uso efímero como cualquier otra mercancía" Juhani Pallasma



Entre el Sosiego y la Seducción

"No estoy de paso. Puede que esté bien firme ahí, pero entonces algo me induce a ir hasta la esquina." Peter Zumthor. Atmosferas



Tensión interior y exterior

Imgs. 46 a 55 Imágenes, en parejas, del interior y exterior de la Villa Stein. La foto izquierda siendo la Original, y la derecha intervenida de acuerdo a los conceptos y documentos de apoyo.

"Una inefable sensación del lugar, que propicia la concentración al sentirnos envueltos de repente, congregados sostenidos por el espacio." Peter Zumthor.

El espacio interior como generador de experiencias vividas.

El análisis de las casas de Le Corbusier se realiza a partir de la fotografía, la cual no sólo muestra la espacialidad de estas, sino que también permite observar y resaltar los atributos de los espacios, siendo distinguidos bajo los términos de la arquitectura háptica.

Factores como la iluminación y su bondad para resaltar la materialidad o de generar juego de sombras, junto con la relación del interior con lo exterior por medio de recorridos, son sólo unas de las connotaciones que permite la arquitectura de proximidad, donde el factor más importantes es ésa atmosfera que contiene un espacio; es ésa cualificación no sólo como espacio mismo, contenedor de materiales y técnica, sino como un hábitat que permite que quien lo habite, genere una conexión visceral e íntima, tan íntima que quien lo recorre, lo vive, lo sueña, lo piensa, de forma tal que genera una historia allí.



Img. 56 Imágenes del interior de Casas La Roche, casa Cook, Villa Stein y Villa Savoye.



Img. 57 Sketch conceptual del proyecto Inmueble Villa, por Le Corbusier

CAPÍTULO 4

Hábitat y Habitar: Esencia + vínculo

Hábitos, objetos, personas, comportamientos, modos de vivir y apropiarse del espacio; son todo lo que llevan los seres humanos consigo a aquel espacio llamado “Hogar”. La mudanza implica una configuración de todo aquello que lo identifica como unidad diferente a otro sujeto, adaptándose a esa nueva espacialidad, de modo que reconfigura con sus características personales el nuevo espacio que habita (Img 57).

Esta premisa del proyecto se desarrollará en este capítulo, en un análisis descriptivo de la arquitectura y el sujeto propuesto, con el objetivo de tener aspectos característicos de sujeto y de la arquitectura para observar de qué forma ambos se relacionan y se complementan entre sí por medio de la interacción y mimetización del uno sobre el otro.

Para esto, se implementará una metodología denominada **La Grilla**, una herramienta que permite establecer de manera cartesiana los diferentes aspectos de un proyecto arquitectónico, y en el cual se implementará para poder establecer la jerarquía y la relación de las diversas variables que se puedan implementar en ella, intercedidas por medio de los sentidos del hombre. Paralelo a lo anterior, se establecerán las variables por las cuales se evaluarán la arquitectura háptica por la cual se intervendrá la relación Sujeto-Espacio en el Inmueble Villa. Así entonces, se tendrán en cuenta:

Interpretar la arquitectura como vivienda (Inmueble Villa), más la gente que habita y los objetos que guarda. En esta se encuentra el mobiliario como ese mundo de objetos donde recae la primera caracterización de la vida en un ambiente, y donde recae

la interacción del sujeto en el espacio arquitectónico.

El sujeto y su caracterización por medio de los hábitos que realiza, su diaria rutina y vivir en el espacio, ya que esto denotan una forma de comportamiento y de uso de lo que le rodea, una forma de adaptarse y usar su ecosistema, una forma de apropiarse del mundo y espacio próximo más íntimo: su propio espacio, ese que llama “Hogar”.

Denotar al hábitat como creador de hábitos en el Hombre, y los hábitos como constructores del habitar un espacio. Hábitat y hábito denotan un modo de comportamiento que implica a todos los sentidos, ya que implica una permanencia en el cuerpo, la experiencia y la repetición.

Lo anterior permitirá tener un panorama de relaciones y caracterizaciones de la arquitectura y del sujeto, para encontrar la Hapticidad y el vínculo que permitirá reflejar en la arquitectura aquel devenir del hombre en la presentación del proyecto de este módulo.

en su trabajo, construye un proyecto nuevo.²⁴

El habitar, la espacialidad y la hapticidad en el Inmueble Villa.

Inmueble-villa es un proyecto de viviendas en serie por medio de pilares y losas a la que Le Corbusier titula como – casa en serie para un hombre corriente y donde aplica sus cinco puntos de la arquitectura.

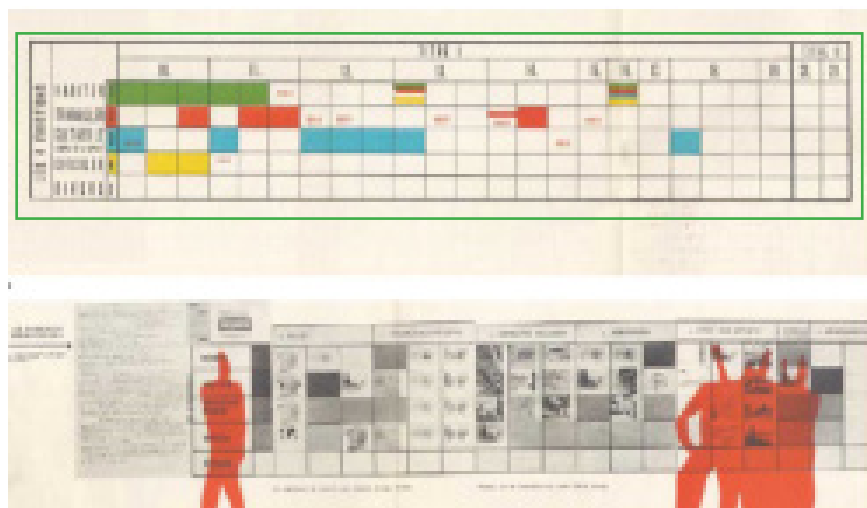
Las imágenes (Img. 57 y 59), son dibujos de un fragmento de la fachada del inmueble-villas, se puede dar ejemplo que la terraza jardín es uno de los cinco puntos, ofrece una relación agradable y estrecha con el exterior; también se puede ver el uso de la doble altura con grandes ventanas.

“La habitación es un fenómeno biológico”²⁵, afirmó Le Corbusier. La idea del habitar mínimo está estrechamente relacionada con el rendimiento humano, dirigido a lograr el máximo provecho de sus habilidades, empleando el mínimo de energía y materia.

Le Corbusier sustentó que Una casa es una máquina de habitar. En 1920, cuando habíamos creado L'Esprit Nouveau, yo había otorgado a la casa su importancia fundamental, calificándola de ‘máquina de vivir’ y reclamando así de ella la respuesta total, impecable, a una pregunta bien formulada, con un significado de arte

²⁴ GLEIDON, Sigfred. Espacio, Tiempo y Arquitectura. Barcelona: Editorial Reverté S.A. 2009. 864p.

²⁵ LE CORBUSIER. Hacia una Arquitectura. Barcelona: Ediciones Apóstrofe S.L. 1998. 245p



Img. 58 Un ejemplo de Grilla, Diagrama de la Grille SIAM.

La Grilla. Identificación del espacio interior.

La grilla, planeada por Le Corbusier, establece la categorización de las partes de un proyecto urbano en la mayoría de los casos, de manera cartesiana, con entrada de los sentidos. Las categorías de análisis que encabezaban horizontalmente la Grille Ciam fueron definidas como las cuatro funciones, en su orden: **habitar, trabajar, cultivar de cuerpo y espíritu**, circular y adicionalmente, una casilla para temas diversos. Verticalmente, el tránsito a lo largo de la grilla se realizaba con base en las sécalas, que iniciaban con las escalas nacional, regional y metropolitana, y conducirían, al final, al planteamiento de los edificios.²³

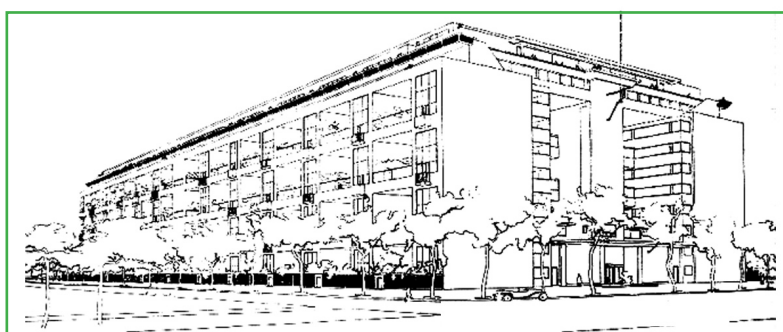
La grilla, entonces, hace posible la organización argumental de una enorme cantidad de información diversa. Su uso, por parte del biólogo y luego urbanista Patrick Geddes, demostró cómo, desde la lógica taxonómica de la biología, era posible poner en juego cualquier tipo de información de diversas características. La clave está en la formulación de los problemas que permitirán ordenar la información; no ya las “montañas de papel” de Le Corbusier,

²³ BRIGHT SAMPER, Pedro. Comunicación y enseñanza de la arquitectura. [Artículo de Internet] <http://revistas.utadeo.edu.co/index.php/EXP/article/download/728/736>. Fecha de consulta: 10 de Junio de 2015

sino las diversas imágenes de arquitectura, dentro de las múltiples opciones de representación digital, que existen hoy en día.

Los problemas del proyecto formulados por categorías permiten establecer un orden y fijar caminos diversos a través de la información que, de otra forma, parecería circunstancial e inconexa. El uso de la información no puede, entonces, limitarse a tomar una imagen, cualquiera de algún proyecto, la selección de la imagen, sea una fotografía, un esquema, una planta o una sección, debe hacerse buscando que coincida con el problema que se plantea. En el análisis de proyectos de arquitectura resulta posible que la mirada de quien analiza, no coincida con la aproximación del proyectista original, y eso está bien, quien analiza, emplea las herramientas que el proyectista: inicia su trabajo sobre un objeto existente y, a medida que avanza

Img. 59 Inmueble Villa, de Le Corbusier



y astucia: aparato combinado para producir ciertos efectos, la astucia nos introduce singularmente en el problema, que es apropiarse de la contingencia, de esa precariedad móvil, para construir el cuadro necesario y suficiente de una vida que tenemos el poder de aclarar, elevándonos por encima de la tierra, mediante los dispositivos del arte, atención dedicada a la felicidad de los hombres.²⁶

La vivienda se preocupa por el espacio vital de una nueva modernidad donde el obrero y los que se desplazan desde el campo a la ciudad representan la mayor densidad de población, entonces con elementos estandarizados, diseñado por los arquitectos y llevados a la realidad por la industria, la exploración doméstica se va definiendo a partir de las actividades cotidianas de los hombres y sus necesidades.

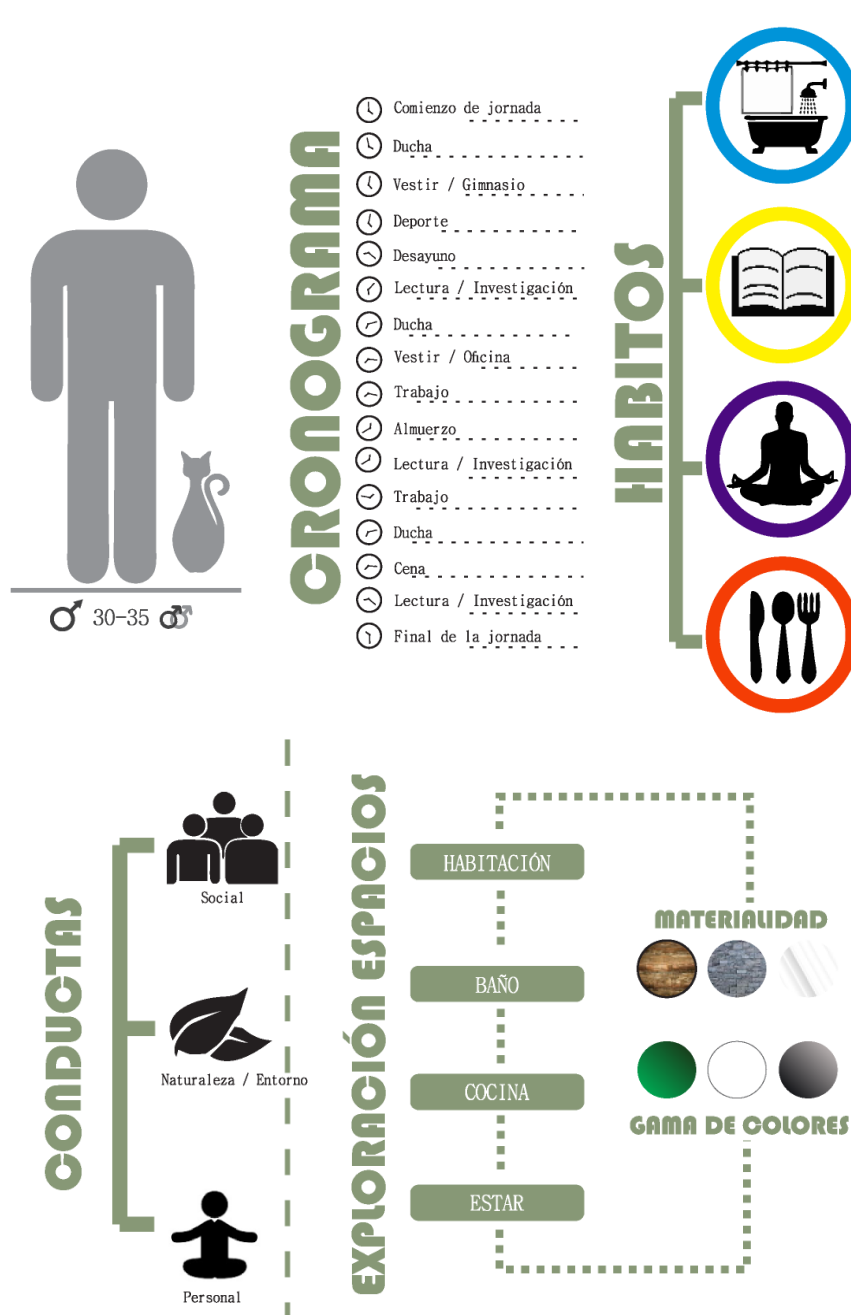
El usuario y su papel en el Inmueble villa

El Inmueble Villa -conjunto de viviendas que representan un cambio en el Refugio de la clase media, que busca solucionar problemas de higiene, organización y áreas más amplias de habitación- es el comienzo del concepto habitación en vertical, generando un conjunto donde se pueda albergar mayor densidad de personas, debía ser eficiente, funcional y al servicio de esta nueva clase emergente producto de la industrialización.

Es en este proyecto en donde se muda el nuevo habitante, que tiene ya en su devenir una forma de vivir, una forma de interactuar, una forma de adaptarse, llega a este Inmueble Villa a hacerlo uyo y apropiarse de lo que está en él.

Dicho personaje cuenta con un cronograma específico de actividades, lo que genera unos hábitos determinados que a su vez forman su carácter y le dan la identidad

²⁶ LE CORBUSIER. Mensaje a los estudiantes de Arquitectura. Buenos Aires: Infinito. 2ª Edición. 1961. 21p.



Imgs. 60 y 61 Gráfica de hábitos y conductas del sujeto a habitar el Inmueble Villa

que lo diferencia del resto de los sujetos (Imgs. 60 y 61); esta identidad no solo hace parte de su personalidad sino que también es la que ayuda a configurar la materialidad y la hapticidad del proyecto, ya que connota y determina la forma en que se relaciona.

...este usuario o personaje tiene un conjunto de hábitos y un carácter, lo que crea su propia identidad(...); esta identidad no solo hace parte de su personalidad, sino que también es la que ayuda a configurar la materialidad y la hapticidad del proyecto.

La forma en la que se comporta el sujeto, es la definición de la conducta, que no es más que ese patrón de relación consigo mismo, con la sociedad y la naturaleza.

Este tipo de conductas tiene el potencial de delimitar espacios donde el sujeto desarrolla sus actividades diarias, inyectándole sus preferencias hacia la materialidad, la distribución y la relación inmediata que tiene con el lugar.

Los espacios de proximidad como conectores entre hábitat y el habitar.

La actitud de adaptación que el hombre manifiesta a través de sus gustos, sentimientos, costumbres y su manera de ver la vida, es lo que lleva por nombre «habitar», y para lo cual, paralelamente el hombre sigue desarrollando de manera frecuente y cotidiana, en la búsqueda insaciable de un lugar, por medio del cual, pueda plasmar todos los aspectos que conforman su universo de vida, apropiándose de dicho lugar e impregnándole su esencia, para luego sentirse como en su hábitat. De esta firma el hombre a traves de sus sentimientos y su estrecha conexión con la naturaleza va descubriendo lo más puro y profundo de sus deseos, sus pensamientos y su verdadero yo.

Las nuevas tendencias en el arte de la arquitectura nos traen el concepto de espacios de proximidad o de contacto, que resultan de gran relevancia para la perfecta conexión entre el hábitat y el habitar. Teniendo claro los conceptos de hábitat y habitar, respectivamente, la teoría de los espacios de proximidad tiene por finalidad de que el hombre «sea él» en una casa, un edificio, un cuarto o cualquier otro espacio, se encuentre en permanente contacto con la naturaleza y el medio ambiente; esto, en razón que los inicios del hombre fueron a través de la interacción con la naturaleza, la cual

El concepto de espacios de proximidad persigue la reestructuración de la relación naturaleza-hombre, sin importar el espacio en el que éste habite, de esa manera, se ve reflejada toda su esencia a través de un espacio que le permita desarrollar su personalidad y evocar su permanente conexión consigo mismo y con su naturaleza.

