



exkema

arquitectu
discos

ESPECIAL INTERIORISMO

Federación Nal de Departamentos

Correval

Unilever

AEI

Helm Bank

Volumen 2. Año 1. No. 4. 2010 - Colombia - \$13.000 - Panamá US\$ 7

ISSN 2345-8669



ENCUENTRE PLANTAS - CORTES - FACHADAS - ESQUEMAS - BOCETOS INICIALES DE DISEÑO DE TODOS LOS PROYECTOS

ARQUITECTURA
Edificio Novartis





El pensamiento del arquitecto.

Opiniones para una disciplina

- Por: Arq. Freddy Clavijo
- Fotografía: Federico Orozco

Existen variables muy complejas en los proyectos de Interiorismo de oficinas corporativas que obligan a ser resueltos con criterio, experiencia y audacia. El espacio no se lee, se siente y se traduce interpretando conceptos de diseño, conceptos de zonificaciones y circulaciones, conceptos de instalaciones técnicas, conceptos de acabados, conceptos de imagen corporativa, conceptos de mobiliario y ergonomía, todos enmarcados en una funcionalidad y dinámica especial que representan la IMAGEN que la compañía espera y planea.

El Interiorismo es una ESPECIALIDAD DE LA ARQUITECTURA, y como tal merece un inmenso respeto. No todos los arquitectos, diseñadores industriales o ingenieros civiles son Interioristas.

Se requiere de una formación académica especializada y una gran experiencia para desarrollar el interiorismo. Muchas veces algunos son muy talentosos y otros son empíricos.

Todas las tareas del Interiorismo son complejas y difíciles porque son muchas las variables y los temas que se manejan en su Interior que van desde el cliente difícil, la complejidad del espacio, la complejidad del programa a cumplir, la selección de los proveedores, la contratación de las

obras, la coordinación del personal que trabaja en espacios confinados y complicados y por supuesto la falta de presupuesto que resume todas las dificultades para abordar el interior.

El cliente es el ALIADO número uno del Interiorista. El cliente es el hilo conductor del proyecto porque el proyecto es de EL y para EL y solo el cliente sabe que es lo que quiere; nuestra labor de Interiorista es solamente interpretar su deseos y satisfacer sus necesidades y sueños.

Los proyectos de los clientes no pueden ser hechos para los arquitectos o interioristas como suele hacerse por capricho o por ego. Todo se debe desarrollar en equipo, no solamente con el cliente sino con los proveedores y contratistas. Hay temas donde los clientes son más difíciles y exigentes y hay temas donde los clientes son más profesionales y prácticos.

En el Interiorismo NO HAY ESTILO, porque este no es un oficio de peluquería, ni de moda. El Interiorismo es una especialidad muy seria y compleja de mucha tecnología y experiencia, con manejo de innumerables variables que se cumplen en tiempos muy cortos y exigentes. El "estilo" es una palabra que no encaja en el oficio del Interiorista de trayectoria. Es preferible hablar de tendencias o de lenguaje de los proyectos, que deben ser evaluados de acuerdo a su complejidad.



CONCEPTO DE DISEÑO:

El concepto de diseño del proyecto de Unilever Andina, está fundamentado en los principios "Agile Working Space" (espacios de trabajo ágiles). Estos principios de espacios "agile working" están relacionados con el diseño de las estaciones de trabajo (máxima flexibilidad), con la concepción de la zonificación de las diferentes áreas de la compañía y con la asignación de los puestos de trabajo compartidos (roamer) para trabajadores flexibles. Adicionalmente, el concepto se complementa con la creación de espacios SOCIALES y de INTERACCION ESPONTANEA, con escenarios versátiles que permitan crear un ambiente inspirador para trabajar mejorando la calidad de vida de los funcionarios. Estos ESPACIOS SOCIALES están provistos de salas de reuniones abiertas para los trabajos en grupo, "zonas de encuentro comunal o núcleos urbanos" como los puntos LIPTON, zonas vitales y "zonas interactivas" como las HUB AREAS O MEDIA LAB y están localizados sobre el área SINUOSA de las ventanas perimetrales de las oficinas, permitiendo de esta manera integrarse con la naturaleza y el paisaje urbano que vemos a través de sus ventanas, llamada "LA PLAYA"

