



Universidad de San Andrés
Departamento de Humanidades
Licenciada en Diseño

**Nómade: La transformación biofílica y
cambiante del espacio laboral.**

Autor: Juana Hindaly

Legajo: 30113

Mentor: Federico De Rosso

Buenos Aires, Argentina. 28/09/2023

Introducción

En el marco del Trabajo Final de Graduación en la Carrera de Diseño de la Universidad de San Andrés se nos brindó la oportunidad de realizar una consultoría para la empresa argentina de alfombras y revestimientos textiles, El Espartano. El desafío propone:

“Imaginar nuevas experiencias y aplicaciones materiales en superficies y revestimientos, buscando ir más allá de las tipologías tradicionales para habitar, descansar, transitar, jugar y/o trabajar en un mundo que nos desafía a reducir el impacto en la producción, el uso o el descarte.”

Mediante *deskresearch* investigaremos acerca de la historia de los revestimientos textiles, desde su creación hasta las alfombras como las conocemos hoy. También, mediante encuestas cuantitativas investigaremos y analizaremos el estado actual de las alfombras y los revestimientos textiles, que opinión merecen, con que se las relaciona, que espacio ocupan en el imaginario de nuestra sociedad. También profundizaremos en los modos de habitar de nuestra sociedad, en tendencias laborales como la gran renuncia, pero también en tendencias que exploran otros aspectos de nuestra sociedad como la biofilia o el *downshifting*. Con el fin de proporcionar un marco teórico desde el cual abordar nuestro problema y oportunidad, que, sin anticiparnos demasiado, se enfocan en la dificultad que hoy presentan las organizaciones para retener a sus profesionales, y en la oportunidad y espacio de mejora que abre esta problemática actual. Basándonos en la investigación teórica y su respectivo análisis, desarrollaremos Nómade, un sistema solución de transformación biofílica y cambiante del espacio laboral. Con el cual buscamos ofrecer a El Espartano una visión transformadora y sustentable, que acompañe la evolución de nuestros modos de habitar y potencie la experiencia laboral de los profesionales, para que las organizaciones tengan un mejor aprovechamiento de los mismos.

Investigación Inicial

En la instancia inicial de nuestra investigación buscamos comprender cuál es la situación actual de la alfombra y los revestimientos textiles. Para ello, remontamos nuestro *deskresearch* a los inicios y auge de la alfombra o revestimiento textil.

Su origen se remonta a las tribus nómades de Asia Central. Producían entramados o tejidos que eran utilizados como divisores de espacios y protección ante el clima.

Tal como describe Giovanni Fanelli en *El Principio del Revestimiento*

El uso de entrelazar estacas para delimitar propiedad, de utilizar esferas y alfombras como cobertores para los pies, para resguardarse del sol y del frío y para separar los espacios interiores [...] precedió al uso de paredes de muro... (Fanelli, 1999, p.6)

Sin embargo, ya desde sus comienzos estos textiles desempeñaron un papel crucial en la vida cotidiana de sus comunidades, ya que no solo cumplieron funciones prácticas, sino que a la vez desempeñaban un rol decorativo, una vía de expresión artística, una manera de transmitir tradiciones y ornamentos familiares.

A medida que las prácticas de tejido y diseño se perfeccionaron, estos revestimientos textiles evolucionaron en complejidad y belleza, que con el tiempo los llevaron a convertirse en objetos de valor y estatus.

La industria de la alfombra, ya no con fines nómades, sino sedentarios, nace en Persia. Aquí se producían alfombras tanto para la nobleza como para los ciudadanos del pueblo.

Estas tuvieron una gran difusión a través del comercio que las llevó desde Asia Central y Persia hasta Europa en el XIII. Durante el Renacimiento europeo, la demanda de estos tapices y alfombras orientales aumentó significativamente, sobre todo entre la nobleza y clases adineradas. Donde cumplían un rol social que denotaba prestigio y lujo.

Desde entonces, su popularidad estuvo en constante crecimiento, hasta la segunda mitad del siglo XIX donde experimentó un auge en la producción y masificación que se mantuvo presente a lo largo del siglo XX. Donde, la alfombra ya tenía un rol central en la decoración de interiores debido a que dicha masificación permitió que fueran más accesibles y por ende se ampliara su audiencia. Durante este período fue protagonista de estilos decorativos como el modernismo de fines del siglo XX, el art decó en la década de 1920 y el movimiento moderno en la década de 1970. A lo largo de todos estos años, las alfombras evolucionaron en términos de diseño morfológico, patrones, colores y materiales. Adaptándose en cierta medida a las preferencias y necesidades de la sociedad.