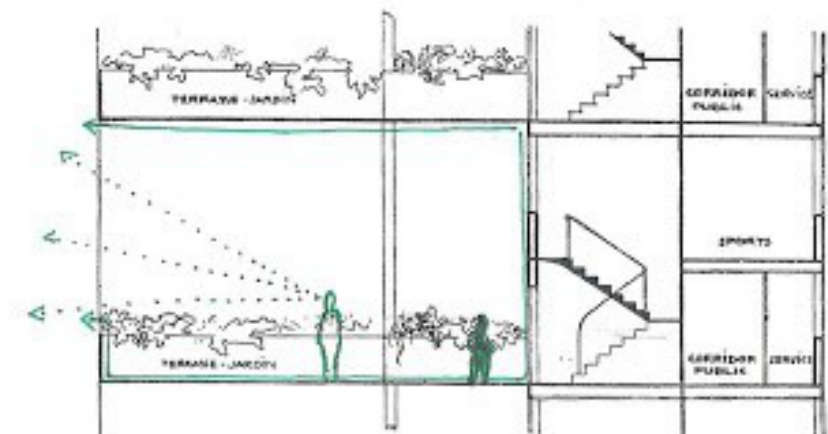
es considerada como su primer hogar, por lo que, este concepto de espacios de proximidad persigue la reestructuración de la naturaleza-hombre, sin importar el lugar o espacio en el que se encuentre, como en este es el caso del Inmueble Villa (Imgs. 62 y 63), constituyéndose como el principal conector para que se consoliden

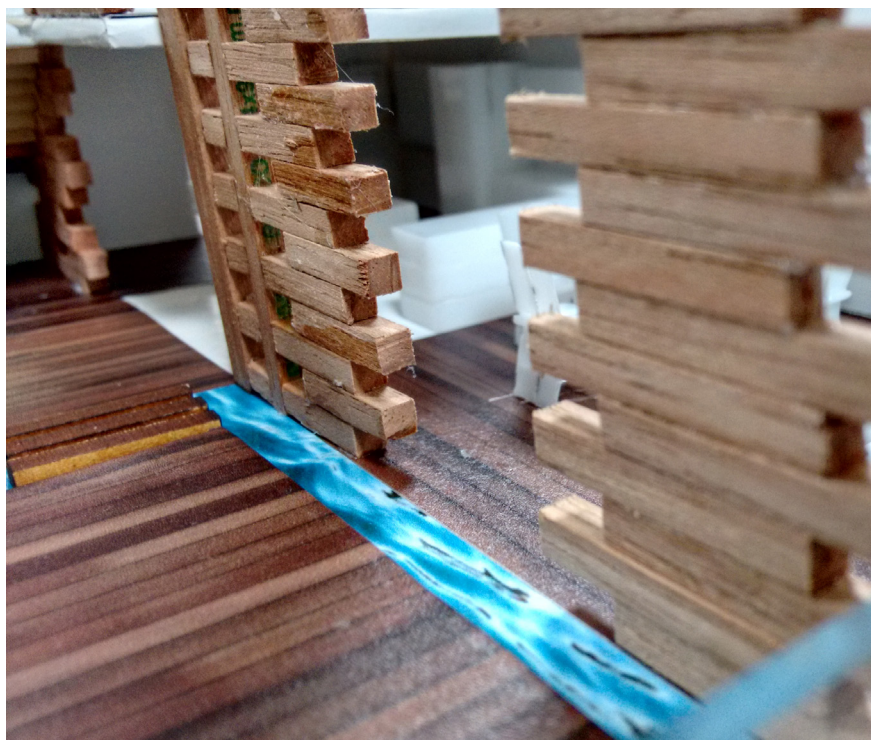
como un todo el habitar y el hábitat, para que el hombre pueda ver reflejada toda su esencia a través de un espacio que le permita desarrollar su personalidad y evocar su permanente conexión con la naturaleza, a través de sus sentimientos, sus gustos y su pasión por los pequeños placeres de la vida.



Img. 62 Planos del Primer piso(Izq.) y Segundo piso(Der.) del Inmueble Villa

Img. 63 Vista en corte del proyecto Inmueble Villa, de Le Corbusier





Img. 64 Interior de maqueta de la casa Vínculo

CAPÍTULO 5

Esencia + Vínculo:

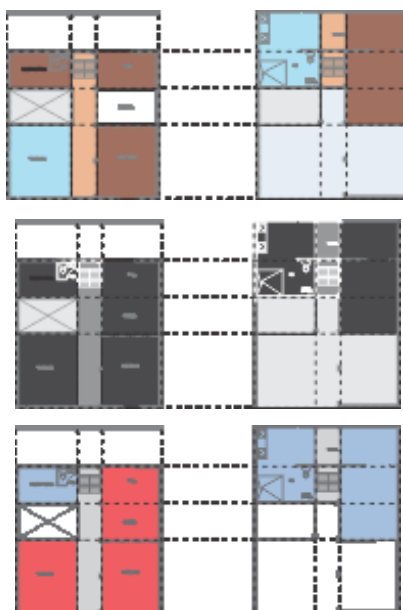
La Arquitectura de la Proximidad

La forma de habitar de la actualidad está configurada para que el hombre se acople de una forma casi obligada a los espacios establecidos, limitándolo a que el hogar sea percibido de una forma diferente. Sin embargo, la arquitectura de proximidad genera la posibilidad a través de los vínculos de habitar los espacios de una forma armónica y consciente, donde los mismos hábitos e identidades de quienes se desenvuelven en el lugar son lo que permiten un vínculo sensorial.

La Grilla Como organizador del espacio interior.

La grilla dentro del proyecto, organiza los espacios a través de unos muros que son los que generan al mismo tiempo las atmosferas y la arquitectura de proximidad. Con la exploración de este método se analizan las texturas (img. 65) llenos y vacíos (img. 66) y lo privado y lo social (img. 67).

El color azul representa los lugares donde el agua tiene su función ya sea como el baño o un lugar de estancia, mientras que el café representa la madera y el color blanco muestra una especie de vacío que se hace presente dentro del espacio interior.



Img. 65-67 Grillas de llenos y vacíos y lo privado/público, extraídas de Casa Vínculo

Casa Vínculo. Presentación proyecto.

Teniendo en cuenta la exploración de la grilla y los espacios que esta nos delimita, se hace la integración del personaje creado para darle identidad al inmueble Villa.

Con estas herramientas de análisis y con la delimitación de Inmueble Villa como contenedor del espacio combinado con la identidad y los hábitos de un sujeto, se proyecta el espacio interior de acuerdo a este, que da como resultado cuatro espacios principales, el baño, la cocina, un deck para realizar yoga y la habitación, que es donde por lo general hace uso del tiempo para leer.

El proyecto se configura desde un muro central, que es el que permite que los espacios tengan una relación entre ellos, pero conservando una delimitación puntual, la textura del muro al ser en listones de madera hace que este sea permeable, resaltando la principal cualidad del proyecto que es la relación interior-exterior, permitiendo que los cuatro espacios predominantes no solo se vinculen entre ellos, sino que de igual manera tengan una conexión con el entorno del Inmueble Villa, generando de esta forma la esencia protagonista del espacio interior.

En la planta del proyecto (img. 68) se percibe la transversalidad del muro central que recorre todo el espacio e incluso se configura en el segundo piso (img. 69).

Otro aspecto importante del proyecto es que de una forma sutil hace que la naturaleza traspase el perímetro y logre conjugarse en el interior, formando un muro de piedra que delimita un espejo de agua al interior donde descansa un deck de madera.

La visual de este espacio de estar está relacionado con todo el interior, vinculándose con un muro perforado que

porta una zona verde en forma vertical que es el muro que conecta el espacio del baño, así de esta forma logra conectar los dos espacios donde el estar y el agua son las principales características.

Un factor de mucha importancia en este proyecto es que de una forma sutil hace que la naturaleza traspase el perímetro y logre conjugarse en el interior, formando un muro de piedra que delimita un espejo de agua al interior donde descansa un deck de madera; de esta manera, el usuario se siente mas perteneciente a su hogar, gracias a su estrecha conexión con la naturaleza misma.



Img. 68-69 Planos del primer piso (arriba) y segundo piso (abajo) de la Casa Vínculo

La materialidad como elemento de conexión.

En el proyecto predomina bajo el comando de 3 materiales esenciales: la madera, el agua y la piedra, que se fusionan entre ellos y a su vez generan una interacción, y llegando a hacer una invasión, tratando de llegar en lo más próximo a un habitar en un interior desde el exterior.

Al entrelazarse y tener dichos materiales es cuando se llega al objetivo de la hapticidad, del espacio de esas sensaciones que arropan al usuario y lo hacen propio de su vivienda. Cada material cumple un papel individual pero a su vez no logra el objetivo si no se relaciona con el otro.

La madera enfocándola como un material natural y fuente principal de naturaleza, con distinta elasticidad, deformación, y tonalidades y vetas que generan diseños y texturas. (Img. 70 a 74).

El agua enfocada como sustancia de pureza y transparencia y viéndolo como material, es esencial para la supervivencia de todas las formas conocidas de vida, genera sensación de relajación, de espejo y de movimiento.

La piedra, es una sustancia mineral dura y compacta, genera rigidez y rusticidad, le da al los espacios sensación de firmeza y consolidación. (Img. 74).



Img. 70 Sección transversal A-A'



Img. 71 Sección transversal B-B'



Img. 72 Sección transversal C-C'

Img. 73-74 Interior de maqueta del proyecto Casa Vínculo



Exploración háptica Casa Vínculo.

En el proyecto del Inmueble Villa se realiza un estudio teniendo como herramienta la misma metodología de análisis que se aplicó en las casa de Le Corbusier, para buscar una aproximación del espacio háptico.

Dentro del estudio inicial se reconoce y se le da enfoque a lo que se considera el ente organizado del espacio. La materialidad del elemento permite un juego de sombras no solo de este mismo con la luz, sino que también configura los espacios que recorre, generando sensaciones de permanencia y apacibilidad.

El estudio de este elemento de madera bajo la luz, se realiza con la luz natural y artificial, buscando resaltar no solo su composición, sino la materialidad del espacio, como la piedra, la naturaleza y el agua.

Desde el espacio a doble altura del apartamento, se puede apreciar una armonía entre la piedra exterior y el color blanco del interior, conjugándose entre ellos para generar un solo espacio, que aunque se encuentra delimitado por el muro del eje central, la misma composición de este permite que exista ese vínculo en el hábitat. (Imgs. 75 a 77).



Img. 75-77 Interior de maqueta del proyecto Casa Vínculo



Postura Personal: Projectando desde la Arquitectura de la Proximidad

Realizar un proyecto como el inmueble Villa, según las diferentes experiencias de todos, ha sido algo muy satisfactorio, ya que con el resultado obtenido y los aprendizajes adquiridos, se pudo ganar una gran visión, no sólo propia, sino de mis compañeros, para nuestro **desempeño y desarrollo como profesionales en el medio en el que cada uno se mueve.**

Este proyecto igualmente no hubiese sido posible lograrse sin el apoyo de los docentes a cargo y a la visión de ellos bajo la experiencia que tienen, nos han abierto los ojos y **nos han logrado involucrar en diversos mundos** donde hoy por hoy podemos decir que **un espacio no se compone solo de elementos materiales y de cosas físicas sino también de infinidad de sensaciones, de espacios hápticos, de ese juego de sentidos, texturas y emociones** que hacen que el personaje personalice su espacio.

El tiempo dedicado y los sacrificios que cada uno de nosotros tuvo que hacer para día a día cumplir y lograr las metas puesta, han sido de valiosa importancia, han hecho **valorar cada detalle de este proyecto y han de alguna manera logrado poner un orden en nosotros como profesionales, especialistas en Arquitectura interior para el desarrollo de proyectos.**

Esperamos muy sinceramente **que lo expuesto haya suscitado algún tipo de interés y haya logrado las expectativas,** no solo de los mismos compañeros de la especialización, sino también de los docentes, que conocieron toda la evolución de cada uno de los proyectos que se desarrollaron, buscando una arquitectura háptica entre el espacio interior, y el sujeto que lo habita.



Bibliografía:

ALCALDÍA DE MEDELLÍN. Plan de Ordenamiento Territorial POT. [Artículo de Internet] http://www.medellincultura.gov.co/plancultural/documents/Plan_De_Desarrollo_Cultural_De_Medellin_2011-2020.pdf. Fecha de consulta: 8 de Junio de 2015.

DUQUE, Karina. Clásicos de Arquitectura: Villa Savoye / Le Corbusier. [Artículo de Internet] <http://www.archdaily.co/co/02-58394/ville-savoye-le-corbusier>. Fecha de Consulta: Mayo 10 de 2015

FERRÁNDIZ GABRIEL, Javier. Apolo y Dionisos: El temperamento en la arquitectura moderna. Barcelona: UPC Edicions. 1998. 114 p.

FONDATION LE CORBUSIER. La Casa La Roche. [Artículo de Internet] http://www.fondationlecorbusier.fr/corbucache/2049_4227.pdf. Fecha de consulta: Mayo 10 de 2015.

FONDATION LE CORBUSIER. Maison Cook, Boulogne-Sur-Seine. [Artículo de Internet] <http://www.fondationlecorbusier.fr/>. Fecha de consulta: Mayo 11 de 2015

FONDATION LE CORBUSIER. Villa Stein-de-Monzie, "Les Terrasses". [Artículo de Internet] <http://www.fondationlecorbusier.fr/>. Fecha de consulta: Mayo 11 de 2015

GLEDION, Sigfred. Espacio, tiempo y arquitectura. Barcelona: Editorial Reverté S.A. 2009. 864 p.

LE CORBUSIER. Hacia una Arquitectura. Barcelona: Ediciones Apóstrofe S.L. 1998. 245 p.

MESA GIL, Carlos. En: Clase de Teoría de Módulo Habitacional (1: 2015: Medellín). El Espacio moderno en la Arquitectura Interior. Marzo 27 de 2015

PALLASMAA, Juhani. Los ojos de la piel: La arquitectura y los sentidos. Barcelona: Gustavo Gili S.A. 2006. 81 p.

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. Definición de Domesticar y Doméstico. Tomado de: <http://www.rae.es/>. Fecha de consulta: Junio 5 de 2015.

ZUMTHOR, Peter. Atmósferas: Entornos Arquitectónicos – Las cosas a mi alrededor. Barcelona: Gustavo Gili S.A. 2006. p. 7

Iconografía:

Imagen 1: Imagen proyecto de Inmueble Villa (1922-1925). Tomado de: <http://eduardogarciacompo.com/> Fecha de consulta: Junio 5 de 2015.

Imagen 2: Sketch del interior del proyecto Inmueble Villa, por Le Corbusier. Tomado de: <https://es.pinterest.com/owadie/corbu/>. Fecha de consulta: Junio 7 de 2016.

Imagen 3: Exterior de la casa FallingWater, del arquitecto Frank Lloyd Wright (1939). Tomado de: <http://www.fallingwater.org/>. Fecha de consulta: Junio 9 de 2015.

Imagen 4: Espacio interior de la casa FallingWater, de Frank Lloyd Wright (1939). Tomado de: <http://www.fallingwater.org/>. Fecha de consulta: Junio 9 de 2015.

Imagen 5: Chimenea en la sala de la casa FallingWater, de Frank Lloyd Wright (1939). Tomado de: <http://sites.psu.edu/oneill137h/2013/03/28/coolest-party-house-ever/>. Fecha de consulta: Junio 10 de 2015.

Imagen 6: Centro de Medellín. Tomado de: <http://diarioadn.co/medellin/mi-ciudad/>. Fecha de consulta: Junio 11 de 2015.

Imagen 7: Escultura de Botero en el Parque Berrio. Tomado de: <http://acuareladelmundo.com/tag/esculturas/>. Fecha de consulta: Junio 11 de 2015.

Imagen 8: Mapa estructura de las zonas de Medellín. Tomado de: http://sites.amarillasinternet.com/amoblados/mapa_de_medellin.html. Fecha de consulta: Junio 8 de 2015.

Imagen 9: Biblioteca España. Tomado de: <http://bid.ub.edu/27/pena2/html> Fecha de consulta: Junio 9 de 2015.

Imagen 10: Estudio de suelos. Tomado de: <http://juriconstructores.com/estudios-de-suelos/> Fecha de consulta: Junio 8 de 2015.

Imagen 11: Sketch del proyecto Inmueble Villa, por Le Corbusier. Tomado de: <http://mpzga.free.fr/evolutif2013.html>. Fecha de consulta: Junio 7 de 2015.

Imagen 12: Exterior casa La Roche. Tomado de: <http://historiadelartetrabajosute.blogspot.com.co/>. Fecha de consulta: Junio 11 de 2015.

Imagen 13: Exterior casa Cook. Tomado de: <http://noticias.arq.com.mx/Detail/9729.html>. Fecha de consulta: Junio 11 de 2015.

Imagen 14: Exterior villa Stein. Tomado de: <http://www.fondationlecorbusier.fr/>. Fecha de consulta: Junio 11 de 2015.

Imagen 15: Exterior villa Savoye. Tomado de: <https://www.khanacademy.org/humanities/art-1010/architecture-20c/a/corbusier-savoye>

Imagen 16: Interior casa La Roche. Tomado de <http://www.google.com.co/>. Búsqueda Maison La Roche Le Corbusier. Fecha de Consulta: Mayo 13 de 2015.

Imagen 17: Interior casa La Roche intervenida. Creación propia.

Imagen 18: Corredor vacío casa La Roche. Tomado de <http://www.google.com.co/>. Búsqueda Maison La Roche Le Corbusier. Fecha de Consulta: Mayo 13 de 2015.

Imagen 19: Corredor vacío casa La Roche intervenida. Creación propia.

Imagen 20: Escaleras al vacío casa La Roche. Tomado de: <http://archdaily.com/151365/ad-classics-villa-roche-le-corbusier/villaroche30-stevecadman/>. Fecha de consulta: Mayo 13 de 2015

Imagen 21: Escaleras al vacío casa La Roche intervenida. Creación propia.

Imagen 22: Vacíos en la pared casa La Roche. Tomado de <http://www.google.com.co/>. Búsqueda Maison La Roche Le Corbusier. Fecha de Consulta: Mayo 13 de 2015.

Imagen 23: Vacíos en la pared casa La Roche intervenida. Creación propia.

Imagen 24: Exterior casa La Roche. Tomado de: http://stefanocandito.com/pict/Arch-Buildings/big/stefano_candito_cx214_127.jpg. Fecha de consulta: Mayo 15 de 2015.

Imagen 25: Exterior casa La Roche intervenida. Creación propia.

Imagen 26: Exterior casa Cook. Tomado de: <http://sixtenseason.tumblr.com/post/104186148768/le-corbusier-villa-cook-boulogne-sur-seine-1926>. Fecha de consulta: Mayo 13 de 2015.

Imagen 27: Exterior casa Cook intervenida. Creación propia.

Imagen 28: Interior casa Cook. Tomado de: <http://tecne.com/arquitectura/el-mecanismo-arquitectonico-de-le-corbusier/>. Fecha de Consulta: Mayo 13 de 2015.

Imagen 29: Interior casa Cook intervenida. Creación propia.

Imagen 30: Ventanas casa Cook. Tomado de: <http://www.ncmodernist.org/lecorbusier.htm>. Fecha de Consulta: Mayo 13 de 2015.

Imagen 31: Ventanas casa Cook intervenida. Creación Propia.

Imagen 32: Fachadas casa Cook. Tomado de: <http://blog.vkvvisuals.com/design-icons-le-corbusier/>. Fecha de Consulta: Mayo 13 de 2015.

Imagen 33: Fachadas casa Cook intervenida. Creación Propia.

Imagen 34: Salida a la terraza casa Cook. Tomado de: <https://architecturality.wordpress.com/tag/transparency/>. Fecha de Consulta: Mayo 13 de 2015.

Imagen 35: Salida a la terraza casa Cook intervenida. Creación Propia.