Igualmente esta gran zona COMUNAL del perímetro externo, la re-incorporamos en otra zona del perímetro interno alrededor del PUNTO FIJO CENTRAL, y allí ubicamos los "MUROS DE SERVICIOS COMUNITARIOS", cuya función es prestar un servicio útil a todos los ejecutivos y es allí donde localizamos los lockers, las áreas de impresión, las salas de teleconferencia, los "roamers" curvos y pantallas de información, dentro de un circuito que genera una cinética y movimiento.

Esta forma de diseñar las oficinas representan orgulloosamente quiénes somos y que hacemos

CONCEPTO DE ZONIFICACION Y CIRCULACIONES

Teniendo en cuenta el concepto de crear espacios sociales y zonas de encuentro, la zonificación se fundamenta en:

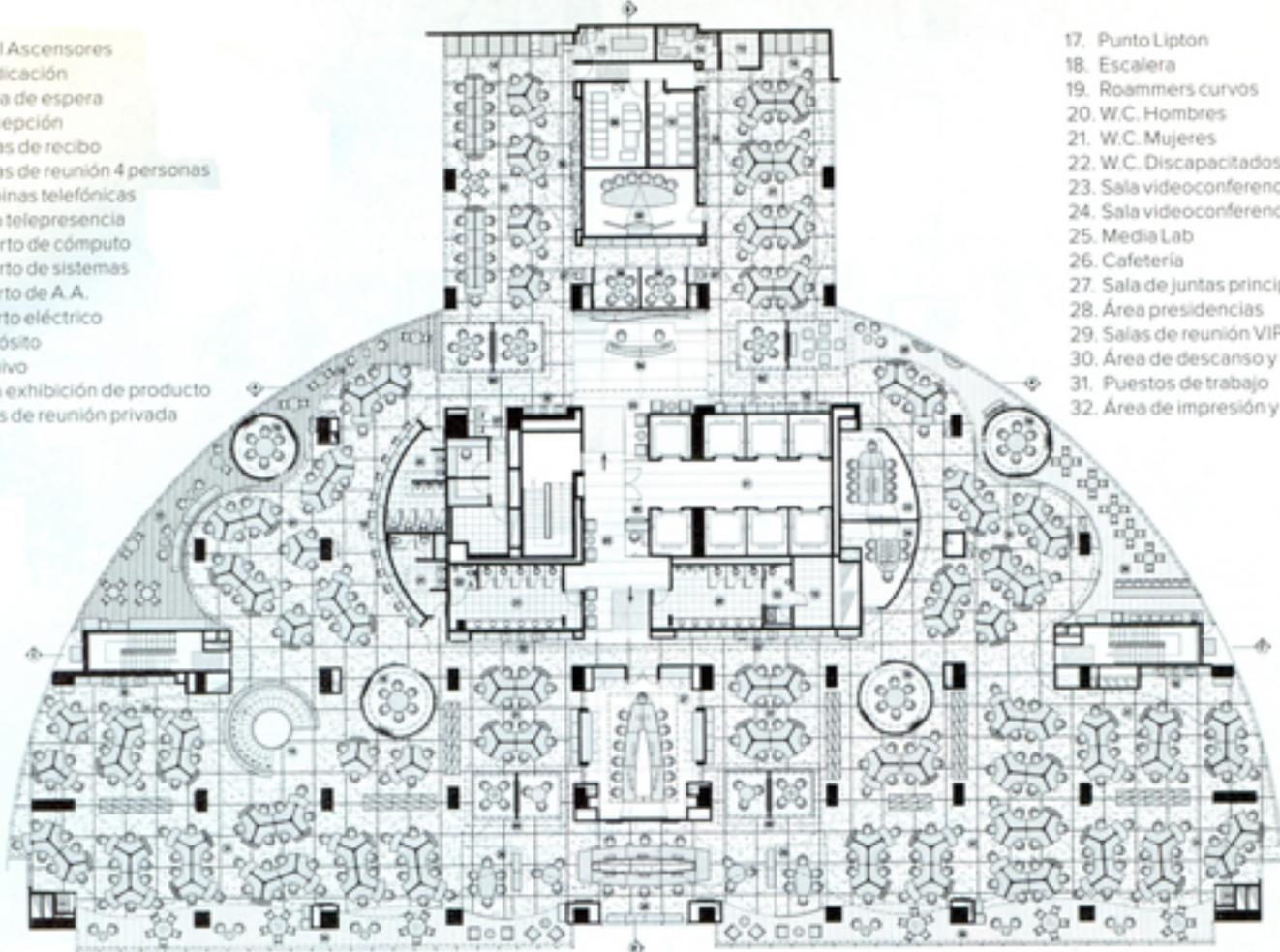
1. Área Perimetral de Interacción, para ubicar las zonas de alimentación, zonas de salas de reunión abiertas, zonas de descanso y zonas de oficinas privadas
2. Área Central Comunitaria, para ubicar las zonas de locker, algunas zonas de impresión, zonas de tv comunicación, zona del show room, y salas de video conferencia.
3. Área de Trabajo Flexible, es el área central general donde se ubicaron los diferentes puestos de trabajo, teniendo en cuenta agrupaciones de colectividad, varios puestos de trabajo en cada módulo.
4. Áreas de Puntos de Encuentro, es el área de las salas de reuniones cerradas, ubicadas estratégicamente en toda la planta de las oficinas y que permiten ser utilizadas por los diferentes núcleos de la organización. La Sala de Telepresencia se ubica cerca al centro de cómputo.
5. Área de Trabajo Flotante, es el área de los Roamer, ubicada cerca al acceso, con puestos de trabajo no asignados, y de agrupaciones lineales.
6. Área de Depósitos, es el área de servicios generales y depósitos de marketing, ubicados en la geometría ortogonal creando un gran espacio cerrado, alimentado por circulaciones perimetrales
7. Áreas de Tecnología, es el área del data center y los cuartos técnicos localizados en lugares estratégicos del proyecto, interrelacionados con el resto del sistema.