Para entender qué lugar ocupan las alfombras en el imaginario social del Gran Buenos Aires actual diseñamos una encuesta cuanti-cualitativa a la que respondieron más de cien personas provenientes de CABA y GBA. Con el fin de evitar sesgos y crear una muestra lo más variada posible cada uno de los tres integrantes del grupo de investigación debíamos alcanzar un mínimo de cuarenta encuestados, distribuidos por género, edad y zona residencial. Contamos con la ventaja de que los tres integrantes vivimos en barrios alejados los unos de los otros así es que un tercio de las encuestas fueron enviadas a conocidos de zona norte, otro tercio de zona oeste, y el último de capital federal. También intentamos que hubiese aproximadamente un 50% de mujeres y 50% de varones. Por último, los

encuestados debían también estar distribuidos equitativamente en tres rangos etarios, menores de 25 años, entre 25 y 45 años y mayores de 45 años.

Optamos por esta herramienta ya que buscamos entender qué lugar ocupa la alfombra o los revestimientos textiles tanto en la vida como en el imaginario de la gente. Con que la relacionan, si es que la desean, si la poseen, y los porqués. La encuesta, a diferencia de la entrevista nos brinda la posibilidad de abarcar una muestra amplia a partir de la cual extraer conclusiones que estén menos atadas a la opinión de un único individuo. Sin embargo, entendemos y tenemos en cuenta que no podremos extraer conclusiones que denoten la opinión de toda una sociedad a partir de 120 encuestados.

Aquí, les proporcionamos un espacio de redacción libre a los encuestados donde les pedimos que nos cuenten su opinión acerca de las alfombras. Los dos conceptos con mayor aparición fueron la suciedad (con 36 menciones) y los muchos cuidados que conlleva poseer una alfombra o un piso alfombrado (con 24 menciones). Aunque también es importante aclarar que los conceptos estética, comodidad, y suavidad se llevaron los puestos tres, cuatro y cinco (con alrededor de 11 menciones cada uno).

Entendimos que la percepción actual de nuestros encuestados presenta una variedad de asociaciones sobre las alfombras que incluyen aspectos estéticos, comodidad y suavidad, pero ponen el foco en la preocupación por el mantenimiento y la suciedad que puedan acumular. Esta evolución en las perspectivas nos lleva a preguntarnos ¿cómo es que un objeto que fue protagonista funcional y decorativo de los hogares, entornos laborales y recreativos desde hace siglos, hoy posee, por lo menos entre nuestros encuestados, una connotación más cercana al labor y la suciedad que al confort y a la decoración? lo cual nos llevó a reflexionar sobre cómo nuestros modos de habitar han cambiado y cómo impactan en la percepción de elementos tan cotidianos como una alfombra.

Como mencionamos anteriormente, el revestimiento textil nace a partir de una necesidad. La necesidad de los nómades asiáticos de dividir sus espacios y protegerse del clima con algún objeto que sea maleable y transportable. Es decir que, creaban los revestimientos textiles a partir de sus modos de habitar.

Avanzando hasta mediados del siglo XIX, y hasta el art decó del siglo XX, las alfombras aún se adecuaban a los modos de habitar. Las mujeres, quienes comúnmente se ocupaban del hogar, dedicaban su vida a este. En la vasta mayoría de los casos, este era su trabajo, y es por eso que tenían contemplado dentro de su vida diaria el tiempo necesario para mantener por ejemplo, un piso alfombrado. Pero hoy día, esto cambió. Cambiaron las reglas sociales y junto con ello nuestros modos de habitar.

A partir de lo relevado en esta encuesta, y su comparación con la información obtenida en el *deskresearch*, obtuvimos nuestro primer insight: para lograr una consultoría que esté a la altura del

desafío¹ que nos fue planteado, es necesario que (así como lo hicieron los nómadas asiáticos en su momento) hoy nosotros repensemos los revestimientos a partir de nuestros modos de habitar actuales.

Es por ello que nos planteamos una segunda instancia de investigación donde nos propusimos entender cuales son las tendencias o corrientes que rigen los modos de habitar de nuestra sociedad. Esta investigación la segmentamos en tres tendencias o corrientes principales: biofilia: la simbiosis vegetal-humano y la revolución del musgo, el Downshifting y La gran renuncia.