Imagen 36: Espacio interior Villa Stein. Tomado de: <http://thewholescrapbook.tumblr.com/>. Fecha de Consulta: Mayo 13 de 2015.

Imagen 37: Espacio interior Villa Stein intervenida. Creación Propia.

Imagen 38: Terraza Villa Stein. Tomado de: <https://lanternslide.wikispaces.com/France>. Fecha de Consulta: Mayo 13 de 2015.

Imagen 39: Terraza Villa Stein intervenida. Creación Propia.

Imagen 40: Fachada Villa Stein. Tomado de: <http://sixtenseason.tumblr.com/post/64669023113/back-in-the-roaring-twenties-early-thirties-in>. Fecha de Consulta: Mayo 13 de 2015.

Imagen 41: Fachada Villa Stein intervenida. Creación Propia.

Imagen 42: Espacio interior Villa Stein. Tomado de: <http://thewholescrapbook.tumblr.com/>. Fecha de Consulta: Mayo 13 de 2015.

Imagen 43: Espacio interior Villa Stein intervenida. Creación Propia.

Imagen 44: Fachada Villa Stein. Tomado de: <http://sixtenseason.tumblr.com/post/64669023113/back-in-the-roaring-twenties-early-thirties-in>. Fecha de Consulta: Mayo 13 de 2015.

Imagen 45: Fachada Villa Stein intervenida. Creación Propia.

Imagen 46: Interior Villa Savoye. Tomado de: <http://www.vortiko.com/image/villa-savoye-interrace>. Fecha de Consulta: Mayo 13 de 2015.

Imagen 47: Interior Villa Savoye intervenida. Creación Propia.

Imagen 48: Edificio Villa Savoye. Tomado de: https://en.wikipedia.org/wiki/Villa_Savoye. Fecha de Consulta: Mayo 13 de 2015.

Imagen 49: Edificio Villa Savoye intervenida. Creación Propia.

Imagen 50: Terraza Villa Savoye. Tomado de: <https://patricehansperrier.wordpress.com/2014/11/20/les-villas-du-nouveau-millenaire/>. Fecha de Consulta: Mayo 13 de 2015.

Imagen 51: Terraza Villa Savoye Intervenido. Creación Propia.

Imagen 52: Patio Villa Savoye. Tomado de: http://img02.deviantart.net/b96b/1/2009/065/a/2/villa_savoye___le_corbusier_by_nihilista.jpg. Fecha de Consulta: Mayo 13 de 2015.

Imagen 53: Patio Villa Savoye Intervenido. Creación Propia.

Imagen 54: Fachada Villa Savoye. Tomado de: <http://www.archdaily.com/149901/architecture-city-guide-paris/villa-savoye-all-rights-reserved-by-chimay-bleue/>. Fecha de Consulta: Mayo 13 de 2015.

Imagen 55: Patio Villa Savoye Intervenido. Creación Propia.

Imagen 56: Imágenes del interior de Casas La Roche, casa Cook, Villa Stein y Villa Savoye. Creación propia.

Imagen 57: Sketch conceptual exterior del proyecto Inmueble Villa. Tomado de: <http://cargocollective.com/ampuqam/Regard-authentique-p3-Immeuble-villa-cache>. Fecha de Consulta: Julio 18 de 2016.

Imagen 58: Diagrama de la Grille SIAM. Tomado de: <https://www.google.com.co/webhp?hl=es>. Fecha de Consulta: Junio 10 de 2015.

Imagen 59: Perspectiva Inmueble Villa. Tomado de: <https://eduardogarciacompo.wordpress.com/>. Fecha de Consulta: Junio 5 de 2015

Imagen 60: Caracterización del personaje. Creación propia.

Imagen 61: Conductas generadoras de espacios del personaje. Creación propia.

Imagen 62: Planta 1er y 2do piso Inmueble Villa. Tomado de: <https://taller7ssm.wordpress.com/2010/03/22/taller-ano-2011/inmueble-villa-planta/>. Fecha de Consulta: Junio 10 de 2015.

Imagen 63: Corte longitudinal Inmueble Villa. Tomado de: <http://iala0910envido1005.blogspot.com/p/le-corbusier-inmuebles-villa.html>. Fecha de Consulta: Junio 10 de 2015.

Imagen 64: Interior maqueta proyecto Casa Vínculo. Creación propia.

Imagen 65: Esquema de texturas Casa Vínculo. Creación propia.

Imagen 66: Esquema de llenos y vacíos Casa Vínculo. Creación propia.

Imagen 67: Esquema de lo privado y lo público Casa Vínculo. Creación propia.

Imagen 68: Planta primer piso Casa Vínculo. Creación propia.

Imagen 69: Planta segundo piso Casa Vínculo. Creación propia.

Imagen 70: Sección transversal A-A. Creación propia.

Imagen 71: Sección longitudinal B-B. Creación propia.

Imagen 72: Sección longitudinal C-C. Creación propia.

Imagen 73: Espacio Interior maqueta Casa Vínculo. Creación propia.

Imagen 74: Espacio interior maqueta Casa Vínculo. Creación propia.

Imagen 75: Espacio Interior maqueta Casa Vínculo. Creación propia.

Imagen 76: Espacio Interior maqueta Casa Vínculo. Creación propia.

Imagen 77: Relación Interior-Exterior por medio de visuales en el proyecto Inmueble Villa. Creación propia.



Universidad
Pontificia
Bolivariana



SEGUNDO PROYECTO

Creciendo contigo: Espacios de identidad y orgullo
Módulo de Espacios de Oficina

Realizado por:

Arquitecto **Juan David Velandia Reyes**

Diseñador Industrial **Sergio Andrés Muñoz Quiroz**

Diseñadora Industrial **Lucía Paulina Buelvas Álvarez**

Docentes-Asesores

Arquitecto **Santiago Gil**

Arquitecto **Carlos Franco**

Arquitecto **David Restrepo Restrepo**

Universidad Pontificia Bolivariana

Postgrado de **Especialización en Proyectos de Arquitectura Interior**

Escuela de **Arquitectura y Diseño**

Medellín, 2015



INTRODUCCIÓN

Acerca de un Proyecto de Oficinas

Img. 1
Oficinas Google Spa en Budapest, Hungría

Cuando se trata de una oficina, no se trata simplemente de un espacio físico, se trata de un espacio que contiene una **identidad**, un ideal, una misión y visión de una empresa que está localizada en este espacio físico, y lo más importante, de **aquellos empleados que habitan estos espacios, trabajando por el bien común y progreso de la empresa**. Intervenir un espacio laboral e institucional es:

Comprender la problemática actual que los conforma a los mismos. Dar significado a dichos espacios por medio de los aspectos sensibles que los caracterizan (luz, color, materiales, texturas...), así como de dotarle de unas adecuadas condiciones de uso y función.¹

Esta problemática puede ser entendida desde distintos puntos de vista, en primer lugar con **el espacio** mismo, ya que es el contenedor de todas las funcionalidades y componentes de la empresa como tal, y debe estar dispuesto a adaptarse según la función que requiera la empresa y los trabajadores que están en él; Luego por la **identidad de marca**, definida como el conjunto intrínseco de interacciones entre marca y usuario, sea entendido este "usuario" como un cliente de la marca o un empleado que trabaja para la misma; por último, tenemos **el mobiliario**, un elemento fundamental a la hora de definir la espacialidad de una oficina o de cualquier entorno en el que habite el hombre, ya que esta actúa como una extensión de la función a la que fue diseñada, y debe por ende, responder y adaptarse a las necesidades del trabajador que las use; Por último, y ya evidenciados en el concepto introductorio

dado por el Arquitecto y docente Santiago Gil, se observarán como estos conceptos influyen en **la función del trabajador a la hora de ejercer su labor**, ya que así logrará entender como estos pueden afectar significativamente el espacio en términos de transmitir un ambiente o entorno más productivo para los trabajadores.

Estas conceptualizaciones, o más bien, estas formas de abarcar la problemática que conlleva cualquier intervención arquitectónica de oficinas, permiten entender mejor el panorama, y más cuando se habla de que el espacio representa a la empresa como tal, ya que es por medio de este en el cual todos los trabajadores ejercen su día a día de la mejor forma posible, y la arquitectura de oficinas debe responder exactamente a eso, a **proveer de un ambiente laboral** que no restrinja las habilidades de sus trabajadores, sino que

¹ GIL, Santiago. En: Clase Introductoria a Módulo de Oficinas (7:2015: Medellín). Introducción al Programa Módulo de Oficina. Julio 27 de 2015.



Img. 2 Interior de oficinas generales del Grupo Bancolombia, en Medellín.

las optimice en términos de productividad, pero aún más importante, en términos de **satisfacción del trabajador de sentirse a gusto de trabajar y representar a su respectiva empresa.**

Así entonces se encuentra la posibilidad de proyectar y planificar la intervención de un espacio de trabajo, destinado para los empleados del **Área de Mercadeo, en las oficinas del Grupo Éxito**, las cuales están ubicadas en el municipio de Envigado, Antioquia; se realiza entonces, un análisis que nos permita **comprender mejor el entorno o los alrededores que tiene la oficina**, tales como la Avenida Las Vegas, Los barrios Alcalá y el Portal, así como ubicaciones claves cercanas a las oficinas (Estación Metro Envigado y Planta de producción de Peldar); Seguido a esto, se observará planes a futuro en las oficinas del grupo Éxito como estrategias de crecimiento

y posicionamiento de la empresa, en este caso, del megaproyecto que es el centro comercial **Viva! Envigado**, proyectado para el año 2018².

Para conocer mejor acerca de la intervención arquitectónica de espacios de oficinas, se mirarán **referentes que fueron muy importantes a la hora de proyectar la intervención de las oficinas de Grupo éxito**, hablamos de grandes proyectos de oficinas de un referente mundial como Google en sus oficinas **Google Office Budapest**, realizada en la capital de Hungría por Graphasel Design Studio; El **Hasso Plattner's Institute of Design** en la Universidad de Stanford, California; y las **Oficinas Generales de Grupo Bancolombia** en Medellín, Colombia.

Con todo lo anterior, se postula como **principal objetivo** el cómo, por medio de una intervención a nivel espacial y arquitectónica, se pueden ejecutar las diferentes fases de planeación y desarrollo de un proyecto de esta índole, para que así se pueda **comprender la influencia de los componentes del espacio laboral en la efectividad de la labor de los empleados en una empresa**, para lo cual se ejecuta a partir de la definición de **un perfil de empresa y un cliente** —en este caso, del Grupo éxito y de sus empleados del área de Mercadeo—, y de sus espacios actuales de trabajo, para dar una solución a fin que permita crear un espacio de oficinas que **identifique, optimice y motive la labor del empleado** en su espacio de trabajo.

² GRUPO ÉXITO. Proyecto Viva Envigado. Tomado de: <http://www.grupoexito.com.co/es/viva-envigado>. Fecha de consulta: Noviembre 22 de 2015.



Img. 3 Mobiliarios de trabajo colaborativo bajo el concepto Best Place, de Steelcase.

La Identidad de Marca en una Empresa

Para una empresa y su interacción con el medio, sea con el mercado y su competencias, o los clientes, es muy importante tener un **manejo muy integro de sus productos y procesos de producción internos**, para proveer la mejor calidad en sus servicios; pero en esta época de constante evolución y progreso tecnológico, se ha encontrado que son aquellos **elementos intangibles** que tiene la empresa, los que en este momento son imperativos para llegar a su cliente objetivo y crear impacto en el mercado, más incluso que traer el mejor producto a ellos. Lo dicen muy bien los doctores **Orozco Toro y Carme Ferré** en *El ADN de la Marca*:

Es obvio que para las acciones empresariales seguirán siendo fundamentales su devenir económico, su relación con proveedores, sus acciones políticas, entre otros, pero ahora son los valores intangibles de la marca los que determinan la marcha y la actuación empresarial.³

Esto también es logrado en parte por el componente que da forma a estos intangibles de la empresa: **la Identidad de Marca**.

Cuando hablamos concretamente de Identidad de Marca, hay que referirse también a una relación de **emisor/receptor entre la empresa y su externo, en este caso, su público**; esto porque el vínculo marca/cliente es la que determina el éxito y es la subsistencia de la empresa en el mercado. Comenzando desde el punto de vista del cliente, la acción receptora que mantiene con la empresa crea un vínculo importante con la misma, no solo por los productos que pueda esta ofrecer, sino que también es su conexión con esta por

³ OROZCO TORO, Jaime Alberto; FERRÉ PAVIA, Carme. *El ADN de la marca: La concepción de sus valores intangibles en un contexto dialogado*. En: Revista Signo y Pensamiento. Vol. 31 (Bogotá. Julio-Diciembre 2012). 58p.

CAPÍTULO 1

La oficina para el hombre: Parámetros esenciales

La oficina siempre ha sido concebida como un “contenedor físico para la elaboración de un trabajo determinado”, es decir, como simplemente **un espacio con ciertas funciones** para los empleados, pero al paso del tiempo, ha comenzado a cambiar esta perspectiva. Hoy en día, **las oficinas han dejado de ser monótonos cubículos**, para convertirse en espacios propicios para la interacción y promoción del **trabajo en equipo** entre los trabajadores, y gracias a los avances tecnológicos, han llegado a concebir los **teletrabajos**, o el trabajo remoto desde otros lugares en los que se encuentre el trabajador, incluso desde su propio hogar; es labor entonces del interiorista, arquitecto o diseñador, **de proveer espacios que puedan transformar y adaptarse a estas necesidades**, al igual que estos ayuden a optimizar la labor de los trabajadores, no solo a nivel individual (rendimiento) sino también con sus compañeros de trabajo (cooperación).

Pensar en un espacio de oficina lleva a entender la convergencia de **tres diferentes conceptos** que se desarrollarán a continuación: primero, a la empresa desde su **Identidad de Marca** o “personalidad” **que lleva dentro de sí**, y que la destaca de su competencia, no solo desde su mercado, sino también reconocida por su consumidor; Segundo, comprender a **el espacio mismo como contenedor de ambientes y sensaciones** destinados no solo al trabajo, sino también como ambientes propicios de interacción entre sus trabajadores; Y por último, involucra al **mobiliario como el posibilitador de la acción de trabajo** y de cooperación/integración de los trabajadores en un espacio arquitectónico destinado a una función específica dentro de la empresa.

Para la empresa ya no es suficiente con mostrar un buen producto o servicio al cliente, si no puede llegar a comunicar lo que la marca es y representa...

medios masivos (televisión, radio, periódicos, internet, redes sociales, entre muchos otros) en el mismo punto de venta, que comienzan a **crear un imaginario y a materializarse en el cliente**, en lo que se conoce como una **Imagen de Marca** (Img. 8), como nos lo afirman Orozco Toro y Carme Ferré al afirmar que esta Imagen de Marca:

Viene a ser el pilar sobre el que se soporta la imagen general que los clientes tienen sobre la empresa (...). La imagen de marca consiste en las percepciones que los consumidores tienen de ella y que se reflejan en las asociaciones con la marca que estos conservan en su memoria⁴.

Cabe aclarar que esta Imagen de Marca es un **elemento subjetivo** del cliente que se vincula con la marca, ya que diversos clientes tendrán diferentes concepciones respecto a la misma marca, también dependiendo de cómo se originó este primer vínculo con la marca misma (Img. 8).⁵ Ahora, observemos la otra perspectiva de esta relación marca/cliente:

Si la imagen de la marca se presenta en el imaginario de los sujetos, en su memoria, como un intangible de la recepción, la identidad se encuentra en el sentido contrario de la comunicación, es decir, dentro de la empresa. Cuando una organización define su identidad, se puede identificar una relación con las estrategias y los valores que la representan.⁶

Con lo anterior se puede aclarar que para

⁴ OROZCO TORO, Jaime Alberto; FERRÉ PAVIA, Carme. El ADN de la marca: La concepción de sus valores intangibles en un contexto dialogado. En: Revista Signo y Pensamiento. Vol. 31 (Bogotá. Julio-Diciembre 2012). 60p.

⁵ Ibid. 60p.

⁶ Ibid. 61p.

la empresa, ya no es suficiente con mostrar un buen producto o servicio al cliente, si no puede llegar a comunicar bien lo que la marca es y representa, y para esto es muy importante la aplicación de estrategias y objetivos a cumplir desde dentro de ella misma, ese conjunto de aspiraciones que la empresa desea mantener y crear en el camino, ya que estas se convierten en la razón de ser de la empresa, puesto que implica desde la empresa una **promesa del mejor producto a su cliente**.



Img. 4 Rediseño de Imagen de marca de Google, en 2015

En últimas, la identidad de la empresa se **convierte en esa vestidura estratégica** por la cual la empresa, representada en sus empleados y productos, **aspira a ser y llegar a comunicar a sus clientes**, las cuales, son estos mismos clientes los que llegan a legitimar e identificarse, creando en ellos una Imagen de empresa contundente; y es esta Vestidura estratégica, por medio de la **planeación y la estrategia**, las cuales la empresa tiene que llegar a desarrollar, para ser un reflejo de esa imagen que quiere implantar en su consumidor.⁷

⁷ OROZCO TORO, Jaime Alberto; FERRÉ PAVIA, Carme. El ADN de la marca: La concepción de sus valores intangibles en un contexto dialogado. En: Revista Signo y Pensamiento. Vol. 31 (Bogotá. Julio-Diciembre 2012). 62p.

Ambientes y Espacios Funcionales de Trabajo

Los espacios de trabajo representados usualmente en el edificio de oficinas son, junto con los espacios domésticos, el inmueble tipo que más se repite. En ellos pasamos una gran parte de nuestra vida, y hoy se encuentran en una encrucijada histórica debido a los cambios que están revolucionando el mundo laboral.⁸

Siguiendo las palabras del arquitecto David Restrepo Restrepo, **son los espacios laborales los más importantes en el comportamiento de la empresa**, porque son, efectivamente, aquellos espacios en donde se desarrollan todas aquellas actividades que componen el subsistir de las empresas. Pero igualmente, son espacios que en la actualidad, **están experimentando cambios importantes en su estructura**, en especial representada en la **tecnología de la comunicación**. Con una constante ola innovadora en productos y servicios de conectividad, cada vez más personalizados, la estructura de los espacios de oficina en la actualidad se puede diversificar para poder comunicarse mejor entre los empleados, ofrecer **otras funcionalidades** a beneficio de los trabajadores, e incluso poder conectarse de diversas partes de la oficina, incluso fuera de esta lo que conocemos como **"Teletrabajo"**. Como lo comenta Restrepo:

*Los nuevos espacios de trabajo son ahora **centros de procesamiento de conocimiento**, (...) espacio, tiempo y estructura. La combinación de las diferentes coordenadas nos ofrece distintos tipos de espacio laboral en oficinas hechas a la medida, de acuerdo con las actividades de cada empresa, para así fomentar la **creatividad y la innovación**: la actual oficina se transforma en centros de comunicación y servicio.⁹*

⁸ RESTREPO RESTREPO, David. Conceptos de Oficina para empresas del sector bursátil de Colombia. Medellín: Editorial propia. 2011. 1p.