CONCEPTO DE INSTALACIONES TECNICAS

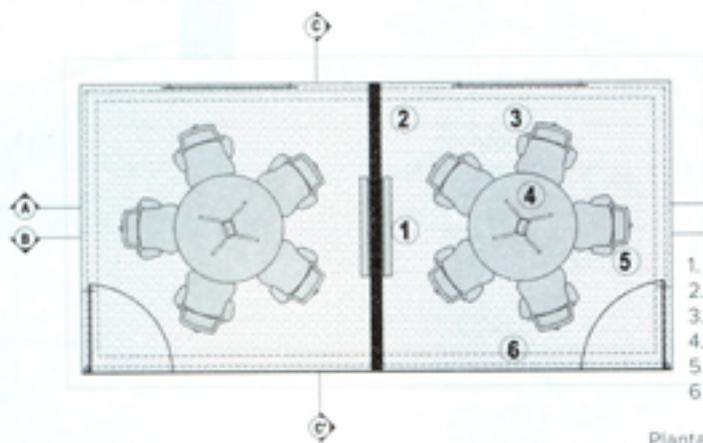
El proyecto cuenta con la primera sala de Telepresencia del país que permite en tiempo real y escala 1:1 llevar a cabo video conferencias con cualquier sede

1. Hall Ascensores
2. Radicación
3. Área de espera
4. Recepción
5. Salas de recibo
6. Salas de reunión 4 personas
7. Cabinas telefónicas
8. Sala telepresencia
9. Cuarto de cómputo
10. Cuarto de sistemas
11. Cuarto de A.A.
12. Cuarto eléctrico
13. Depósito
14. Archivo
15. Área exhibición de producto
16. Salas de reunión privada