Biofilia: simbiosis vegetal-humano y la revolución del musgo

La Biofilia, es un concepto popularizado en 1993 en el libro *The Biophilia Hypothesis* de Edward Osborne Wilson, socio biólogo y entomólogo estadounidense. Aquí postuló que hay una relación innata entre los humanos y la naturaleza que nos hace buscarla continuamente. Demostró que la atracción que tenemos los humanos por la naturaleza es en verdad una función adaptativa para mantener el bienestar psicológico. Wilson define a la biofilia como “*our innate tendency to focus upon life and life-like forms and, in some instances, to affiliate with them emotionally*” (Wilson 2002, p.134).

Según Héctor Hernández Rosas de la Universidad Complutense de Madrid, esta afinidad innata que presentamos los humanos se extiende a generar vínculos emocionales no sólo con otros sistemas vivos sino también con el hábitat y entorno que nos rodea. A tal punto que “según el grado de comprensión que logremos acerca de otros organismos y los valoremos más, le daremos también más valor a nuestra propia existencia y protegeremos en mayor grado el espíritu humano.” (Hernández Rosas, 2016, p.8).

Cary Cooper, profesor de psicología y salud organizacional de la Universidad de Lancaster llevó a cabo un estudio llamado *Human Spaces: El impacto mundial del diseño biofilico en el lugar de trabajo*.

En este estudio, logró demostrar que “los trabajadores en oficinas con elementos naturales tales como vegetación e iluminación natural son un 15% más creativos [...] un 6% más productivos [...] reportan un 15% más de bienestar.” (Cooper, 2015, p. 19, 25 y 30). Partiendo de esta premisa, también es importante señalar que, un tercio de los trabajadores afirmaron que el diseño del espacio laboral afecta su decisión de trabajar o no en una organización.

¹ desafío el Espartano: Imaginar nuevas experiencias y aplicaciones materiales en superficies y revestimientos, buscando ir más allá de las tipologías tradicionales para habitar, descansar, transitar, jugar y/o trabajar en un mundo que nos desafiaba a reducir el impacto en la producción, el uso o el descarte.

También explica que, los factores externos a nuestro trabajo en el entorno laboral nos distraen de la atención que estamos intentando dedicarle a nuestro trabajo. Estas distracciones en momentos de concentración nos llevan a tener fatiga mental. Pero hay una manera de contrarrestar esta fatiga ya que “los espacios de trabajo que incorporan naturaleza ofrecen un ambiente más tranquilo que permite prestar atención con facilidad, menor cansancio mental y baja necesidad de recuperación.” (Cooper, 2015, p.20). Debido a esto el profesor afirma que

...los ambientes dominados por elementos de la naturaleza se consideran más beneficiosos para el individuo. Este punto enfatiza el impacto de la naturaleza en nuestras capacidades cognitivas sugiriendo que **el contacto con la naturaleza dentro de los espacios de trabajo les garantizará a las organizaciones niveles consistentes de desempeño laboral.** (Cooper, 2015, p.20).

Por otro lado, esta relación simbiótica que presenta el humano con la naturaleza da lugar a un movimiento que denominamos: la revolución del musgo.

Según la organización argentina Ciencia Hoy y la Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad mexicana (Gobierno de México, 2015), los musgos son plantas pequeñas de la división de las briofitas. Necesitan de un ambiente húmedo o hasta saturado de agua para completar su ciclo de vida. Crecen en un formato de tejido vascular y en vez de poseer raíces tienen una estructura equivalente llamada rizoide. Esta es una característica clave, que hace al musgo muy versátil para la utilización humana ya que no obtienen los nutrientes del suelo o sustrato a través de sus rizoides (esto podría devenir en desprendimientos) sino que es la superficie del musgo la que se encarga de absorber las sustancias indispensables.

Como mencionamos anteriormente, debido o gracias a la relación simbiótica que tenemos con la naturaleza se están desatando, consciente o inconscientemente, movimientos en distintos lugares del mundo que incorporan al musgo en nuestra vida diaria.

En el ámbito de la construcción y revestimiento, la cultura japonesa lleva siglos utilizando el musgo como método de revestimiento, ya sea a través de la técnica Kokedama o del Kayabuki, la tradición de revestir los techos de hogares tradicionales con musgo (ver imagen 1 del anexo).

Sin embargo, hoy es posible masificar esta práctica gracias a la invención de Sandra Manso, Ignacio Segura y Antonio Aguado, investigadores de la Universidad Politécnica de Cataluña. Desarrollaron lo que ellos denominan el hormigón musgo, u hormigón biológico (ver imágenes 2 y 3 del anexo). Este, es un tipo de hormigón modificado para que crezcan organismos como el musgo de manera certera y

acelerada. Pero, como casi todos los materiales relacionados con la bio fabricación, este no es meramente ornamental, sino que también presenta ventajas medioambientales y térmicas.