⁹ Ibid. 2p.



Img. 5 Sala de estar en las Oficinas de Imd Engineering de Rotterdam, Holanda.

Así como el espacio de oficina es un espacio abierto a la comunicación entre sus trabajadores (Img. 5), en especial cuando ya las empresas enfrentan al mercado e diferentes disciplinas de conocimiento: **no es solo con crear un producto, sino el cómo, de qué forma hacer la presentación**, como promover el producto, como hacer su distribución. Esto significa enfocarse en una oficina más abierta y **vinculada con la conexión humana**, si ellos están satisfechos y ellos están cómodos y felices de trabajar en su puesto, se verán mejores resultados en el desarrollo de la empresa como tal, **“se antepone el bienestar individual por encima de todo.”** (...) Los nuevos espacios se están caracterizando por tener la flexibilidad de adaptarse a las necesidades del momento, que permitan la comunicación formal e informal” (Restrepo, 2011)¹⁰; y así es como se debe conformar el espacio: un **ecosistema laboral para el hombre** en donde, por medio de su distribución y composición, permite el desarrollo integrado de las áreas de trabajo que componen la organización que lo utiliza.

¹⁰ RESTREPO RESTREPO, David. *Conceptos de Oficina para empresas del sector bursátil de Colombia*. Medellín: Editorial propia. 2011. 3p.

El Mobiliario, el “bienestar” del trabajador

El mobiliario, en especial de oficinas, se caracteriza por “ser eficiente, ser compuesto de objetos precisos, tareas específicas” (Gil, 2015)¹¹, y es, en esencia, **el factor más influyente en el oficio del trabajador**, ya que son esos elementos que influyen en la acción y efectividad del trabajo en la oficina, pero en este caso, va un poco más allá de ser simplemente- como se puede deducir del concepto- de un mueble. Se ha extendido a contener elementos que conforman el mobiliario en sí: **la personalización**, la integración con los espacios personales entre empleados, facilitando el trabajo en equipo, la intercomunicación de dispositivos y la velocidad de transmisión de datos para una fácil interacción de los empleados a la hora de reuniones o compartir información; **es claro que el papel de la tecnología, en especial en la oficina es crítico**, pero esto también ha llevado a hacer mucho más importante el mobiliario, cuando se habla de que deben cumplir una función específica:

¹¹ GIL, Santiago. En: *Clase de Mobiliario de Oficinas* (8:2015: Medellín). Programa Modulo de Oficina. Julio 31 de 2015.

la de hacer el trabajo más productivo y cómodo al trabajador.

El mobiliario debe de ser un **facilitador de la función** de su trabajador, y por sobre todo traerle “bienestar a su trabajo, hacerlo tangible”¹², como ha sido la aproximación de empresas de mobiliario institucional como **SteelCase**, de Estados Unidos, en la que su enfoque en el diseño de productos ha sido brindar bienestar desde muchos frentes, pero lo importante es: **“Primero en asegurarse que el personal entienda cuál es su trabajo y un sentido de pertenencia de su puesto y de su empresa”**¹³, para que el mobiliario, desde el enfoque laboral del trabajador – refiriéndose a trabajo en equipo, individual, o colaborativo con otras áreas- pueda ofrecerle la mayor comodidad y apoyo, desde conectividad, ajustes de posición de trabajo, conexión a internet y otras redes internas de trabajo, facilitarle el trabajo de concentración.

SteelCase, como compañía, ha descubierto que el cambio abrupto de las oficinas tipo “cubículo” de años pasados, a unos espacios más abiertos, orgánicos, dinámicos e integrados, se debe a **la búsqueda por la comodidad y la conexión entre los trabajadores**; sus nuevos productos, **Brody** (Img. 6) y **Resolve**¹⁴, son una palpable solución en la búsqueda de tener espacios en donde un trabajador pueda concentrarse, sea individual o con otros compañeros, en el desarrollo de un proyecto, y en que la herramienta de **la conexión y la tecnología** pueden tener papeles preponderantes a la hora de poder conectar a los empleados sin importar su posición, y que cualquier espacio es esencial para interactuar y trabajar en equipo.

¹² GIL, Santiago. En: *Clase de Mobiliario de Oficinas* (8:2015: Medellín). Programa Modulo de Oficina. Julio 31 de 2015.

¹³ STEELCASE. *Building wellbeing into the workplace* [Artículo de Internet]. Tomado de: www.steelcase.com/insights/. Fecha de consulta: Marzo de 2016.

¹⁴ Brody y Resolve son dos proyectos de mobiliario de oficina de Steelcase destinados a crear espacios de bienestar y concentración. Ambos se verán con mayor detalle en Capítulo 5: Detalles de Mobiliario.

El mobiliario es, entonces, una herramienta que se adapta a las necesidades del que los usa, es el objeto por el cual el trabajador controla, para convertirlo en una **membrana o extensión de su cuerpo**, en donde puede apoyarse para concentrarse y operar eficientemente en la empresa. Y las grandes empresas de mobiliario, como SteelCase, Herman Miller, Vitra, y muchas otras más, han tomado esto como premisa para hacer productos y espacios que faciliten mucho más esa interacción del trabajador con sus compañeros, su empresa y su trabajo; **conocer, adaptarse, controlar y conectarse con su entorno.**

Oficina: La Personalidad de un Espacio de Trabajo

Como se ha observado anteriormente, entender estos tres conceptos ayudará a crear una **mejor percepción** en el momento de entrar a una oficina, que es ese ecosistema en donde una empresa se identifica y hace suyo, revelan un profundo análisis de cómo funciona y como es su ecosistema de trabajo, y es en donde los trabajadores se “ponen la camiseta” en el sentido de representar y cooperar entre todos, hacer de ese un espacio en donde **todos y cada uno pone parte en beneficio no solo de la empresa, sino de ellos mismos como personas y profesionales.**

Así como lo concluye Allan Smith, Vicepresidente de Mercadeo Global de

SteelCase en la exhibición NeoCon 2015 celebrada en Chicago:

*Cuando los espacios de trabajo son diseñados como **un ecosistema de zonas diferenciadas y ajustes**, los trabajadores pueden seleccionar **espacios adecuados que encajen con su forma de pensar y con su actividad a medida que trabajan en su día.** Este entendimiento nos ayuda a integrar la tecnología en el espacio de trabajo en una manera que ayude a las personas a descargar cognitivamente la información en el ambiente físico (la oficina), y los ayude a sentirse menos agobiados.¹⁵*

¹⁵ SMITH, Allan. Steelcase showcases office concept product ideas to make workers think better [Artículo de Internet]. Tomado de: www.steelcase.com/press-releases/. Fecha de consulta: Marzo de 2016.

...Y es en donde los trabajadores “se ponen la camiseta”, en el sentido de representar y cooperar entre todos, y hacer de su espacio de trabajo en donde todos ponen su parte en beneficio no solo de la empresa, sino de ellos mismos...

Img. 6 Situación de uso en espacio abierto de Brody Worklounge, de Steelcase.





Img. 7 Toma aérea del Hipermercado éxito y las oficinas de grupo Éxito en Envigado.

CAPÍTULO 2

Contextos con Historia: Oficinas del Grupo Éxito

Un espacio de oficinas, como ya se ha hablado en el capítulo anterior, involucra diferentes aspectos que hacen de ese espacio como una identidad y estilos, característicos de la empresa que los representa. **Son espacios que revelan una misión, una visión y objetivos de la empresa**, representada en sus espacios y en sus empleados, incorporándose como una materia prima al servicio de sus clientes o consumidores.

Grupo Éxito, una de las empresas más icónicas de Colombia en el comercio al detal (Img. 8), con marcas como Supermercados éxito, Carulla, Surtimax, entre otras; tiene **una identidad como empresa multinacional** muy marcada, no sólo en sus trabajadores, sino también en sus clientes, siempre proporcionándoles el mejor servicio y calidad en sus productos. **Con sus oficinas principales ubicadas**

en el municipio de Envigado, Antioquia (Img. 7), Grupo éxito ha influenciado sus alrededores, calles, barrios, casas, y otros espacios de interés, convirtiendo, sin quererlo, **a su arquitectura como punto referente de la empresa**, e influyente en sus alrededores.



Img. 8 Logosímbolo actual de Grupo Éxito

Grupo Éxito: Radiografía de un icono colombiano

Grupo éxito es una empresa ícono en Colombia, por su **larga historia en el país**, y por supuesto, por **su acercamiento al público colombiano**. Con inicios desde

las marcas Carulla en Bogotá, Ley en Barranquilla, y Éxito en Medellín, el Grupo Éxito ha crecido a ser una **corporación privada de negocios líder en el mercado al detal colombiano**, con más de 500 puntos de venta.

Por ser una empresa que, de cierta manera, **ha crecido con su gente**, los padres y adultos de tercera edad tienen a Éxito como un referente permanente en el momento de adquirir insumos y servicios varios. Por esto es que para seguir en la mente de aquellos colombianos como los nuevos jóvenes de la actualidad, **Grupo Éxito optó por tener un método omnicanal**, el cual el cliente pueda adquirir por retail o por medios virtuales (Celulares, computador, teléfono, entre otros) los productos y servicios, y que a su vez el cliente tenga la libertad de elegir qué, cómo, cuándo y dónde adquirirlos, de acuerdo a sus condiciones y necesidades.

Actualmente, Grupo Éxito ofrece **diversos servicios** a sus diferentes targets de público, los cuales constan de:

- Retail**, su canal más conocido, con cerca de 547 supermercados en Colombia. Sus marcas son: Éxito, Carulla, Surtimax, Super Inter, Disco, Devoto y Géant (estos últimos 3 en el país de Uruguay)

- Real State**: Marca de centros comerciales de Grupo Éxito. Espacios que buscan enamorar a sus colombianos a través de pequeñas y grandes experiencias de vida. Ésta la representa la marca Viva!.

- Comercio Directo**: Complementaria al negocio retail, permite compras en línea de productos alimentarios de sus marcas retail y de servicios no alimentarios. Lo conforman éxito.com, Carulla.com y Cdiscount.

- Venta directa por Catálogo**: Venta de productos diversos de catálogo por método puerta a puerta. La conforman TodoHogar y Colormix.

-Negocios y servicios complementarios: Servicios que complementan la vida de los clientes de la marca Éxito. Sus servicios son: Tarjeta de crédito, Seguros, Viajes, giros Nacionales/Internacionales, y telefonía móvil.

-Industrias y marcas propias.¹⁶

Contextos: Envigado y los alrededores de las Oficinas de Grupo Éxito

Grupo Éxito tiene sus oficinas ubicadas en el sector Noroccidental del municipio de Envigado, en el sector **Las Vegas**, limitando con entidades industriales como lo son la empresa de cristalería **Peldar**, y el Hipermercado Éxito de Envigado, uno de los supermercados éxito más grande en existencia; igualmente, está limitando con el sector de vivienda en el sureste con los barrios **Alcalá** y **El portal**.

Acceder a estas oficinas se facilita con su **comunicación con vías importantes del Valle de Aburrá**, como lo son la **Avenida Las Vegas**, y la **Autopista Regional** que cruza los sentidos Sur a Norte, al igual que con la **Calle 37 Sur**, la cual conecta con el centro

¹⁶ GIL, Santiago. En: *Visita a oficinas del Grupo Éxito* (7:2015: Medellín). Programa Módulo de Oficina. Julio 25 de 2015.

del Municipio de Envigado y al Municipio de Itagüí, al noroeste. Otros puntos de acceso a la oficina de Grupo Éxito es la **estación de Metro de Medellín**, que está ubicada en lo largo de la Autopista Regional con la calle 37 Sur, la cual conecta con los diferentes puntos críticos del Valle de aburrá, que incluyen los municipios de Bello, La Estrella, Caldas, Itagüí y Medellín.

El Barrio El Portal, que limita al sureste con las oficinas, es un barrio con mucha **historia y tradición** en el Municipio de Envigado, en él se formó el conjunto residencial y edificios residenciales que le dieron el nombre al barrio, al igual de lo que se conoce como la **Casa de la Cultura de Envigado**, y cercano a este, en el barrio Alcalá se encuentra el **Parque Cultural Débora Arango**, ambos puntos importantes de la historia del municipio.¹⁷

Planeando un futuro: Grupo Éxito y Viva! Envigado

Un proyecto interesante que merece mención acerca de grupo éxito, consta en

¹⁷ HERNÁNDEZ M, Arbey de Jesús. *Barrio El Portal: Reseña Histórica*. [Artículo de Internet]. <http://comitecivicoelportal.com/wp-content/uploads/2014/10/Historia-del-Barrio-el-Portal.pdf>. Fecha de consulta: Abril de 2016.



Img. 9 Barrio El Portal del municipio de Envigado, en la actualidad.

Viva! Envigado se convertirá en un atractivo enfocado en los sentidos, que invitará a compartir, recorrer y sentirse en un espacio natural...

seguir cambiando para seguir ofreciendo a los clientes de sus diversas marcas lo mejor en productos y servicios, por eso han planteado realizar un **mega proyecto arquitectónico** en las cercanías de sus oficinas de grupo, para realzar, junto a ellos, lo que se pueda considerar el mejor proyecto para su público, y lo harán bajo su marca de **Real State Viva**, con el proyecto **Viva! Envigado**, planeado para abrir al público en el año 2018(lmgs. 10 a 12).

Este proyecto, comenzado en el mes de **octubre de 2015**, cuenta por ser el proyecto más importante que se ha hecho en la historia de Grupo Éxito, y propone **transformar los espacios que ocuparían las mismas oficinas del Grupo Éxito, junto con el Hipermercado Éxito que tiene conjunto al mismo**, al igual que sus alrededores para crear un espacio que distinga y refleje las **costumbres y características** de la zona en donde se encuentra, no solo de Envigado y las inmediaciones de las Oficinas –Barrios Alcalá y El portal, el sector Industrial de Las vegas- sino que **se convierta en un icono del Valle de Aburrá**.

El megaproyecto Viva! Envigado contará con **más de 3 niveles comerciales y 10 de oficinas**, parte de estas serán destinadas a las nuevas Oficinas del Grupo Éxito, conformando más de 260.000m² de área construida, destinando 133.000m² de estos para espacios arrendables, que los conforman 100.000m² para 240 locales comerciales, 11.000m² para oficinas y 22.000m² para las nuevas oficinas corporativas del Grupo Éxito.

Probando que transformándose, para un futuro mostrar una mejor cara y una mejor forma de ofrecer nuevas y mejores experiencias a su público, el Grupo Éxito con Viva! Envigado muestra que hay que avanzar para mejorar, y el municipio de Envigado y los alrededores de las oficinas de Grupo Éxito mostraran más vida y se beneficiaran de tener una experiencia única a su lado, agregando este proyecto a una renovada cara que muestra este municipio, y su gente, a la región Antioqueña y al país.¹⁸

Entornos y Reflejos: La personalidad de Grupo Éxito

Desde el acercamiento de las oficinas de Grupo Éxito a un espacio tan histórico y reconocido del municipio de Envigado que en la cercanía de los barrios El portal y Alcalá, con sus puntos culturales tan importantes para el edificio, es claro que Grupo Éxito también quiera integrarse a la arquitectura y su gente, sentirse parte de la rica historia de la región que lo rodea, y convertirse no solo en un espacio arquitectónico de oficinas, sino en un destino que los residentes de Envigado y del Valle de Aburrá desean disfrutar y vivir. Convertirse en reflejo de lo que le rodea, pasar a invitar a interactuar a la gente, convierte al Grupo Éxito en una estrategia para acercarse más al público de todas las edades y reflejar una imagen positiva y cautivadora. Transformarse a ser una empresa que quiere estar más cerca de su cliente y que este pueda vivir al máximo de todo lo que Grupo Éxito puede ofrecer.



Img. 10-11-12 Renders finales del proyecto y fachada de Viva! Envigado.

¹⁸ GRUPO ÉXITO. Viva Envigado. [Artículo de Internet]. Tomado de: <http://www.grupoexito.com.co/es/viva-envigado>. Fecha de Consulta: Marzo de 2016



Img. 13 Espacio de concentración en el Google Spa Office, en Budapest.

CAPÍTULO 3

Entendiendo el espacio laboral: Otras perspectivas

El espacio arquitectónico de oficinas implica un análisis detallado de las relaciones entre los empleados, la empresa como identidad, y el espacio físico como contenedor de funciones y labores, con el fin de comprender formas de intervenir la arquitectura para llegar a un resultado que hable de la identidad empresarial y del empleado como tal.

Con este propósito, se propone hacer una observación e investigación descriptiva de tres casos de estudio de espacios interiores de oficina; esto con el objetivo de detectar, partiendo de la conceptualización ya observada en el Capítulo 1 de éste módulo, las diferentes características que se destacan y hacen de estos espacios interiores un lugar en donde se respira el espíritu de la empresa en la cual representan.

Tomando en cuenta reseñas y artículos de internet creados por los propios estudios de

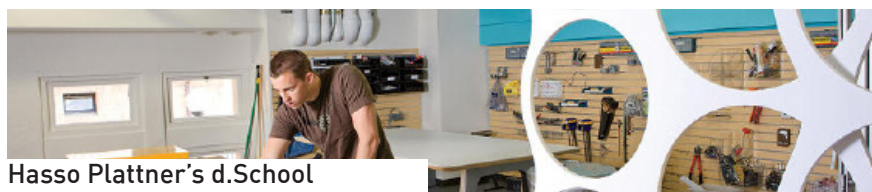
diseño que hicieron estas oficinas, se busca encontrar el origen y la caracterización de estos espacios, para obtener aspectos y detalles que puedan ser importantes al momento de proponer el proyecto final de éste módulo.

Estos casos de estudio son: las oficinas Google Spa en Budapest, Hungría, desarrolladas por Graphasel Design Studio; segundo, las instalaciones desarrolladas por los mismos profesores del Instituto de Diseño de Hasso Plattner en la Universidad de Stanford, en California, Estados Unidos; y para finalizar con un referente local, las Oficinas Generales de Bancolombia, en Medellín, Colombia, desarrolladas por Interior Architects (IA).