17. Punto Lipton
18. Escalera
19. Roammers curvos
20. W.C. Hombres
21. W.C. Mujeres
22. W.C. Discapacitados
23. Sala videoconferencia 10 personas
24. Sala videoconferencia 5 personas
25. Media Lab
26. Cafetería
27. Sala de juntas principal
28. Área presidencias
29. Salas de reunión VIP presidencias
30. Área de descanso y reunión abierta
31. Puestos de trabajo
32. Área de impresión y archivo

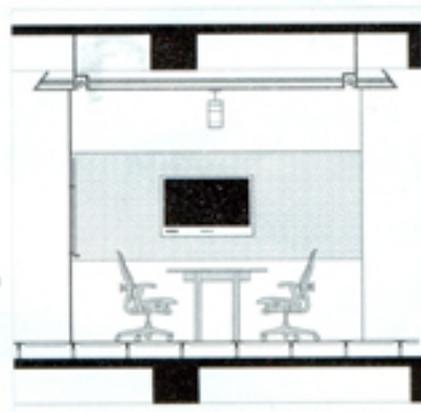


Planta general piso 7

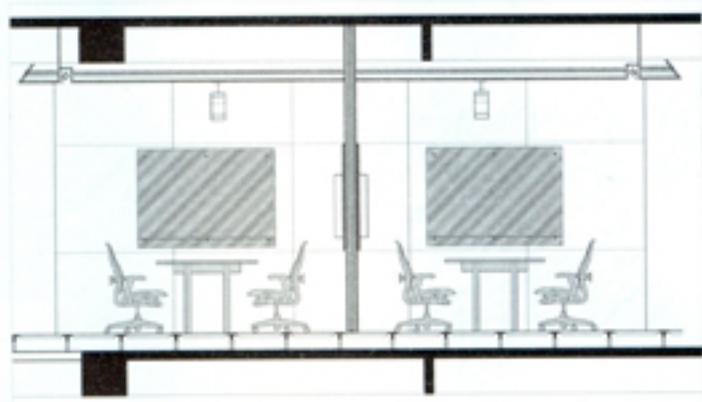


Planta

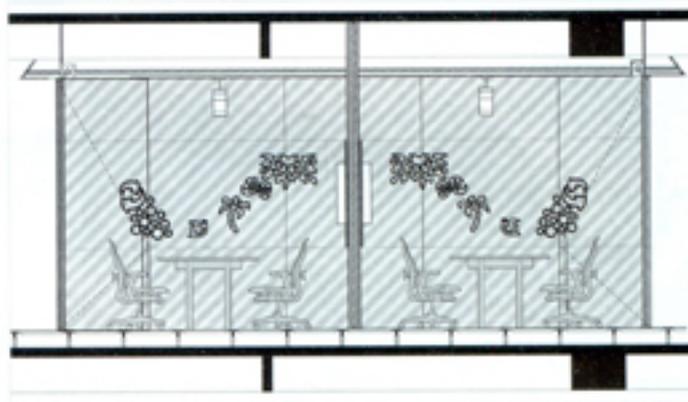
1. Pantalla TV
2. Piso en tapete modular Milliken
3. Tablero en vidrio
4. Mesa de multiproyectos
5. Silla selle de Herman Miller
6. Divisiones en vidrio



Corte C-C'