Otro ejemplo es la propagación de empresas e individuos que fabrican y venden piezas decorativas/funcionales que hoy ya se pueden encontrar en sitios de venta mainstream como Amazon o etsy. Estos van desde cuadros (ver imagen 4 del anexo), hasta alfombras de baño (ver imagen 5 del anexo) o revestimientos de paredes completas como hace la empresa catalana Musgos (ver imagen 6 del anexo).

Un último ejemplo en el que nos detendremos en esta sección son los neumáticos que presentó la empresa Goodyear en el Salón Internacional del Automóvil de Ginebra de 2018. Es un prototipo que propone un neumático revestido en su interior con musgo. Este, busca generar oxígeno mientras circulamos. Este, aún concepto, de neumático lleva el nombre de Oxygene, y la empresa lo postuló como una solución para lograr desplazarnos de una manera más limpia.

Downshifting

Este término acuñado por la poeta y educadora estadounidense Tracy Smith en el *Manifiesto de Reducción de Marcha* da cuenta de un estilo de vida en el cual hay que cuestionarse la diferencia entre lo que queremos y lo que necesitamos. Desacelerar, repensar el consumismo obsesivo y priorizar la simplicidad. Es un estilo de vida mediante el cual, lo que se busca es vivir con menos y prestarle atención al estrés que conlleva siempre querer más. Aquellos que se suman a esta corriente intentan encontrar un equilibrio entre la vida personal y la laboral. Es decir, no trabajar cada vez más, para ganar más y por ende tener más. Sino fijarse que es lo realmente necesario y trabajar para obtenerlo pero sin dejar de tener tiempo para uno, amigos y familia. Duane Elign, en su libro *Voluntary Simplicity: Toward a way of life that is outwardly simple, inwardly rich* explica que la clave del Downshifting reside en “la habilidad de las personas para seguir un estilo de vida que maximice el control personal sobre su vida diaria y minimice el consumo y la dependencia”. (Elign, 1981, p.244)

En el paper *Downshifting in Britain: A sea-change in the pursuit of happiness* escrito por Clive Hamilton del Australian Institute se estudian las razones por las cuales las personas que practican el downshifting acuden a él. Un factor dominante es la creciente necesidad de sentirse realizado, que se ve opacada cuando uno prioriza las metas laborales por sobre todo el resto de las metas en la vida. Este primer factor nos lleva al segundo más común y es el de querer pasar más tiempo con familia y amigos. Un tercer factor clave es la salud, vinculada mayormente con el estrés y la necesidad de atenderse a uno mismo. Otros implementan el downshifting como medida a partir de un suceso que

los lleva a reapreciar su vida. Puede ser desde una enfermedad fatal, un cambio cultural abrupto, un accidente, la muerte de un ser querido, un divorcio o una experiencia espiritual. El último de los factores más comunes nace a partir del cuestionamiento del mundo en el que vivimos. El entendimiento de las desigualdades, la pobreza y el estado del medio ambiente.

La Gran Renuncia

Este movimiento comenzó a partir de un incremento generalizado de las renuncias voluntarias en Estados Unidos a partir de la pandemia por el COVID-19. Según el Bureau of Labour Statistics, fueron 47.8 millones de trabajadores Estadounidenses los que renunciaron a sus trabajos en el 2021. Esto da un promedio de medio millón más de renuncias por mes que en el 2019 (ver gráfico 1 en el anexo).

Tal como expone la consultora WTW este fenómeno se expandió a nivel mundial. En una encuesta a 1650 empleadores buscaron entender si están habiendo problemas en la retención de profesionales. En 2020 el 22% respondió que sí, en 2021 ese porcentaje se elevó a 51%. Mientras que para 2022 el 74% de los empleadores encuestados respondieron que están teniendo problemas para retener a sus profesionales.

En Argentina, según la revista Forbes para febrero de 2021 la tasa de renuncias aumentó en un 67% con respecto a la del año anterior.

En agosto de 2022 Randstad, empresa dedicada a brindar soluciones en recursos humanos, postuló un estudio sobre *Employer Brand Research* realizado a partir de 163.000 participantes de 31 mercados globales. En este informe participaron 4.700 argentinos, de los cuales el 33% afirma tener intención de cambiar de trabajo este mismo año. En este mismo estudio postularon que quienes presentan una mayor inclinación al cambio laboral son los profesionales por debajo de los 34 años. Mientras que, en el Randstad Workmonitor postulado en marzo de 2020 fueron solo el 17% de los encuestados argentinos los que afirmaron estar atentos a nuevas oportunidades laborales.