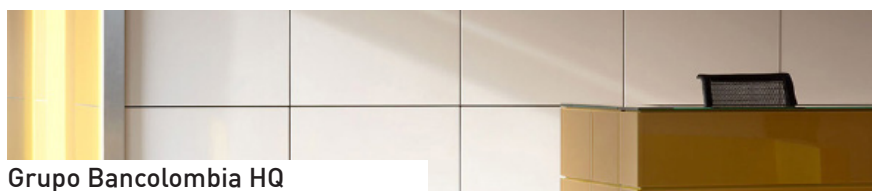
Img. 14-15-16(Inferior, en orden descendente) Google Spa Office, Hasso Plattner's Institute of Design y Oficinas Generales de Grupo Bancolombia



Google Budapest Spa office



Hasso Plattner's d.School



Grupo Bancolombia HQ

**The Google Spa Office, by
Graphasel Studio. Budapest,
Hungría, 2015.**¹⁹

La conceptualización, en el área de diseño en específico, es conocida como la materia prima más importante a la hora de crear algo nuevo y original; se trata de “contar una historia”, que todo un conjunto represente de una manera única un mensaje. Eso es lo más característico para una compañía como Google: Contar la historia de los lugares en donde están sus usuarios. Y sus oficinas no son excepción.

La marca Google es reconocida por todo el mundo, siendo el motor de búsqueda de Internet más usado en la internet; sabiendo eso, Google intenta en sus oficinas contar una historia o acontecimiento partiendo de su sitio web, simplemente “contar algo”. En sus oficinas, Google implementa lo mismo: dependiendo del lugar en donde se instala, la marca busca contar la historia del mismo y aplicarla al espacio, aplicando muy bien la conceptualización e imagen de su marca a la mano, partiendo de una simple palabra o acción, para traer a vida oficinas que cada vez son más representativas y únicas en estilo y diseño. Cuando apuntaron a crear una oficina en Budapest, capital de Hungría, optaron por el diseño local y encargaron en el año 2015, a Graphasel Design Studio del diseño del Interior de la oficina.

Para el equipo de Graphasel, conociendo como Google piensa en la forma de crear oficina, se apegaron a un concepto que no solo represente la cultura Húngara, sino también represente el espíritu de Google en ella. Partiendo de un elemento representativo de la capital Húngara como el “Spa”, siendo Bucarest un destino privilegiado por sus fuentes de agua y baños termales tradicionales y modernas, siendo las más conocidas las Széchenyi y Gellért, las que se representan en los diversos espacios de la oficina. Junto a ellos, no podía pasar



Img. 17 Elementos de Waterpolo y baños sauna

desapercibido el Water Polo, deporte conocido en Hungría producto de 9 Medallas Olímpicas de Oro, en el cual no solo se representan en algunos elementos y espacios de la oficina (Img. 17), sino también en el representar el espíritu competitivo del deporte a la empresa (Img. 20).

El uso de elementos reciclados, la restauración de mobiliario y otros elementos de los baños termales Húngaros, permitieron realzar el concepto de cada espacio en la oficina y darles un nuevo uso, abaratando costos del proyecto. Igualmente le dieron más vida a la oficina implementando obras de arte de artistas húngaros; Espacios como los saunas, y otros baños termales, usados como espacios para estancias cortas y permiten crear ambientes individuales y colaborativos de trabajo a sus empleados (Img. 18), fueron representados a su máxima expresión, usando maderas, cerámicas y otros materiales para crear el espacio como tal y darle más autenticidad de estar en un spa.

En resumen, la Google Spa Office utiliza en su máxima expresión el conceptualizar la identidad de lo que es la capital húngara, sin olvidar su imagen corporativa en la implementación de sus colores representativos (Img. 19), ofreciendo un espacio cómodo para sus empleados en el cual se sientan más identificados y motivados de pertenecer a Google y a haber crecido en la histórica Bucarest.



Img. 18 Zonas de descanso y trabajo individual



Img. 19 Identidad de marca en el espacio interior



Img. 20 Aplicación gráfica en espacio interior

¹⁹ GRAPHASEL. Google Budapest: Spa Office. [Artículo de Internet]. Tomado de: <http://graphasel.com/portfolio-posts/google-budapest-spa-office/>. Fecha de Consulta: Marzo de 2016

Imgs. 17 a 20 Espacio interior, salas de reuniones y mobiliario del Google Spa Offices, por Graphasel Studio

Hasso Plattner's Institute of Design, by University of Stanford's d.School. California, USA, 2003.²⁰

La multifuncionalidad que ofrece la conjunción de dos elementos como la composición arquitectónica del espacio y el mobiliario que ocupa, pueden ofrecer miles de posibilidades a la hora de hacerlo suyo, y motivar a que docentes y alumnos creen, inventen, armen y desarmen diseños de toda clase, con el propósito de pensar y configurar los conceptos y características del diseño, con el propósito de “crear y compartir las mejores ideas” (Img. 24).

La premisa con la que los mismos diseñadores y arquitectos del Instituto de diseño Hasso Plattner en la universidad Stanford en California, Estados Unidos, pensaron en su campus de estudio, es de crear espacios en los que los estudiantes puedan desarrollar sus habilidades al límite, por medio de laboratorios de carpintería y de prototipos, salones, paredes, mobiliario y hasta pisos (Img. 23); todo denota las palabras: “escribe, dibuja, planea, innova”. Todo elemento está destinado a irradiar creatividad, desde el sistema de paredes movibles y borrrables, muestra de que el espacio se



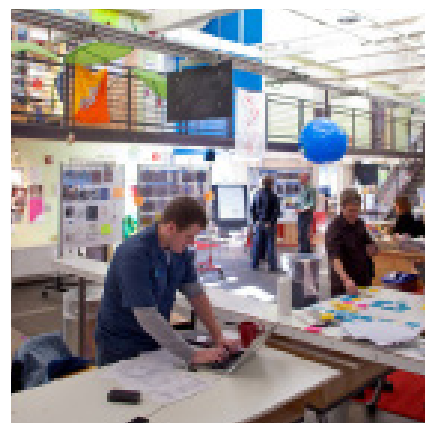
Img. 21 Espacio abierto en el interior del d.School

reforma diariamente.

El instituto Hasso Plattner de Diseño puede ser fácilmente descrito en su totalidad, desde la practicidad de su mobiliario, hasta su arquitectura y distribución de espacios, como una “caja de herramientas” para jóvenes estudiantes que deseen desarrollar su forma de vivir y pensar en diseño. El hecho de que compartas tus ideas con el otro, compartir ideas y creaciones de lo que habrá, gracias a la versatilidad de su mobiliario y espacio arquitectónico (Imgs. 22-25), exhibido a todos sus estudiantes y maestros que viven este instituto, permite compartir, seguir creciendo y desarrollarse en el pensamiento creativo de este instituto: “En esencia, este espacio no es un punto final, es un punto de partida”.



Img. 22 Grupos de estudio y Lluvia de ideas



Img. 23 Salones y talleres del Instituto

²⁰ TISCHLER, Linda. *The Idea Lab: A look at Stanford's d.School.* [Artículo de Internet]. Tomado de: <http://www.fastcompany.com/1637759/idea-lab-look-stanford-d-school/1>. Fecha de Consulta: Marzo de 2016

“En esencia, este espacio no es un punto final, es un punto de partida...”

George Kembel, Director de la escuela de diseño de Hasso Plattner



Img. 24 Espacios para conversar y compartir ideas



Img. 25 Paredes multiusos en los salones

**Oficinas generales de Bancolombia
by Interior Architects. Medellín,
Colombia, 2009.**²¹

Tener un espacio que albergue a uno de los mayores volúmenes de empleados de la empresa colombiana Bancolombia, localizada en Medellín, y darle a ese mismo espacio un **sentido de identidad y orgullo** no solo a sus empleados, sino también de **distinguir el camino innovador que lleva en el momento la ciudad**, llevó a que Bancolombia creara sus Oficinas Generales de su grupo empresarial, y para eso, quiso contar que desde su concepción y fundación arquitectónica, hasta su diseño interior, fueran tan competentes como las oficinas de cualquier gran empresa del mundo.

La compañía neoyorquina **Interior Architects (IA)**, constructora del proyecto, tuvo como principio el compromiso que tiene Bancolombia con el bienestar de sus empleados, con **5 sectores por piso que incluyen oficinas modulares, privadas, sectores de copiado, cafetería, lounge, salas de reuniones y cuartos técnicos**. Conjugando lo público y privado en sus áreas de concentración individual, módulos laborales y espacios colaborativos modulares, los empleados pueden optar por un modo de trabajo individual o en equipo (Img. 29).

La distribución de sus pasillos principales en la periferia permite que la luz natural entre con mayor fuerza al interior, permitiendo una **mejor economía y eficiencia de la luz artificial**

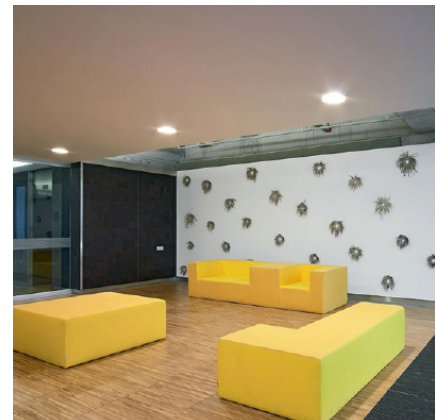
²¹ INTERIOR ARCHITECTS. Project: Bancolombia Headquarters, Medellín, Colombia. [Artículo de Internet]. Tomado de: <http://www.interiorarchitects.com/main/featured/bancolombia/>. Fecha de Consulta: Marzo de 2016



Img. 26 Impacto de luz natural en la oficina

(Img. 26). Todo el edificio en su concepción gira en torno a sus empleados. Con un piso dedicado enteramente a espacios no laborales, es decir, **amenidades**: Restaurantes, spa, zonas de descanso, gimnasio, solárium y consultorios médicos (Img. 30).

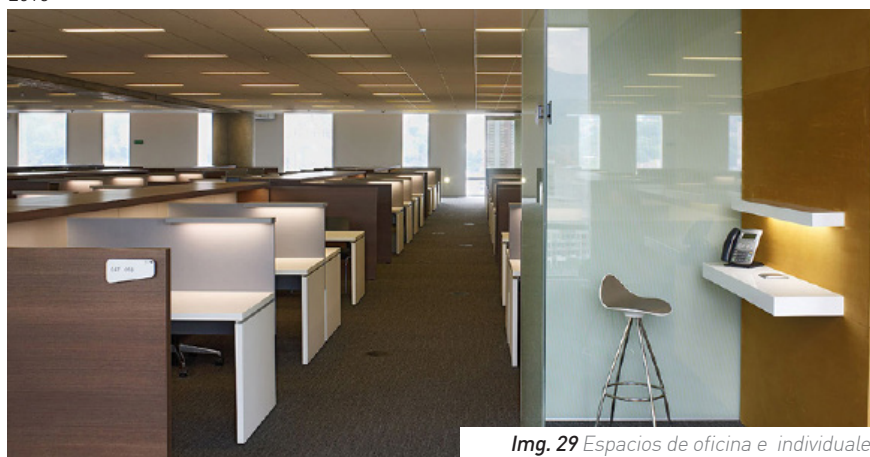
Con un enfoque en el empleado y de su cliente en la concepción de su espacio interior, y el bienestar de ambos, es fácil entender por qué las Oficinas Generales del Grupo Bancolombia son consideradas un **símbolo de orgullo**, no solo de la ciudad de Medellín, sino de la misma empresa, y referente en Suramérica en cuanto a concepción y diseño, incluyendo premios internacionales como el **CoreNet Global Innovator's Award en 2009**. Buscando en el concepto del bienestar, Bancolombia ha logrado crear una oficina integra en todo sentido, conjugando la personalización y la diversidad en su equipo mobiliario, consiguió que sus empleados puedan personalizar y sentirse más cómodos para poder ejercer más efectivamente su labor.



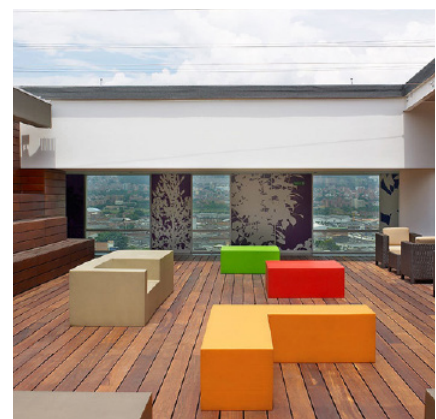
Img. 27 Salas de espera



Img. 28 Transparencias en salas de reuniones



Img. 29 Espacios de oficina e individuales



Img. 30 Solarium y espacios de descanso

Miradas y Percepciones: El espacio de Trabajo como Trabajo Vivido

Como se ha observado en el transcurso en este capítulo, concebir una oficina no solo requiere de conocer y proveer de mobiliario o equipo de última tecnología, requiere conocer al cliente, la empresa, y más importante, **conocer al empleado**, ya que este es el que va a vivir la oficina, a habitarla, y es en este momento en que se extiende el panorama a no solo ofrecer un mobiliario específico, sino **ofrecer un ambiente de oficina que pueda satisfacer completamente sus necesidades**, de conectarse con sus compañeros, con sus jefes de departamento; ofrecer un espacio en donde pueda relajarse y desconectarse un poco de su labor, al igual que espacios en donde permitan enfocarse al máximo en lo que necesite hacer, aparte de su espacio de oficina.

La versatilidad de poderle ofrecer diversas formas de ser efectivo al trabajador, mientras se motivan sus valores y aprecio por la empresa a la que trabaja, se convierten en factores que determinan el éxito de un proyecto de interiorismo de oficina.



Img. 31 Espacio de concentración "Sauna" en Google Spa Office



Img. 32 Salón de nube de ideas en Hasso Plattner's Institute of Design



Img. 33 Salón de reuniones del Pabellón rojo en Oficinas Grupo Bancolombia



Img. 34 Oficinas Principales de Grupo Éxito en el Municipio de Envigado

CAPÍTULO 4

La vivencia del cliente:

Departamento de Mercadeo del Grupo Éxito

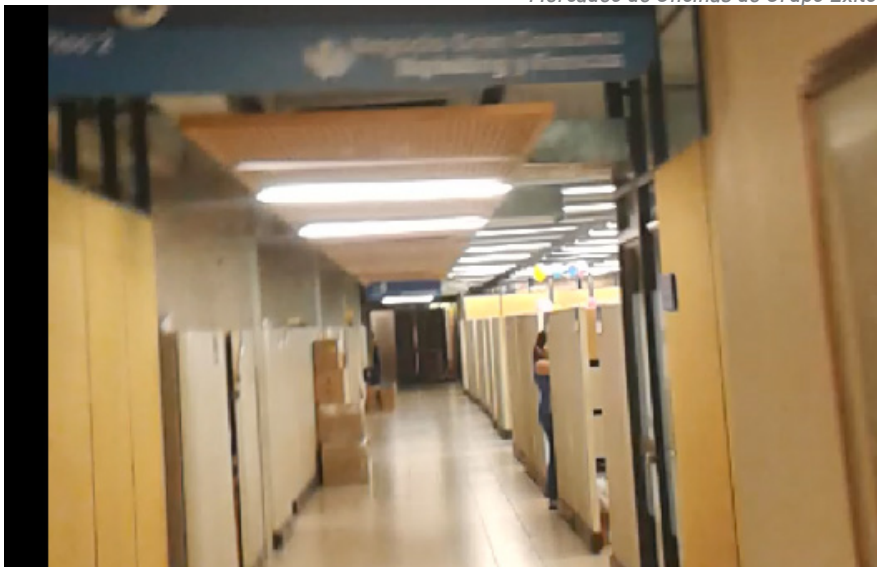
Comprender la arquitectura de los espacios de oficina de una empresa en su estado actual, es un componente importante en la proposición de un espacio laboral que cumpla con una identidad y propósito, en especial para detectar factores u elementos que pueden resultar determinantes al momento de crear una solución que permita optimizar el trabajo de los empleados que representan la empresa.

Con este objetivo en mente, se plantea utilizar una investigación descriptiva a partir de un Trabajo de Campo en el mismo espacio en donde se propondrá el proyecto final de éste módulo, las oficinas del Área de Mercadeo del Grupo Éxito, ubicadas en el Municipio de Envigado, Antioquia. Conociendo sus instalaciones y el estado de las mismas en la actualidad, se buscará registrar, por medio de fotografías y anotaciones tomadas en el sitio, de detectar variables

y puntos críticos que intervienen de alguna manera, en el espacio de trabajo de los empleados; éstos son, los aspectos generales de una oficina: Columnas, cielos, pisos, iluminación, espacios de oficina, estado de mobiliario, usos del espacio de trabajo, almacenamiento, red contra incendios y calefacción.

También se hará una caracterización del cliente o usuario final de estos espacios, los empleados del Área de Mercadeo de Grupo Éxito y sus modos de trabajo, a partir de la jerarquización de los departamentos que componen este grupo de trabajadores, y detectar los modos de trabajo y conexión entre los departamentos que conforman todo el equipo de Mercadeo, para tener en cuenta en la creación y distribución de sus nuevos espacios de trabajo.

Img. 35 Calle interior de Departamento de Mercadeo de Oficinas de Grupo Éxito



El cliente: Personal del Área de Mercadeo del Grupo Éxito

Entre el personal que está a cargo de manejar el grupo éxito, se encuentra el **Área de Mercadeo**, la cual, como su nombre lo indica, es la encargada del **Mercadeo de todas las marcas que componen el Grupo Éxito**, y la de tener un buen canal comunicativo de **Marca-Cliente**, para poder transmitir una apropiada **identidad de marca** que quede recordada como imagen por parte de sus clientes actuales y a los que dichas marcas están dirigidas.

De acuerdo a los datos amablemente suministrados por la **Analista de Activación Comercial del Grupo de Mercadeo del Grupo Éxito**, Elisa Maya Sierra, esta área está compuesta de diferentes departamentos, los cuales tienen dirigidos diferentes funciones que se desarrollan en Mercadeo, las cuales son:

- Investigación de Mercados
- Activación y publicidad
- Conocimientos del Cliente
- Fidelización
- Impresos
- Mercado relacional
- Mercadeo y Espacios Comerciales.

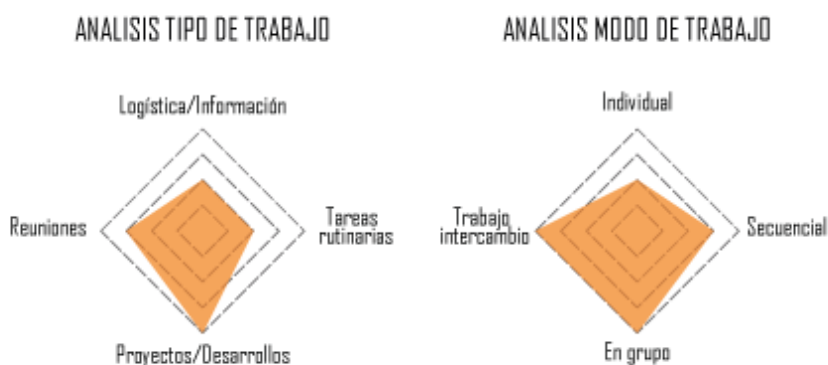
Como podemos observar, cada departamento ocupa una función pero son complementarios uno del otro, esto implica un **canal comunicativo abierto y vinculado en cada departamento para crear propuestas atractivas tanto en promoción de su marca, como impacto en retail**, como se ha comprobado con la implementación de su método Omnicanal, y sus campañas constantes en medios de comunicación masivos, sea televisión, radio o redes sociales e internet, logrando así un factor diferenciador con su competencia.