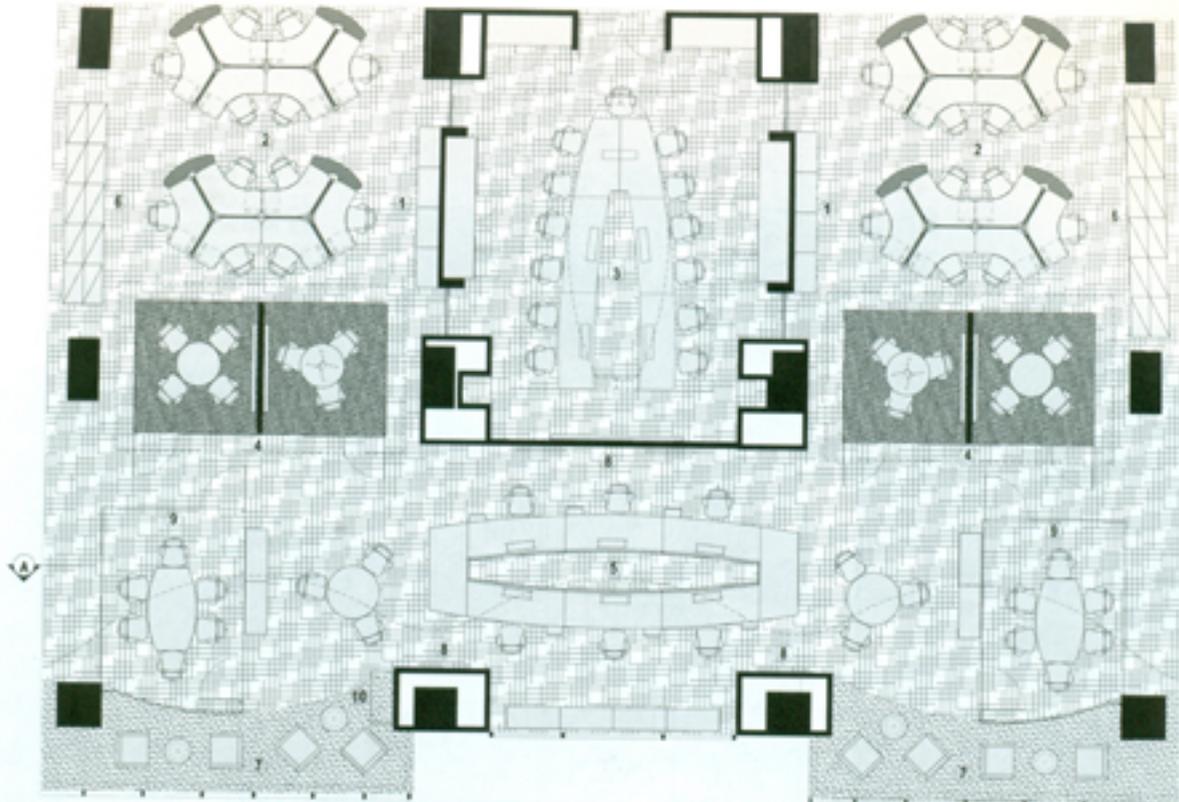


Corte A-A'

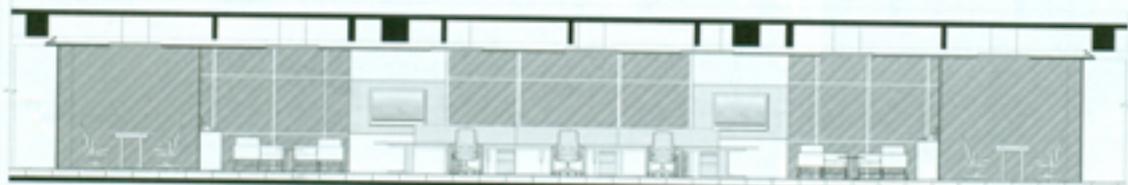


Corte B-B'

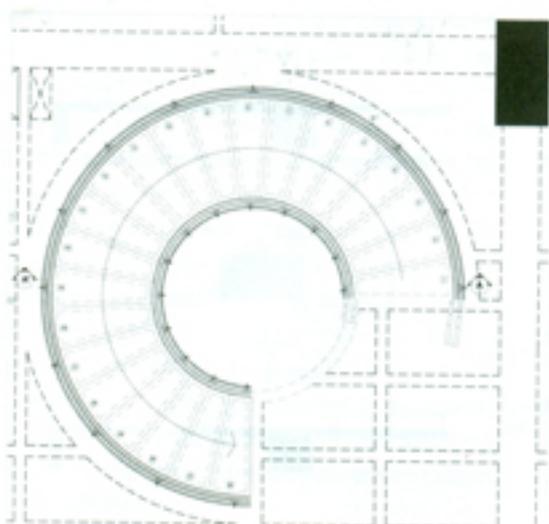
1. Ropero / Lockers
2. Puestos de trabajo
3. Sala de juntas principal
4. Sala de reunión privada
5. Oficinas presidenciales
6. Archivo
7. Área de descanso
8. Pantallas T.V.
9. Salas de reunión VIP
10. Módulos ecológicos