La CEO de Randstad para Argentina y Uruguay explica que:

El paso del coronavirus dejó mayor claridad en las personas respecto a sus objetivos personales y profesionales y eso repercute directamente en la valoración de su trabajo actual y en la necesidad o no de un cambio. Vemos hoy un mayor empoderamiento de la fuerza laboral que está impulsando un incremento de la movilidad y la rotación en las compañías porque las personas están más abiertas a tomar riesgos para acercarse a un trabajo más alineado a sus valores, propósito personal y que les permita un mayor equilibrio entre vida laboral y personal. (Andrea Ávila)

Otros de los aspectos que explican la existencia de la gran renuncia son la hiper conectividad, la presión, el estrés, la falta de oportunidades de crecimiento, la consolidación del trabajo a distancia, la escasez de talento y el modelo freelance.

En línea con esta investigación le hicimos una entrevista con Laura Novik, profesora de las materias Prospectiva y Tendencias de la Universidad de San Andrés. Aquí le preguntamos hacia dónde cree que apuntan las tendencias del habitar. Nos contó acerca de una situación que le está sucediendo tanto a ella como a muchos de sus colegas.

La generación de profesionales de hoy es muy complicada para las compañías retenerla. No es que quieran ganar millones de dólares sino que, no les termina de cerrar el correr la coneja. Correr, correr, correr detrás de cosas que nunca vas a tener. Es una bajada de cambio rarísima para la gente de mi generación. (Laura Novik, 2022)

Definición del Problema

Teniendo en cuenta que el desafío que la consultoría de diseño que da pie a este trabajo es para El Espartano, y a partir de un análisis de las cuatro tendencias planteadas, con mi grupo y tutor entendimos que el downshifting es una corriente/tendencia que va mucho más allá de los espacios habitables o revestibles y por ende sería una problemática demasiado ambiciosa de atacar.

Por otro lado, llegamos a la conclusión de que la biofilia es un movimiento fascinante, sin embargo, en la prematura instancia de definir un problema, sería muy acotado encerrarse en ella.

Por último entendemos que, la gran renuncia nos provee de un marco útil para definir nuestro problema. Es por ello que, teniendo en cuenta las tendencias sobre los nómades laborales, la biofilia, el downshifting y la entrevista con Laura Novik definimos a nuestro problema como:

Las organizaciones tienen dificultades para retener el capital humano y talento profesional joven.

Universo de muestra

Una vez definido el problema, nos proponemos delimitar nuestro universo de muestra para poder hacer las entrevistas e investigación restantes. Para ello acudimos a una nueva etapa de desk research. Esta vez, con el objetivo de entender cuáles son las industrias y edades de los profesionales a estudiar.

Luego de haber consultado el INDEC, los boletines oficiales emitidos por el ministerio de trabajo, empleo y seguridad social, y haber revisado los artículos de consultoras como Randstad, ManPower Group y WTW, llegamos a la conclusión de que, por lo menos a nuestro alcance no hay una estadística certera que defina qué perfil de profesionales son los que tienen un mayor recambio laboral en argentina. Por ello, decidimos hacer una selección a partir de la falta o demanda. Como es necesario que haya oferta laboral para que un profesional pueda renunciar e ir cambiando de organización en organización, vamos a limitarnos a estudiar a los profesionales que pertenecen a rubros o industrias con faltante de profesionales en Argentina.

Un análisis postulado por la consultora estadounidense ManPower Group estudió a más de 40.000 personas en 40 países para determinar la situación sobre la escasez global de talento. En cuanto a la Argentina, el 73% de los empleadores encuestados aseguraron tener dificultades para encontrar los profesionales necesarios (ver gráfico 2 del anexo). Las áreas, o industrias con mayor dificultad son Tecnología de la información (IT) y data, ventas y marketing, operaciones y logística y administración.

Por otro lado, en un informe sobre la actualidad laboral de la industria argentina postulado por la Unión Industrial Argentina relevó información sobre 307 empresas. En cuanto a las posiciones más difíciles de cubrir, las empresas encuestadas afirmaron que estas son las de alta gerencia y dirección, I+D (Investigación y Desarrollo) y sistemas y tecnología (ver gráfico 3 del anexo).

Así es que, limitaremos nuestro universo de muestra a profesionales argentinos de: Tecnología de la información (IT), data sistemas y tecnología; ventas y marketing; operaciones y logística; administración, alta gerencia y dirección; I+D (Investigación y Desarrollo).