En el Área de Mercadeo, el grupo Éxito cuenta con aproximadamente entre **67 y 80 personas**, y buscando expandirse a futuro. Este grupo de personas tienen un **rango de edad entre los 27 y 30 años**, una generación joven que ha sabido llevar con creatividad y orgullo por lo que representan, una buena identidad de marca del Grupo Éxito y su conglomerado de sub-marcas que la conforman. Estas personas tienen entonces, además de su función específica en el espacio de trabajo, **reflejada en su tipo y modo de laborar** (Img. 36), diferentes objetivos o metas para alcanzarlos, que serían: **Efectuar un buen trabajo en equipo, mantener un espacio limpio y sin distracciones, mantener la concentración en todo momento y asegurarse de entregar efectivamente los resultados esperados, y por sobre todo, representar a su marca en todo momento.**

Acercamiento al espacio: Visita a las oficinas de Grupo Éxito

Conociendo un poco acerca del área de mercadeo del grupo éxito y de los empleados que la componen, ahora se hará observación acerca del **entorno en el que trabajan**. Para esto, se tuvo una visita en **Julio 25 de 2015 a las oficinas de Grupo Éxito, en Envigado, Antioquia**, para observar de primera mano cuáles son las disposiciones de trabajo que tiene el Área de Mercadeo de Grupo Éxito. Estas oficinas del Área de Mercadeo, están ubicadas en el **segundo piso** de sus oficinas generales, y están actualmente organizados arbitrariamente en la distribución de oficinas que se ve en la imagen 37.

Img. 36 Gráfico estimado de la forma de trabajo del empleado del dpto. de Mercadeo



Img. 37 Planos del dpto. de Mercadeo en las oficinas de Grupo Éxito



Por medio de registros fotográficos y video, se pudieron observar y registrar las condiciones de trabajo de los empleados del Área de mercadeo y sus alrededores. Por condiciones de no perjudicar en su trabajo y la disponibilidad de la oficina, se prefirió hacerse un día Sábado a las 11 de la mañana, en donde en ese día no se labora en la oficina, para así tener un mejor acercamiento a el equipo de oficina, mobiliario, distribución y por sobre todo, registro de los usos que se le dan a los objetos y su arquitectura en el espacio.

Diagnóstico: Observaciones de las oficinas del Área de Mercadeo

Por lo que se pudo observar en la visita a las oficinas, hay algunos factores de tipo arquitectónico y de mobiliario a tener en cuenta:

El material arquitectónico(Img. 38), es decir, columnas y cielo en concreto y paredes en ladrillo están descubiertos, esto se refiere a que se puede ver en sus colores naturales, al igual que las tuberías de conexiones eléctricas, difusores de agua contra incendios, ductos de ventilación y sensores.

Respecto la iluminación(Img. 39-40), maneja una distribución vertical uniforme en todo el piso, pero esto crea inconsistencias en el lugar de trabajo; si bien hay una iluminación uniforme, esta misma no prueba ser energéticamente eficiente, debido a que hay espacios en los que no se necesita de la iluminación, gracias a las ventanas que hay en ambos lados de norte a sur de la oficina.

Respecto al piso(Img. 40), por ser de tipo reflectivo, liso y duro, puede afectar el modo de trabajo de las personas, puesto que por un lado, el reflejo de la iluminación causa ruido y malestar en los trabajadores, y la irregularidad en las juntas de los pisos puede ocasionar accidentes y tropiezos entre los empleados de la empresa.

Respecto a la acústica(Img. 39), los únicos elementos que podrían ayudar a reducir el volumen de ruido son unos paneles de madera perforada, que están ubicados en los espacios vacíos de la oficina, los cuales no están cubriendo con cabalidad la función de acústica y absorción de sonido de los espacios de trabajo en donde están ubicados.

Para el mobiliario que se utilizan en estos momentos, son oficinas tipo “cubículo” (Img. 41), las cuales, al tener ya limitados aspectos como alturas, materiales y distribución de las oficinas respecto a espacio disponible para escritorios y sillas de trabajo de los empleados, se limita la movilidad de los empleados, y al mismo tiempo, los limita de poder tener un mejor flujo de comunicación por el volumen de equipo mobiliario que se presenta.

En el almacenamiento se presentan inconvenientes al observar una gran densidad de productos relacionados que deben promocionar y mostrar para las diferentes marcas que se manejan en retail (Img. 42). Al tenerlos guardados en la poca cantidad de entrepaños que se les distribuyen en los cubículos de trabajo, encontramos alta densidad de productos hasta llegar a ponerlos en los pasillos y calles en donde se movilizan los empleados, obstaculizando el movimiento y aumentando el riesgo de tropezones de los mismos.

Un detalle muy importante es que las conexiones son muy pocas para tantos equipos de trabajo y computadores en la oficina, donde se encuentran conexiones con muchas extensiones y muy pegadas entre sí, provocando que en algún momento pueda causar algún accidente eléctrico, o peor un incendio.

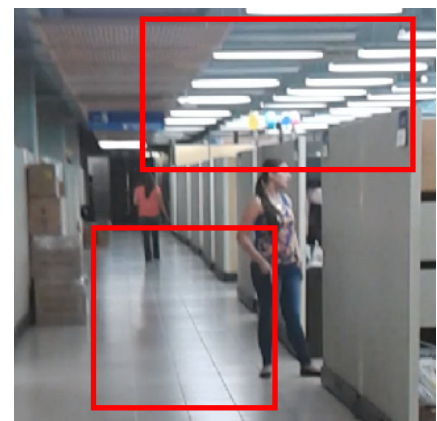
Respecto a espacios designados para diversas funciones de trabajo, como lo son **espacios de trabajo colaborativo entre diversos departamentos** (Imgs.43 y 44),



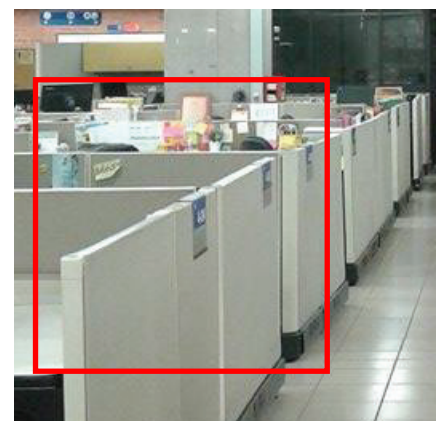
Img. 38 Detalle de columnas descubiertas



Img. 39 Detalle de cielos e iluminación



Img. 40 Calle interior entre departamentos



Img. 41 Módulos de trabajo bajos

se encuentran en los extremos, haciendo muy inefectiva la movilidad, además de que sólo se designan dos cubículos pequeños como espacios colaborativos, y sin la tecnología suficiente para tener una mejor y más efectiva labor de equipo de trabajo. En este mismo ámbito se encuentran espacios de oficina que tienen el mismo espacio de trabajo que los otros, pero que agregan mesas para reuniones, haciendo inefectiva la movilidad.

También hay ausentes espacios críticos de amenidades y de utilidad para los empleados, en donde puedan descansar y relajarse por un breve momento, y encontrar un mejor espacio para concentrarse en su propio trabajo, e igualmente zonas en donde puedan sacar documentos e impresiones de una forma mucho más tranquila sin tener que hacer filas para sacar la impresión que el empleado de la oficina necesita.

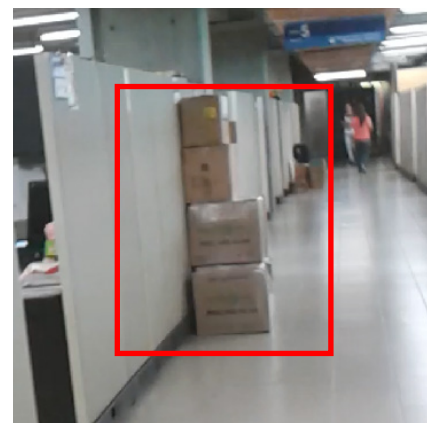
Área de Mercadeo de Grupo Éxito: Buscando una identidad

Como se ha expuesto en este capítulo, las oficinas del Área de Mercadeo del Grupo Éxito han sufrido muchos cambios, pero el más importante es que no están adaptadas a las necesidades de la generación de empleados que en este momento maneja. Si bien estas oficinas no han tenido muchos cambios desde la fundación de su edificio, se requieren de cambios en su equipo de mobiliario, distribución de disposición de iluminación y sensores de seguridad para permitir oficinas abiertas que faciliten el trabajo de equipo entre los empleados, ya que la dinámica principal del Área de Mercadeo es justamente la interacción constante y fluida entre los empleados de los diferentes departamentos que conforman el área.

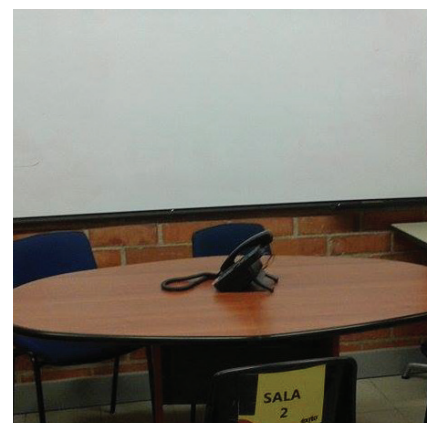
Proveer de espacios y mobiliario amplios, adaptables al tiempo y a las necesidades de sus empleados, al igual de proveer de espacios con funcionalidades que permitan la implementación de la tecnología a favor

de la labor de los empleados, permitir la conexión y el compartir entre ellos la información necesaria, sin importar que está en una zona de descanso que permitan fluir mejor las ideas y la creatividad, o dentro de espacios que permitan la máxima concentración individual, sin interrumpir el trabajo de los demás, permitir un trabajo fluido e ininterrumpido para los usuarios primordiales de las oficinas: el empleado.

Pero sobre todo, que la oficina vuelva a convertirse en un espacio seguro y que llene de orgullo a aquellos que trabajen allí. El aspecto que menos se ha sentido es el alma de la empresa, Grupo Éxito, impreso en los espacios y que llene de motivación a los empleados trabajar en este nuevo espacio (Img. 45), ya que de esta manera ellos llevarán la identidad de Grupo Éxito y de todo lo que representan tanto dentro como por fuera de donde vayan.



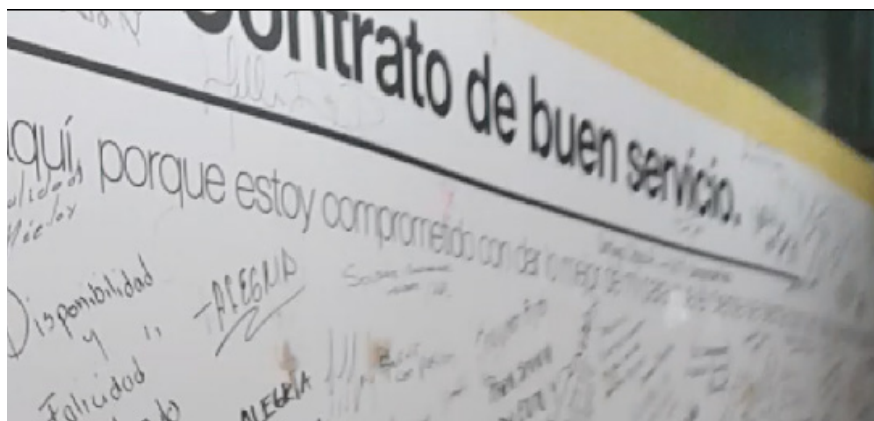
Img. 42 Cajas en las calles de tránsito



Img. 43 Espacios colaborativos



Img. 44 Distribución de mobiliario en la oficina



Img. 45 Mural "Contrato al Buen Servicio" al interior del Departamento de Mercadeo



Img. 46 Render general del proyecto, donde se aprecian espacios de descanso, espacios colaborativos improvisados, y los puestos de trabajo.

empleados en su medio, que a la medida que adquieran experiencia en su área, adquieran la identidad de la empresa y puedan proyectar una imagen adecuada de la misma a sus clientes.

De eso se trata el concepto “Creciendo Contigo”, en cual consiste en el crecimiento de la marca y sus empleados para ampliar el mercado, robustecerse como área y posicionar la marca para que sea la primera opción del cliente. Igualmente, significa crear un espacio que genere impacto, dinamismo, conexión y genere un equilibrio entre su función como ofrecer un espacio funcional y adaptable a sus necesidades, sin olvidar la imagen de la empresa que representan, Grupo Éxito.

Se propone fundamentar la propuesta con el principio de que la oficina siga creciendo con sus empleados que la habitan, convirtiendo la oficina en una herramienta que expanda la filosofía de la empresa y el dinamismo, fundamentando el trabajo colaborativo entre las áreas de trabajo. El grupo éxito podría a futuro expandir el número de sus empleados, por lo que se propone que el mobiliario y los espacios tengan la capacidad de crecer y adaptarse a sus empleados. Asimismo, las formas y colores aplicados generen un aspecto fresco y agradable que permita identificarse con la empresa a la que trabajan.

Img. 47 Render en perspectiva de la propuesta de oficinas.

CAPÍTULO 5

Creciendo Contigo: Espacios de Identidad y Orgullo

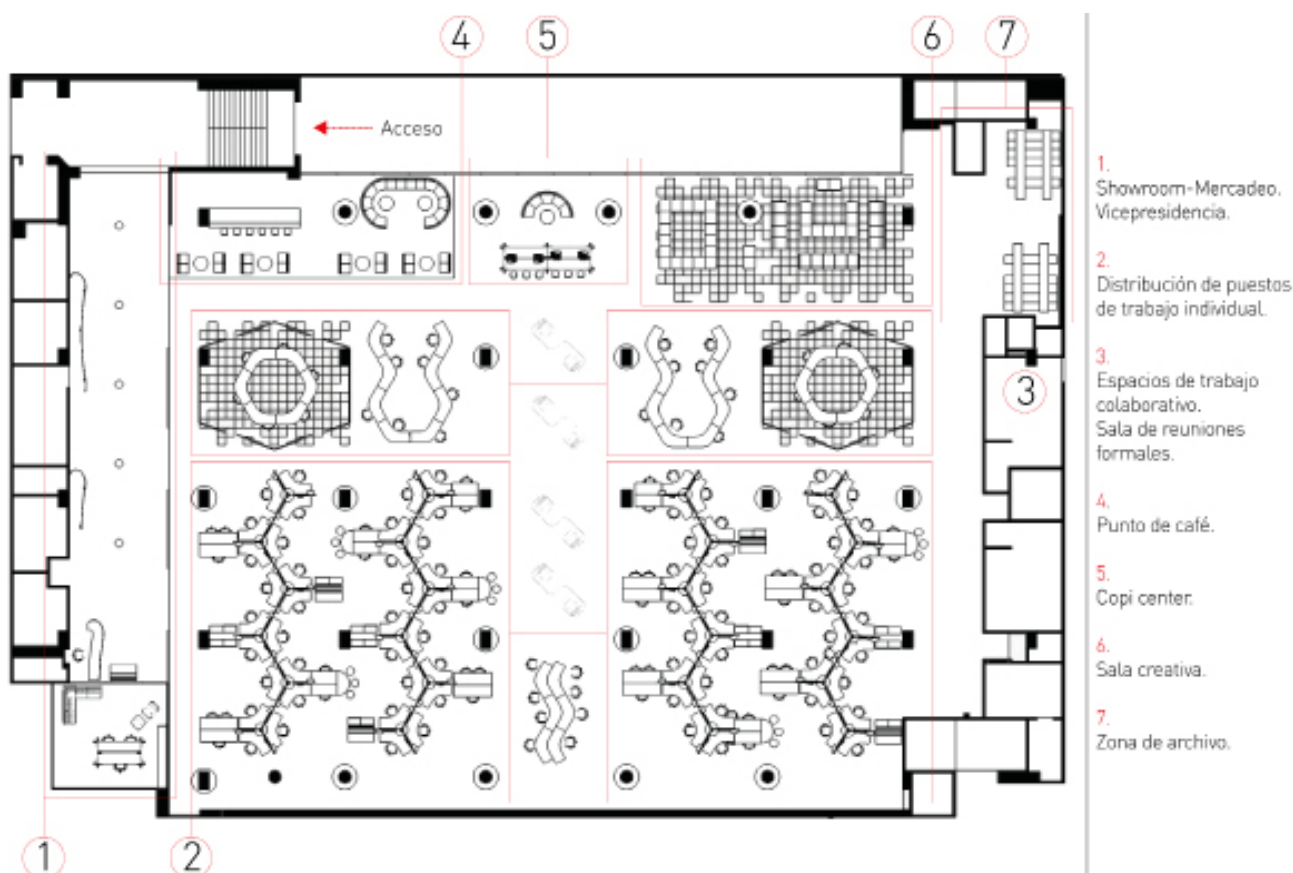
Crear espacios con identidad propia y que se perciba el espíritu de aquellos empleados que trabajan en ella, es uno de los primeros objetivos de las oficinas de trabajo actuales, y que permitan diferentes formas de personalizar y de realizar el trabajo al que se le fue asignado, no encasillar a las personas a hacerlo de una sola manera, cuando por instinto, todos los humanos podemos hacer la misma tarea, pero de diferentes maneras.

Para las Oficinas del Área de Mercadeo de Grupo Éxito, se trata igualmente de crear una oficina que responda a las diferentes formas de trabajo que se presenta en los empleados jóvenes que se encuentran hoy y que en un futuro cercano, trabajarán para la empresa, y fomentar el espíritu del servicio al otro y el trabajo en equipo, cualidades principales que se encuentran en la filosofía del Grupo Éxito.

Creciendo Contigo: Concepto y características de la propuesta

Permitir que en una oficina, con Las características que tiene la oficina del área de mercadeo de grupo éxito, pueda ser un espacio que promueva el crecimiento y progreso de su empleado, no sólo en términos del rendimiento de la empresa en el Mercado de Retail, sino en el crecimiento personal y profesional de sus





Img. 48 Plano General propuesto de la oficina

Distribución de los espacios

Para la nueva propuesta de oficina, se plantean nuevos espacios que extienden la funcionalidad que antes se veía restringida por el mobiliario y su distribución uniforme, proponiendo a su vez versatilidad para poder fácilmente ser cambiada de ubicación conforme el cliente requiera necesarios a futuro extender el número de módulos de oficinas. Estos espacios son, a continuación:

1-Showroom de Área de Mercadeo: Este espacio es el que actúa de recepción a los visitantes, empleados y a todo el que pertenezca a esta área, y en él se pretende crear una línea de historia con los logros y distinciones que ha tenido a lo largo de su historia el Área de Mercadeo, al igual que las campañas actuales y planes a futuro que tengan en el momento.