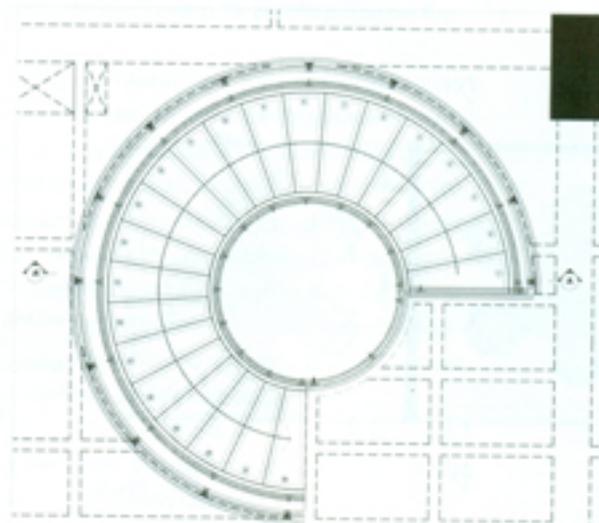
Planta



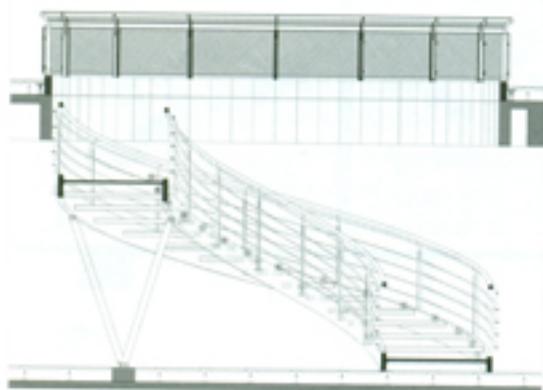
Corte A-A



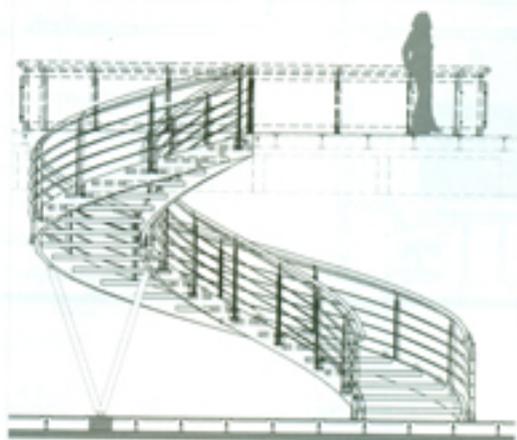
Planta Escalera



Planta Baranda



Corte A-A



Alzado







Proyecto: Oficinas Unilever Andina Colombia Ltda.

Periodo de ejecución:	Diciembre 7 de 2.009 a Marzo 08 de 2.010
Área:	3.500 M ²
Ubicación:	Edificio Bogotá Corporate Center
Promotor:	UNILEVER ANDINA COLOMBIA LTDA.
Diseño e Interiorismo:	Arq. Freddy Clavijo ARQUITECTURA INTERIOR
Colaboradores diseño:	Arq. Ana María Varón, Arq. Ricardo Henao, Arq. Oscar Pardo, Aux. Manuel Ramírez, Arq. Carlos Benavides
Construcción y dotación:	Unión Temporal AISI
Arquitectura Interior:	Freddy Clavijo
Colaboradores obra:	Arq. Fabio Montoya, Arq. Diana Montoya, Ing. Carlos Mario Quijano
Fotografía:	Federico Orozco
Dotación de Oficinas:	Multiproyectos S.A.
Sillas:	HERMAN MILLER Contract S.A.
Pisos en alfombra:	MILLIKEN Spazio W
Piso falso:	Fundival Ltda.
Red contra incendio:	Plinco Ltda.
Sistemas de Seguridad:	EBC Ltda.
Aire Acondicionado:	Thermoandina Ltda.

de la empresa en el mundo que cuente que con esta tecnología.