Por último, para delimitar la edad de nuestro universo de muestra utilizamos, para la edad mínima, el mínimo de años que puede tener un profesional universitario en argentina, que en las carreras cortas es de 22 años. Y para delimitar la edad máxima de estos profesionales utilizamos un dato extraído del *Employer Brand Research* de Randstad 2022 en el cual postulan que del 33% de los 4.700 argentinos que afirman querer cambiar su trabajo este año, el 41% estaba por debajo de los 34 años de edad. Así es que, nuestros jóvenes profesionales tienen entre 22 y 34 años.

Entendimiento del Problema

Una vez delimitado el universo de muestra, y para poder entender cuáles son algunas de las razones por las cuales las organizaciones están teniendo dificultades para retener a los jóvenes profesionales hicimos entrevistas semi estructuradas y charlas informales con cuatro profesionales de CABA y GBA.

El primer insight que pudimos establecer a partir de la cruce de la investigación sobre la gran renuncia y lo entrevistado con los profesionales es que la migración o el recambio laboral de estos es, en la mayoría de los casos, inevitable.

Cuando le preguntamos a un programador de BDF Ford si hay algo que alguna organización pueda hacer para que él se quede trabajando ilimitadamente nos explico que “No, la verdad es que en el momento que siento que aprendí todo lo que tengo para aprender me voy y hago la mía. Así es como nos manejamos hoy, le sacas todo el jugo que podés y cambiás.” (26 años)

Siguiendo en la misma línea, una profesional en marketing digital que trabaja en Tout Studio nos contaba que el único escenario en el que cree que los profesionales de nuestra generación pueden “casarse” con un trabajo es teniendo su propio emprendimiento, de lo contrario “para nuestra generación, siento que los trabajos tienen fecha de vencimiento.” (25 años)

A partir de lo investigado, entrevistado y analizado hasta aquí, proponemos una re-delimitación del universo de muestra. Ya que, no podemos estudiar a todos los profesionales de entre 22 y 34 años de las industrias establecidas, porque los que nos son pertinentes en esta investigación son únicamente los que eligen tener una relación efímera con las organizaciones con las que se vinculan. Para este trabajo, a los profesionales que cumplan con todos estos requisitos los denominamos nómades laborales.

Teniendo en cuenta que, el hecho de que los nómades laborales no se van a quedar trabajando para la misma organización durante toda su vida, es una decisión tomada a priori de siquiera haber encontrado el trabajo, podemos dedicarnos a entender cuales son los factores que determinan cuánto va a rendir y durar un nómade laboral en una organización.

Para ello, les preguntamos cuáles son las razones o los factores que contemplan al tomar la decisión de cambiar de organización y cuales son los factores que ellos creen los impulsan a rendir más o a esforzarse. A partir de sus respuestas, de los resultados extraídos del Employer Brand Research de Randstad Argentina de 2021 (ver gráfico 4 del anexo) y del estudio Human Spaces obtuvimos los seis factores claves que determinan no sólo cuánto va a quedarse un nómade laboral en una organización sino cuánto va a rendir en esta. Estos factores pueden ser clasificados en dos: los internos y los externos a la organización.

El primer factor es la falta de proyección. Este es necesario dividirlo en dos ya que es tanto interno como externo a las organizaciones. Por un lado, la falta de proyección propia, es decir del profesional consigo mismo (factor externo). Los entrevistados nos explicaban que hoy es muy común no saber dónde querés estar en diez años. No solamente a nivel laboral sino también el no saber en qué lugar

del mundo querés estar. “...me cuesta mucho proyectar tanto tiempo para adelante. No sé si tengo ganas de viajar, de estar siempre en el mismo país.” (Marketing digital, 25 años)

Por otro lado, la falta de proyección también presenta un factor interno y este es la falta de proyección (o crecimiento) dentro de una organización. Cuatro de los cuatro entrevistados ubicaron a esta como la razón número uno por la cual se desvincularían de una organización. El no poder ver un crecimiento a futuro, el dejar de aprender y la monotonía. “No me veo pudiendo crecer y no estancándome en un mismo laburo durante 30 años, por más de que me vaya bien y crezca.” (Marketing digital, 25 años)

El factor de ámbito o clima laboral es en su totalidad interno a las organizaciones. Aquí hay dos aristas claves a contemplar: los factores humanos (jefes, colegas, personas) y el entorno físico. Sin embargo, hay que tener en cuenta que, el entorno físico repercute en el factor humano. En su informe, Randstad asegura que “ambiente de trabajo agradable ha logrado igualar en importancia a la remuneración” (Randstad, 2021). Como mencionamos anteriormente, Cooper afirma que un entorno laboral con elementos naturales disminuye la fatiga mental, aumenta la productividad, el bienestar y la creatividad. Por último, en las entrevistas una de las profesionales nos explicó que, en cuanto a lo que el entorno físico abarca ella prioriza los espacios “con mucha luz solar y verde para no sentir que estoy trabajando” (Marketing digital 25 años).