2-Zonas de trabajo: Los espacios de trabajos individuales de cada departamento, de empleados y jefes, cuentan con zonas

de almacenamiento en sus cercanías para los productos y material de trabajo que se necesiten almacenar.

3-Espacios de concentración: Módulos de trabajo individuales, para cuando algún empleado necesita tomarse un tiempo para estar solo y enfocarse en el trabajo asignado, sin interrupción alguna.

Salas de reuniones y talleres colaborativos: Los espacios de reunión de trabajo y juntas ejecutivas con clientes, los espacios permiten la personalización del modo de reunirse, número de mesas y sillas, de acuerdo a la necesidad que se tenga en el momento.

4-Cafetería: Un espacio para descansar y tomar café o algún refrigerio, reunirse con los compañeros del trabajo y dispersarse un poco del estrés de oficina.

5-Copy Center: Espacio destinado al área de impresión y fotocopiado de documentos e impresos de formatos de prueba de empaques de productos y

promociones, además de mesas para poder interactuar y crear prototipos de empaques para la venta de productos de las marcas asociadas al grupo éxito.

6-Sala creativa: Un espacio de concentración y de esparcimiento creativo, aquí se encontrará con objetos que se permiten modular y acomodarse a gusto y concentrarse en el trabajo, permite descansar y dejar que las ideas fluyan a la mente.

Archivo: Zona de archivadores de trabajos pasados acumulados de los diferentes departamentos del área de mercadeo.

Con esta nueva propuesta de espacios, se crean nuevas formas de poder aprovechar mejor las funciones y características que da el espacio físico interno del edificio al máximo, al mismo tiempo que proveer mejor de equipo y herramientas a los empleados para ejercer mejor y más cómodamente su trabajo. Para poder fundamentar el trabajo colaborativo, se

propone un nuevo espacio de trabajo de los empleados y en especial, de los jefes de cada uno de los 7 departamentos que conforman el área de mercadeo, **mucho más cercanos a su área, y conectados con los empleados de otras áreas**; a esto se le reforzará creando dos salas de reuniones y de trabajo colaborativo, unas cerca a los mismos puestos de trabajo, **para tratar temas que involucren pequeños numeros de empleados de diferentes áreas de trabajo**; y de gran escala, en las que se puedan tratar reuniones o talleres que requieran de un número importante de empleados, además de recibir a posibles clientes.

Igualmente se propone crear espacios de amenidades, esparcimiento y descanso, que son la sala creativa y la cafetería, ambos bañados con luz natural que cae desde las ventanas del sector norte de la oficina, estos para incentivar la creatividad, descansar

y **desconectarse por un momento del estrés normal de trabajo**, y poder relajarse; igualmente se proponen espacios utilitarios para la oficina como el copy center, que permitan imprimir trabajos e impresos necesarios para los empleados y poder manipularse en el mismo espacio.

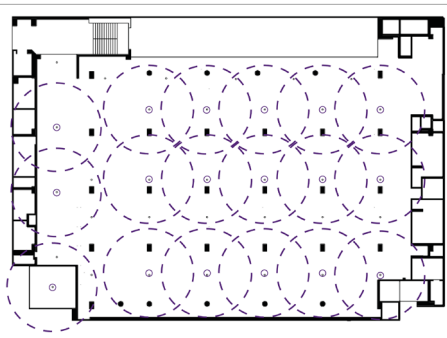
Aspectos Técnicos

Un aspecto importante son los aspectos técnicos que permite la nueva distribución: **con la implementación de un cielo falso y de piso elevado, se pueden mejorar considerablemente las condiciones de seguridad que no se tenían en la previas distribuciones de la oficina**, ya que las conexiones eléctricas y aire acondicionado se pueden distribuir debajo y por lo largo de un piso elevado, y permite una fácil interacción y mantenimiento de los pisos; mientras que en el cielo falso se pueden cubrir las tuberías de las otras conexiones,

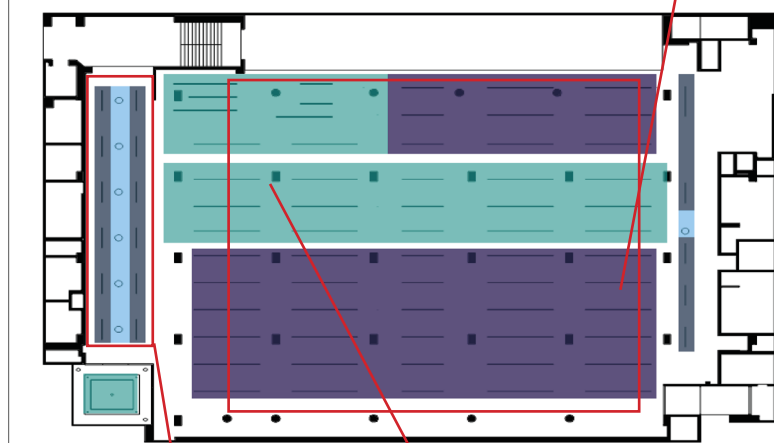
como los sprinklers, los sensores de humo y cámaras de seguridad, e implementar **cielo falso perforado junto con espuma acústica para reducir los niveles de ruido que ocasionan el trabajo diario en los diferentes puestos de trabajo**.

Con la iluminación iGuzzini, se busca crear diferentes ambientes y sensaciones, **sin perjudicar una visión de ruidos y sombras en el espacio de trabajo**, mientras se crean ambientes más acogedores en espacios de mas esparcimiento social como la cafetería, la zona creativa y el hall de recepción.

"Crear diferentes ambientes y sensaciones, sin perjudicar al trabajador con ruidos y sombras en el espacio de trabajo"



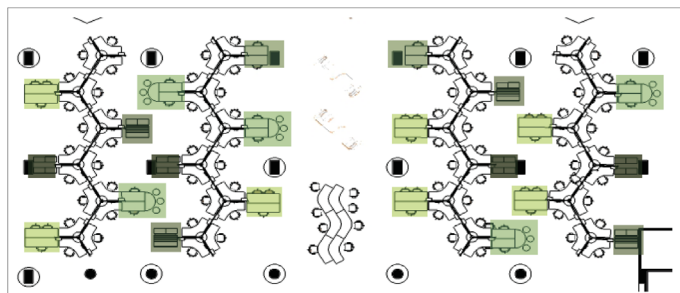
Img. 49 Plano de ubicación de sensores de calor y Sprinklers de agua



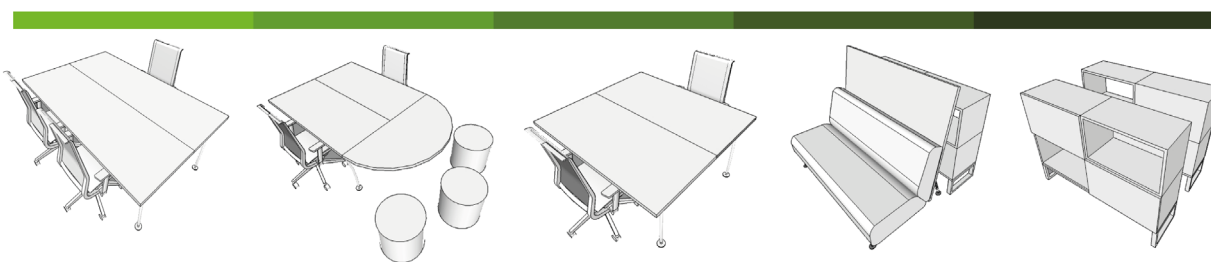
Img. 50 Plano de distribución de luminaria iGuzzini en las oficinas, junto con ambientes esperados a conseguir, determinados por cálidas y frías (en espacios de oficina, a la derecha), y de enfoque y baño de luces (en Hall de recepción, a la izquierda)



PUESTOS DE TRABAJO



PUESTOS DE APOYO



SISTEMA
RESOLVE
Herman Miller

SISTEMA
RESOLVE
Herman Miller

SISTEMA
RESOLVE
Herman Miller

BIX
Steelcase
Unidades: 4

SIS. MOD.
ALMACENAJE
Vitra

Jefaturas. Escritorios con interlocutores.

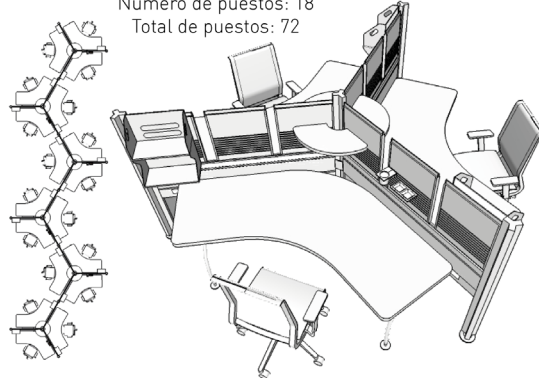
Reuniones departamenta-

Mesa de trabajo.

Sofa + Depósito.

Depósito.

SISTEMA RESOLVE. Herman
Miller
Grupos: 4
Número de puestos: 18
Total de puestos: 72



Detalle de Mobiliarios

Los mobiliarios asignados para esta propuesta están pensados bajo los conceptos de “orgánico” y su “modularidad”, ya que la misma dirección de la oficina pueda tener la libertad de poder agregar más de puestos de trabajo, y modificar la distribución del espacio de zona de trabajo de acuerdo a las necesidades y capacidad actuales; además, estas propuestas de mobiliario pueden acoplarse entre sí y permiten una mejor personalización del entorno de trabajo para los trabajadores, ofreciendo a cada empleado una forma única de trabajar.

Por estas características, se encontró que el sistema de módulo de trabajo Resolve, de Herman Miller, se adecua perfectamente a la necesidad: además de poder conectar varios módulos de trabajo permite, con la adición de accesorios, pequeños espacios colaborativos, y otros espacios personalizados, de poder crear

una red o articulación entre todos los trabajadores, que tengan una mejor conexión entre ellos mismos y los miembros de otros departamentos. Este sistema Resolve se complementará con sistemas de almacenamiento Vitra y sistemas de micro-espacios colaborativos media:scape de Steelcase, para facilitar momentos espontáneos de espacios de trabajo en equipo y almacenamiento constante para los trabajadores.

El sistema Resolve, permite adquirirse cada pieza por separado, para adecuar el espacio de trabajo que se necesite, por eso se plantea el escritorio que maneja el sistema modular de trabajo para crear los espacios de trabajo colaborativo y salas de reuniones, que permiten adecuar el espacio de acuerdo a las necesidades que se tengan en el momento, e igualmente pensando a futuro, ya que estos escritorios se permitirán ser usados como nuevos puestos de trabajo que se acoplarán a los ya existentes.

Img. 51 Distribución del sistema Resolve y sus extensiones en los puestos de trabajo

Respecto a la zona creativa, se quería compartir la misma función de adaptabilidad y modulación que tienen los mobiliarios en los espacios de oficina, pero que ofrecieran los mismos grados de comodidad y confort. Los asientos y sofás “Múltiplo” del equipo de diseño HEYTEAM²², es un concepto de mobiliario que permite tomar diferentes formas de personalizar un mismo objeto, permitiendo diferentes posturas y comportamientos, no solo de esparcimiento

²² HEYTEAM. MÚLTIPLO: Modular Furniture. [Sitio Web]. Tomado de: <http://www.heyteam.it/>



Img. 52-53 Mobiliario modular conceptual “Múltiplo” por HEYTEAM



Img. 54 Mobiliario personal de oficina Brody, de Steelcase

social, sino también como espacio para el pensamiento, meditación y concentración. Igualmente, para tener espacios de alta concentración y privacidad individual para el trabajador, se ha propuesto el mobiliario Brody de Steelcase (Img. 54), el cual provee de todas las comodidades, conexiones rápidas para dispositivos y mantenerse conectado con los demás compañeros de trabajo, pero lo más importante: provee de un espacio tranquilo, cómodo y privado, en donde el trabajador puede ejercer su trabajo o tener un momento de relajación con la mayor privacidad posible, sin salirse de la oficina.

Detalles de Columnas

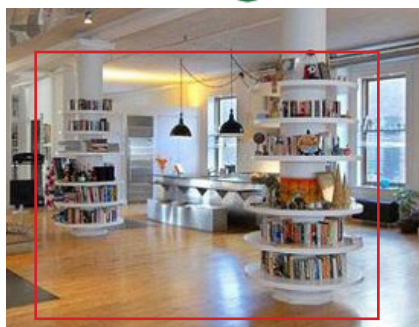
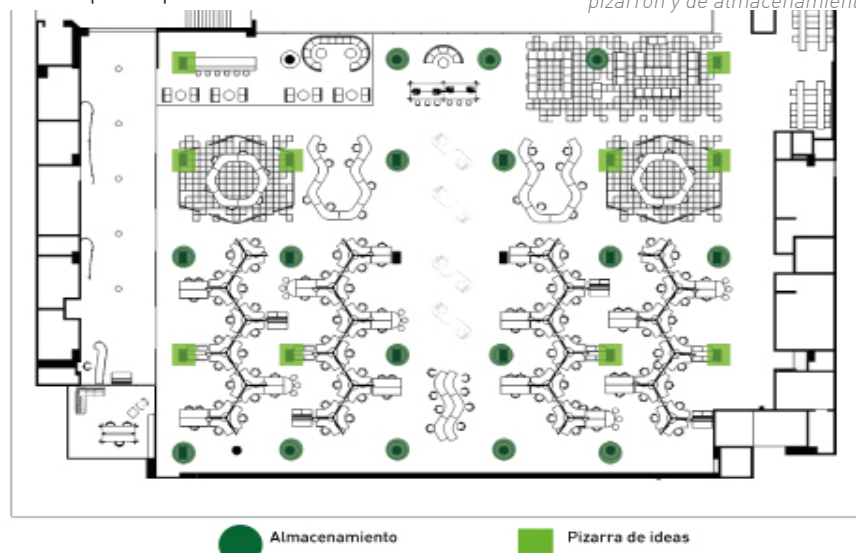
Como un espacio arquitectónico, las columnas que se encuentran en el espacio físico de la oficina (Img. 55), cumplen un papel fundamental de estructura, pero se plantea que tengan una mejor funcionalidad, por medio de tener en estas columnas entrepaños en los que se pueda tener espacios de almacenamiento, y muros en los que los empleados puedan personalizar, escribir y tener mensajes de motivación o información acerca de las tareas para hacer, permitiendo una mejor dinámica con los trabajadores en términos de asignación de tareas y motivación.

Su ubicación y distribución en el espacio de oficinas se pensó, para tener espacios en donde los departamentos necesitan de tener información rápida a la mano para compartir entre sí, que no provenga necesariamente del puesto de trabajo, y espacios extra de almacenamiento para sus productos y empaques. Así, en cada área y espacio de la oficina se pueda aprovechar al máximo de la

"Obtener de las mismas características del espacio arquitectónico de la oficina, diferentes formas de almacenar productos, crear e idear en el trabajo para compartir, no solamente desde el mismo puesto de trabajo."

arquitectura que provee el mismo edificio en donde se encuentra.

Img. 55 Distribución de las columnas pizarrón y de almacenamiento



Pisos, Cielos y Suelos

Para poder tener un mejor acceso a las conexiones de los puestos de trabajo, sin congestionar el techo, se propuso un piso técnico para poder pasar los cableados y aire acondicionado, cubiertos con piso de alfombra en la zona de oficinas, y madera laminada en la cafetería y Hall de recepción, esto para crear diversos ambientes, entre los mas sociales/lúdicos como la cafetería, y los mas privados que son los puestos de trabajo.

Con un piso de alfombra, en este caso de la colección QUADRUS, de Milliken, se previene de rebotar las luces de las luminarias como ocurría antes con los pisos de porcelanato, además de proveer

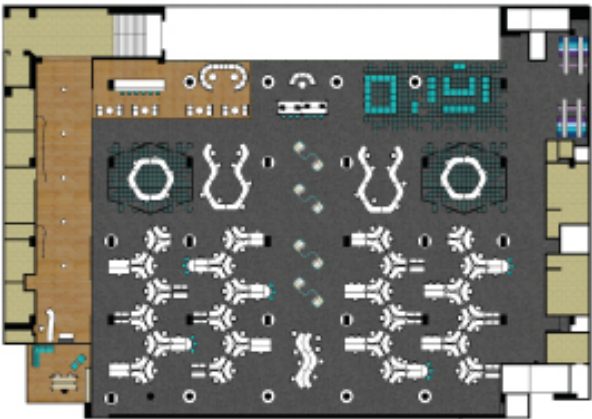
un ambiente sobrio y que no distrae la vista, mientras mantiene un tono de sofisticación. Para el piso de madera Durafloor Lucerna, se crea un ambiente más cálido, hogareño y propicio para el descanso y amenidad entre trabajadores.

Para los techos, se propuso drywall blanco, esto para mantener un techo de oficina más perforado para proveer en su interior de espuma acústica, que permita reducir la cantidad de ruido que pueda generar la oficina, y visualmente tener un ambiente neutro más institucional y moderno.

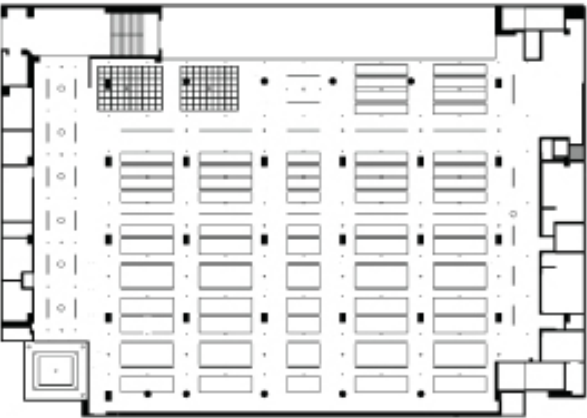


Img. 56 Render de la cafetería, en donde se evidencian los cambios de pisos y techos y ambientes

PLANTA DE PISOS

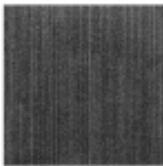


PLANTA GENERAL DE CIELOS



Durafloor
Producto: piso laminado

UNIQUE. Lucerna.
Acceso
Punto de café
Pasillo galería
Vicepresidencia



Milliken & Company - Producto: alfombra.
QUADRUS. Gravity. Modular.

Referencia 1
GRA119-27 Streamline
50 x 50 cm
Color: gris

Puestos de trabajo individual
Colaborativos
Copi center



Referencia 2
GRA73-27 Jettison
50 x 50 cm
Color: Celeste

Sala de reuniones formales
Sala creativa



Madera perforada
Punto de café



Drywall perforado/Normal
Puestos de trabajo individual
Espacios de trabajo colaborativo
Sala creativa



Img. 57 Planos de distribución de pisos y techos

Renders y cortes de la oficina

A continuación encontrará los renders y cortes arquitectónicos, que reflejan mejor los diferentes ambientes y momentos que se esperan reflejar en la oficina.