Tanto el cableado eléctrico como el cableado estructurado viajan a través de bandejas ubicadas bajo el piso falso celulósico y en el caso del estructurado se cuenta con categoría 7A.

El sistema de aire acondicionado tiene una capacidad de 135 toneladas, distribuidas en 10 unidades tipo paquete y se distribuye a lo largo de los 3.500 m² por un plenum bajo un piso falso, el flujo de aire sale a través de difusores estratégicamente distribuidos que constan de 5 posiciones diferentes para calibrar y balancear la salida de aire.

Todos los materiales utilizados en el proyecto cuentan con certificaciones LEED razón por la cual la empresa Unilever Andina Colombia está en proceso de conseguir su certificación.

El consumo de energía en iluminación no sobrepasa 1 watio por m², los sanitarios son de bajo consumo de agua 4.8 litros, los orinales no consumen agua. Cuenta con duchas en el piso 6 con el fin de estimular que las personas que así lo deseen puedan ir a las oficinas a pie, trotando o en bicicleta de tal forma que se estimule el ejercicio entre los empleados.

Cuenta además, con un sistema de seguridad tanto de CCTV con 19 cámaras y 108 detectores de humo, ubicados de acuerdo con la norma NFPA14, y controles de acceso en aquellos lugares que por razones de seguridad tiene el acceso restringido ya sea al público en general o a ciertas áreas de las oficinas. Todo lo anterior es monitoreado desde un cuarto de control estratégicamente ubicado al interior de las oficinas para garantizar su no vulnerabilidad.

CONCEPTO DE ACABADOS

Los acabados seleccionados para el proyecto de Unilever, están ligados a factores de sostenibilidad, durabilidad, transparencia, mantenimiento y disponibilidad a corto y mediano plazo.

Acabados Durables, como los pisos en tapetes de alto tráfico y altas especificaciones técnicas que permiten contribuir a mejorar la acusticidad del espacio así como también a mejorar los problemas de estética y diseño.

Acabados transparentes, como los vidrios templados y soportes de acero inoxidable que nos permiten separar e integrar los espacios. Los vidrios representan un capítulo importante del Interiorismo y junto a ellos se integró un concepto de Identidad Visual y Corporativa, aporte muy importante al proyecto.

Acabados de fácil mantenimiento como los materiales melamínicos de alta presión o fórmicas con las que se construyeron todas las carpinterías de madera tales como puertas, enchapes y muebles especiales de recepción, zonas de alimentación y cafetería.

CONCEPTO DE IMAGEN CORPORATIVA

La imagen corporativa de Unilever está incluida en todo el proyecto como un lenguaje UNICO de identidad y MARKETING, al mismo tiempo se convierte en diseño gráfico y estético que aumenta la riqueza del espacio y por consiguiente el resultado final. Considerando la gran versatilidad del logo y lo que este representa en la filosofía de la empresa, esta incluido en la gran mayoría de vidrios templados, con diseños especiales impresos en películas adhesivas, teniendo en cuenta el significado de cada imagen que se incluya.

CONCEPTO DE ERGONOMIA Y SISTEMA DE OFICINA

Teniendo en cuenta el principio del concepto de "AGILE WORKING", el sistema de oficina abierta (Multiproyectos) responde a este criterio, es decir, se diseñaron agrupaciones colectivas, orgánicas y nucleares, basadas en módulos repetitivos de (3 - 4 - 6 u 8 puestos de trabajo). Sistemas de oficina que permiten aperturas de 120°, facilitando la interacción entre las diferentes áreas de la compañía ●