El cuarto factor es el económico o salarial. Con respecto a esto, una profesional de administración que trabajó en el sector de Business & Strategy en Mercado Corp. nos contaba acerca de la imposibilidad de las empresas argentinas de competir con los salarios dolarizados que ofrecen organizaciones del exterior. Por ejemplo, “El problema que está teniendo puntualmente Mercado libre es que es una empresa de tecnología y hay muchas empresas de tecnología del exterior que ofrecen salario en dólares y Mercado Libre, ahí no puede competir” (Administración, 30 años).

El quinto factor incluye únicamente a los nómades laborales que tienen como objetivo tener su propio emprendimiento. Este es externo a las organizaciones ya que lo delimita la autopercepción del profesional acerca de haber llegado a un estadio de maduración o crecimiento laboral suficiente como para comenzar un emprendimiento propio.

Por último, se encuentra un factor que reúne a tres de los factores mencionados anteriormente y es el de recibir una oferta laboral superadora tanto en proyección y aprendizaje como en ámbito y salario.

Detección de una Oportunidad

Con el fin de establecer una oportunidad que tenga sentido para El Espartano, que esté en sintonía con el desafío que se nos propuso, y por sobre todo que sea abarcable en el marco de este Trabajo Final de Graduación, de los seis factores establecidos anteriormente, definimos nuestra oportunidad en el marco del ámbito laboral.

En este segmento es de suma importancia hacer una síntesis de lo establecido hasta aquí en materia de Nómades Laborales y su vínculo actual con las organizaciones. Hasta ahora, hemos logrado entender que, este segmento específico de jóvenes eligen transcurrir, por lo menos su vida laboral joven, migrando de organización en organización.

Es por ello que, entendiendo que la dificultad de las organizaciones para retener a sus profesionales jóvenes se da, en parte, por una característica intrínseca a los nómades laborales con respecto a cómo eligen transcurrir su vida laboral, sería para este trabajo, muy ambicioso intentar remediar este problema (reteniéndolos).

Sin embargo, una vez descartado el camino de la retención hay otra oportunidad:

Reformular la experiencia laboral habitable, a partir del vínculo efímero que los Nómades Laborales hoy eligen tener con las organizaciones, para que estas tengan un mejor aprovechamiento del tiempo que dispongan de los Nómades.

Universidad de

Proto Personas

Una vez delimitado el universo de muestra, el problema y la oportunidad, nos parece necesario darle vida a nuestra proto persona, es decir a nuestro prototipo de usuario ideal. Principalmente para tener un marco certero de para qué tipo de persona estaremos diseñando e investigando de aquí en adelante.

Debido a nuestro amplio universo de muestra, y con el fin de no dejar de lado ningún potencial usuario, creamos cuatro prototipos. Como explicamos anteriormente nuestros nómades se dedican a ventas y marketing; IT y sistemas; I+D; logística, administración y alta gerencia. Son profesionales dedicados que buscan mantenerse actualizados en las últimas tendencias y tecnologías del mercado para ofrecer soluciones innovadoras.

Viven en grandes conglomerados urbanos como CABA, GBA, Córdoba y Rosario. Aunque disfrutan de la vida urbana y céntrica de las grandes ciudades argentinas, muchas veces aspiran con irse a vivir a Europa o Estados Unidos.

Les interesan las marcas que combinan la calidad con funcionalidad y tecnología. Se ven atraídos por empresas que se destacan por su constante innovación. Por eso sus universos de consumo están relacionados con marcas como Apple, Nike y Lemon Cash. Son entusiastas de mantenerse en contacto con otros profesionales de su industria a través de plataformas como LinkedIn. Aprecian los productos y herramientas que les facilitan su trabajo y vida diaria. Son entusiastas de un futuro sostenible y más circular. Entienden que la movilidad urbana es un eslabón clave en este proceso, y por ello son usuarios de por ejemplo bicicletas o monopatines eléctricos.

Les gusta el trabajo en equipo y la vida laboral en organizaciones. Poseen una inclinación hacia las multinacionales y por ello trabajan en empresas como Globant, Ford, DHL y Mercado Libre.

Por último, tal y como recopilamos en las entrevistas, los principales factores que contemplan a la hora de cambiar de trabajo son el estancamiento en su desarrollo profesional y la falta de proyección en cuanto al crecimiento dentro de la organización. El factor económico o salarial también ocupa un lugar importante ya que entienden su valor y buscan ser recompensados por sus habilidades. Por último, el ámbito y clima laboral son claves ya que entienden la incidencia que un entorno sano, colaborativo y motivador puede tener en el alcance de las metas profesionales. (Ver imagen 17 del anexo).