Img. 58 Hall de recepción de la oficina



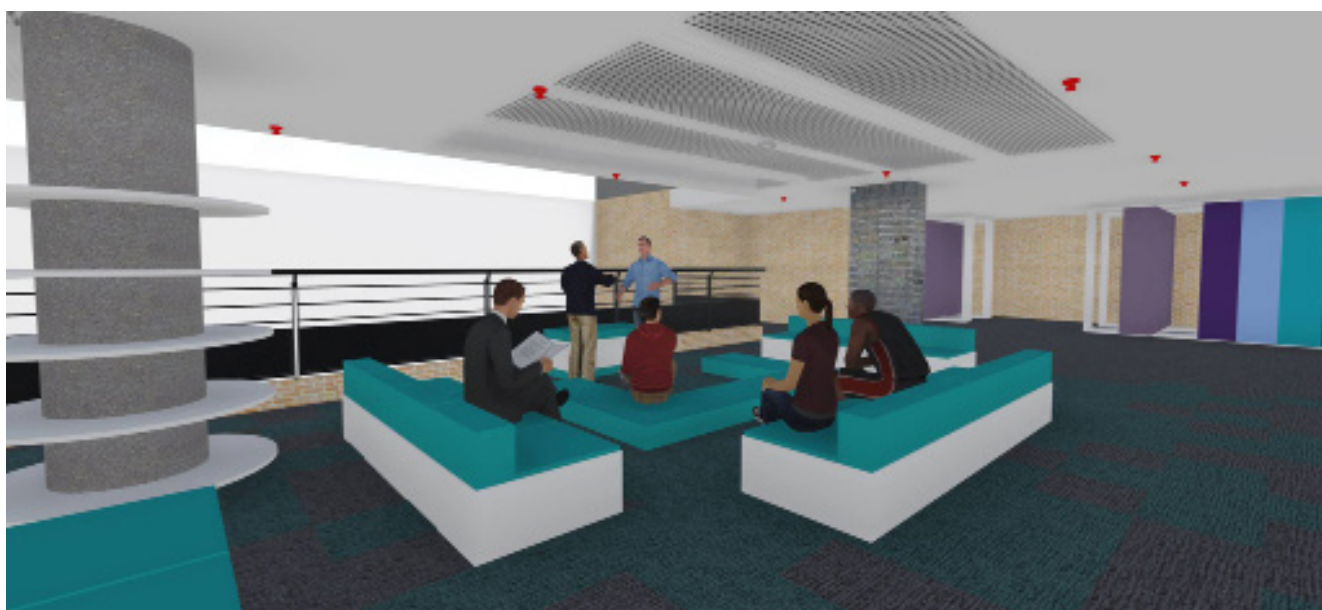
Img. 59 Zona de cafetería



Img. 60 Corte arquitectónico de la zona de puestos de trabajo



Img. 61 Sala de reuniones



Img. 62 Sala creativa

Postura Personal: Acerca del reto de un proyecto de oficinas

Pensar en un proyecto de oficinas como este, después de las experiencias vividas, visitas a las oficinas de Grupo Éxito y vivir de primera mano como trabaja una empresa de tal prestigio, no sólo requiere de simplemente “seguir las tendencias” de otras empresas que han modernizado y reformado su espacio, sino también de poder pensar en cómo esa persona trabaja en su entorno, cómo esa persona colabora y trabaja con sus compañeros, cómo su área se relaciona con las demás, para poder simplemente comprender lo que se necesita intervenir.

Esto, igualmente no pudo haber sido posible sin la asesoría y guía de cada uno de los docentes que estuvo guiando todo el proceso de conceptualización, proposición de los espacios y aspectos que se necesitaban no sólo para comprender a la marca Grupo Éxito, sino a su trabajador y el cómo poder ofrecer una propuesta que pueda ajustarse a sus necesidades, a la vez de poder darle un espacio de trabajo del cuál pueda sentirse orgulloso.

Ese día a día con los docentes, que permitió trabajar duramente para cumplir los plazos

y que, en algunas ocasiones, hacían reestructurar la propuesta desde el principio, permitieron comprender que no se trata de simplemente dar al trabajador la última tecnología, sino saber qué componentes técnicos, arquitectónicos y objetuales, permiten darle al cliente un espacio de oficina que permita fundamentar su marca, trabajar de una manera más óptima entre sus empleados y que les permita motivarse cada vez más a trabajar en lo que hace, sentirse orgulloso y satisfecho de pertenecer a la organización, la identidad como trabajador, que representa.

Bibliografía:

ALARCÓN ISAZA, Jessica. Immeuble-Villas. [Artículo de Internet] <http://unalhistoria3.blogspot.com.co/2013/07/immeuble-villas-1922-25-paris-francia.html>. Fecha de Consulta: Junio 9 de 2015.

GIL, Santiago. En: Visita a oficinas del Grupo Éxito (7:2015: Medellín). Programa Módulo de Oficina. Julio 25 de 2015.

GIL, Santiago. En: Clase Introductoria a Módulo de Oficinas (7:2015: Medellín). Introducción al Programa Modulo de Oficina. Julio 27 de 2015.

GIL, Santiago. En: Clase de Mobiliario de Oficinas (8:2015: Medellín). Programa Modulo de Oficina. Julio 31 de 2015.

GRAPHASEL. Google Budapest: Spa Office. [Artículo de Internet]. Tomado de: <http://graphasel.com/portfolio-posts/google-budapest-spa-office/>. Fecha de Consulta: Marzo de 2016

GRUPO ÉXITO. Viva Envigado. [Artículo de Internet]. Tomado de: <http://www.grupoexito.com.co/es/viva-envigado>. Fecha de Consulta: Marzo de 2016

HERNÁNDEZ M, Arbey de Jesús. Barrio El Portal: Reseña Histórica. [Artículo de Internet]. <http://comitecivicoelportal.com/wp-content/uploads/2014/10/Historia-del-Barrio-el-Portal.pdf>. Fecha de consulta: Abril de 2016.

HEYTEAM. MÚLTIPLO: Modular Furniture. [Sitio Web]. Tomado de: <http://www.heyteam.it/>

INTERIOR ARCHITECTS Project: Bancolombia Headquarters, Medellín, Colombia. [Artículo de Internet]. Tomado de: <http://www.interiorarchitects.com/main/featured/bancolombia/>. Fecha de Consulta: Marzo de 2016

OROZCO TORO, Jaime Alberto; FERRÉ PAVIA, Carme. El ADN de la marca: La concepción de sus valores intangibles en un contexto dialogado. En: Revista Signo y Pensamiento. Vol. 31(Bogotá. Julio-Diciembre 2012). 62p.

RESTREPO RESTREPO, David. Conceptos de Oficina para empresas del sector bursátil de Colombia. Medellín: Editorial propia. 2011. 20p.

SMITH, Allan. Steelcase showcases office concept product ideas to make workers think better [Artículo de Internet]. Tomado de: www.steelcase.com/press-releases/. Fecha de consulta: Marzo de 2016.

STEELCASE. Building wellbeing into the workplace [Artículo de Internet]. Tomado de: www.steelcase.com/insights/. Fecha de consulta: Marzo de 2016.

TISCHLER, Linda. The Idea Lab: A look at Stanford's d.School. [Artículo de Internet]. Tomado de: <http://www.fastcompany.com/1637759/idea-lab-look-stanfords-dschool/1>. Fecha de Consulta: Marzo de 2016

Iconografía:

Imagen 1: Espacio colaborativo de Google Spa Office en Budapest, Hungría. Tomado de: <http://graphasel.com/portfolio-posts/google-budapest-spa-office/>

Imagen 2: Interior de Oficinas generales de Grupo Bancolombia en Medellín, Colombia. Creación propia.

Imagen 3: interior de espacio colaborativo Best Place's strategy, de Steelcase. Tomado de: <https://www.steelcase.com/insights/white-papers/building-wellbeing-into-the-workplace/>

Imagen 4: Imagen de rediseño de Marca de Google hecho en 2015. Tomado de: <https://www.returnondigital.com/blog/famous-brand-logos-remade-in-googles-new-design>

Imagen 5: Zona de estar de las Oficinas de IMd Engineering en Rotterdam, Holanda. Tomado de: <http://www.dearchitect.nl/projecten/2012/interieur/Kantoor+IMd/Kantoor+IMd.html>

Imagen 6: Mobiliario para concentración Brody, de Steelcase. Tomado de: <https://www.steelcase.com/products/lounge-seating/brody/>

Imagen 7: Toma aérea del Hipermercado Éxito y las Oficinas de Grupo éxito en Envigado, Antioquia. Tomado de: http://www.inmobiliariaexito.co/index.php?option=com_iproperty&view=property&id=2035

Imagen 8: Logo actual de Grupo Éxito. Tomado de: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Grupo_Exito_logo.svg

Imagen 9: Toma aérea del barrio El Portal, de Envigado. Tomado de: <http://comitecivicoelportal.com/wp-content/uploads/2014/10/Historia-del-Barrio-el-Portal.pdf>

Imagen 10: Render aéreo del proyecto Viva! Envigado. Tomado de: <http://www.grupoexito.com.co/es/viva-envigado>

Imagen 11: Render de fachada del proyecto Viva! Envigado. Tomado de: <http://www.eltiempo.com/economia/empresas/centro-comercial-viva-envigado/16428962>

Imagen 12: Render de interior centro comercial Viva! Envigado. Tomado de: <http://www.elcolombiano.com/antioquia/obras/viva-envigado-sera-el-centro-comercial-mas-grande-del-pais-JH3108092>

Imagen 13: Espacio de concentración en Google Spa Office. Tomado de: <http://graphasel.com/portfolio-posts/google-budapest-spa-office/>

Imagen 14: Google Budapest Spa Office, Decoracion interior en referencia al WaterPolo(Polo acuático) tomado de: <http://graphasel.com/portfolio-posts/google-budapest-spa-office/>

Imagen 15: Taller de prototipos de Hasso Plattner's Institute of Design. Tomado de: <http://www.fastcompany.com/1637759/idea-lab-look-stanfords-dschool/2>

Imagen 16: Pasillo de circulación en pabellón amarillo de la Oficina General de Grupo Bancolombia. Tomado de: <http://www.interiorarchitects.com/main/featured/bancolombia/#images/Bancolombia-1.jpg>

Imagen 17 a 20: Google Budapest Spa Office, Espacio Interior. Tomado de: <http://graphasel.com/portfolio-posts/google-budapest-spa-office/>

Imagen 21 a 25: Espacio interior del Instituto de Diseño Hasso Plattner. Tomado de: <http://www.fastcompany.com/1637759/idea-lab-look-stanfords-dschool/2>

Imagen 26 a 30: Espacio interior de las Oficinas Generales Grupo Bancolombia. Tomado de: <http://www.interiorarchitects.com/main/featured/bancolombia/#images/Bancolombia-1.jpg>

Imagen 31: Google Budapest Spa Office, Espacio Interior. Tomado de: <http://graphasel.com/portfolio-posts/google-budapest-spa-office/>

Imagen 32: Salón de lluvia de ideas en Instituto de Diseño Hasso Plattner. Tomado de: <http://www.fastcompany.com/1637759/idea-lab-look-stanfords-dschool/2>

Imagen 33: Sala de reuniones en Pabellón Rojo en Oficinas Generales de Grupo Bancolombia: tomado de: <http://www.interiorarchitects.com/main/featured/bancolombia/#images/Bancolombia-1.jpg>

Imagen 34: Exterior de Oficinas Principales del Grupo Éxito en Envigado, Antioquia. Creación propia.

Imagen 35: Calle interior de oficinas del departamento de mercadeo de Grupo Éxito. Creación propia.

Imagen 36: Gráfico estimado de la forma de trabajo del empleado del departamento de Mercadeo. Creación propia.

Imagen 37: Planos del departamento de Mercadeo en las oficinas de Grupo Éxito.

Imagen 38: Detalle arquitectónico de techo. Creación propia.

Imagen 39: Detalle de acústica e iluminación. Creación propia.

Imagen 40: Calle de pasillo en el departamento de Mercadeo de Grupo Éxito. Creación propia.

Imagen 41: Detalle de mobiliario y cubículos de trabajo del departamento de Mercadeo. Creación propia.

Imagen 42: Cajas de mercancía en pasillos y callejones del departamento de mercadeo. Creación propia.

Imagen 43: Espacio colaborativo de la sección occidental del departamento de mercadeo. Creación Propia.

Imagen 44: Oficina con espacio colaborativo contiguo y poco espacio de movilización. Creación propia.

Imagen 45: Mural "Contrato al Buen Servicio", encontrado en el interior del Departamento de Mercadeo. Creación propia.

Imagen 46: Render general del proyecto, donde se aprecian espacios de descanso, espacios colaborativos improvisados, y los puestos de trabajo. Creación propia.

Imagen 47: Render en perspectiva de la propuesta de oficinas. Creación Propia.

Imagen 48: Plano General propuesto de la oficina. Creación propia.

Imagen 49: Plano de ubicación de sensores de calor y Sprinklers de agua. Creación propia.

Imagen 50: Plano de distribución de luminaria iGuzzini en las oficinas, junto con ambientes esperados a conseguir, determinados por cálidas y frías (en espacios de oficina, a la derecha), y de enfoque y baño de luces (en Hall de recepción, a la izquierda). Creación propia.

Imagen 51: Distribución del sistema Resolve y sus extensiones en los puestos de trabajo. Creación propia.

Imagen 52 y 53: Mobiliario modular conceptual "Múltiplo" por HEYTEAM. Tomado de: <http://www.heyteam.it/>

Imagen 54: Sistema de mobiliario personal de oficina Brody, de Steelcase. Tomado de: https://www.steelcase.com/products/lounge-seating/brody/#features_designed-for-business

Imagen 55: Plano de distribución de las columnas pizarrón y de almacenamiento. Creación propia.

Imagen 56: Detalle de la cafetería, en donde se evidencian los cambios de pisos, techos y ambientes. Creación propia.

Imagen 57: Planos de distribución de pisos y cielos. Creación propia.

Imagen 58: Hall de recepción. Creación propia.

Imagen 59: Zona de cafetería. Creación propia.

Imagen 60: Corte arquitectónico de la zona de puestos de trabajo. Creación propia.

Imagen 61: Sala de reuniones. Creación propia.

Imagen 62: Sala creativa. Creación propia.

POSTURA FINAL

Portafolio de Especialización en Proyectos de Arquitectura Interior:

La concepción de los espacios en los que nos movemos de manera rutinaria, bien sea la oficina, un salón de clases, la tienda de la esquina, el parque en donde recorreremos de camino a nuestros hogares, nuestras propias habitaciones, en todas ellas, nosotros como personas “habitantes” del espacio, **llevamos consigo mismos, de manera inconscientes, una manera de apropiarse, de hacer temporalmente** -aunque esos espacios tengan connotaciones más publicas que privadas, como nuestros hogares- esos lugares como si fueran propios, y esas formas de interactuar con el espacio que nos rodea, nos hace a cada uno de los hombres único en si mismo, cada uno tiene una forma diferente de hacer las mismas acciones, y en cada una de ellas dejamos huella de quienes somos verdaderamente.

En lo personal, como diseñador industrial ya graduado, me he impactado de la forma del cómo la arquitectura y el diseño industrial están tan intrínsecamente conectadas en forma de dualidad: si bien uno puede definirse por si mismo, ninguno de ellos está completo sin la presencia del otro, ya que el otro le da un significado mucho más completo, entre la arquitectura y el diseño, el espacio y el objeto, la pared y un mobiliario, material y esencia.

Los conocimientos que he ganado en este postgrado me han servido mucho para crecer en lo personal y en lo

profesional, dándome la oportunidad de relacionarme con arquitectos que si bien compartimos un pasado educativo diferente, compartimos ambos un mismo campo de juego: **el espacio interior, en donde los conocimientos de ambas disciplinas se conjugan para crear una forma en la cual el hombre ocupa el espacio por medio del objeto, el cómo el habitar humano crea un hábitat a partir de un espacio arquitectónico.**

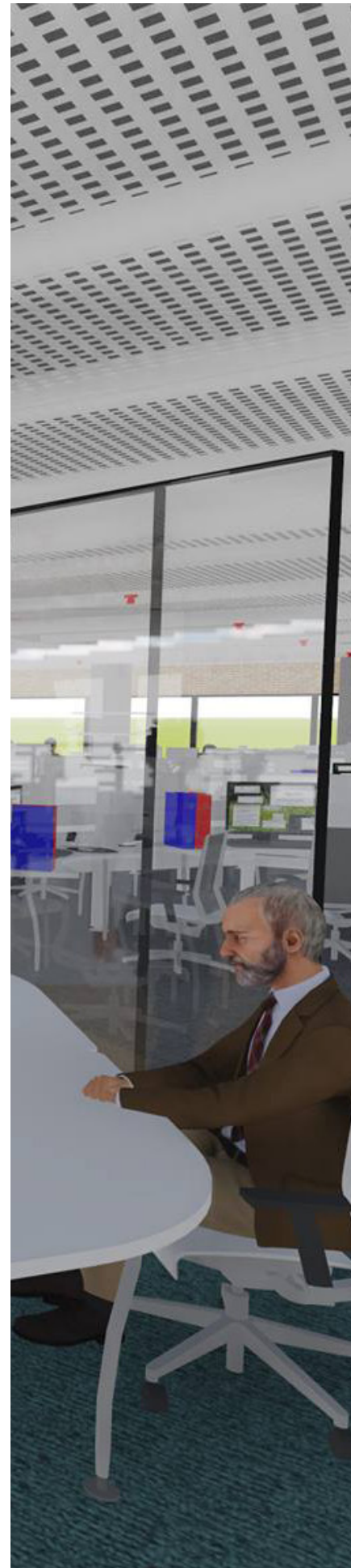
Este ambiente multidisciplinario me ha motivado a **seguir investigando y mejorar en conocer de qué forma ambas disciplinas se conjugan en el mundo que nos rodea** y el cómo el conocimiento de la arquitectura me enriquece a mí como diseñador industrial.

Agradezco de corazón a mis compañeros de clase y profesores, los cuales no solo en lo personal han sido personas maravillosas, sino que de forma inconsciente ,me expandieron el horizonte de acción en donde yo, como diseñador puedo enfrentarme a un espacio arquitectónico y dar mi conocimiento para buen uso, para seguir desarrollando ese infinito y rico mundo de la Arquitectura del espacio interior, en el infinito cruce del ser humano y sus formas de adaptación y dominación del espacio arquitectónico, haciéndolo suyo, por naturaleza.

SERGIO ANDRÉS MUÑOZ QUIROZ

Diseñador Industrial especialista en **Proyectos de Arquitectura Interior**

Contacto: sergio.munozq@gmail.com





**Universidad
Pontificia
Bolivariana**