Investigación

En esta tercera instancia de investigación retomamos el *deskresearch* con el fin de entender cuáles son las medidas que ya están incorporando hoy las organizaciones, para mitigar el problema de la retención laboral. Con esto buscamos no solo nutrirnos de las soluciones y herramientas actuales, sino que también no caer en una falsa innovación.

En cuanto a la ambientación del espacio laboral como herramienta para un mejor aprovechamiento de los trabajadores, existe la empresa estadounidense de pavimentos modulares Interface Composure, creada en 1973, que hoy lidera en España con una cuota de mercado de más del 50% en las oficinas españolas. Dentro de sus colecciones han creado dos llamadas “Human Connections” (Interface Composure, n.d.) y “Human Nature” (Interface Composure, n.d.) donde buscan replicar en el suelo elementos de la naturaleza como piedras, cortezas, musgo y más. Según ellos, Human Connections “proporciona literalmente las señales sensoriales y naturales que buscamos en nuestras aceleradas vidas, apoyando la idea de que los espacios más positivos ofrecen variabilidad y elección. [...] para presentar la vegetación que anhelamos de una manera muy orgánica.” (Interface Composure, n.d.) (ver Imágenes 7 y 8 del anexo). Mientras que la colección Human Connections

busca alimentar aquellos instintos que “nos devuelven a la naturaleza, con sus indicaciones claras pero sutiles sobre la mejor manera de vivir y trabajar. Ese vínculo vital y misterioso entre la naturaleza que observamos y esta misma naturaleza dentro de nosotros es la inspiración detrás de la colección Human Nature.” (Interface Composure, n.d.) (ver Imagen 9 del anexo).

Otra herramienta muy utilizada por las organizaciones a la hora de retener o incentivar a su personal son los beneficios en forma de prestaciones de servicios. Un ejemplo que se popularizó en los últimos años es la cobertura de wifi para el home office. Sin embargo, la empresa Mercado Libre siempre ha ido un paso más lejos en la innovación de estas prácticas, hasta ahora había incorporado salas de lactancia y hasta dos años de horarios flexibles para las madres recientes. Pero desde 2022 se convirtió en la primera empresa de América Latina en cofinanciar el congelamiento de óvulos a sus empleadas. En un reportaje de la revista Expansión, Alessandra Góngora explicó que “Esperamos que tenga un impacto en el compromiso y la atracción de talento. Que se vea que Mercado Libre te acompaña en tus decisiones y trae iniciativas innovadoras.” (“Mercado Libre apoya a sus empleadas que quieren congelar sus óvulos” 2018)

Esta práctica también está creciendo en países como Estados Unidos, donde, según la Encuesta Nacional de Planes de Salud de la consultora Mercer: alrededor de un 10% de las organizaciones con más de 20.000 empleados ofrecen este beneficio.

Otra metodología que se encuentra en auge en los últimos años es la de tercerizar el sistema de beneficios. Plataformas como Happier se encargan de recompensar y brindar beneficios a los empleados de las organizaciones que los contratan de manera flexible mediante un sistemas de puntos. De esta manera, las organizaciones se aseguran de que sus empleados se mantengan motivados sin tener que hacerse cargo del seguimiento ni la compensación individual.

Por otro lado, Cabify, la empresa española de red de transporte, acaba de sacar al mercado la opción de vouchers. Un sistema con códigos de descuento para costear los viajes de los empleados cuando por ejemplo, salgan tarde de la oficina. La empresa explica que “Los desplazamientos suelen implicar gasto económico personal y estrés para tus empleados. Potenciá tu marca empleadora ofreciendo vouchers con descuento en viajes con Cabify.” (Cabify 2023)

Recapitulación

Previo a sumergirnos de lleno en el sistema solución, creemos necesario, luego de haber tocado tantos y variados temas, hacer un pequeño resumen de las conclusiones o entendimientos claves que serán necesarios tener en cuenta para un mejor entendimiento de nuestra propuesta.

- Desafío El Espartano: Imaginar nuevas experiencias y aplicaciones materiales en superficies y revestimientos, buscando ir más allá de las tipologías tradicionales para habitar, descansar, transitar, jugar y/o trabajar en un mundo que nos desafía a reducir el impacto en la producción, el uso o el descarte.
- Primer insight: es necesario que (así como lo hicieron los creadores de la alfombra y los tapices) repensemos los revestimientos a partir de nuestros modos de habitar actuales.
- La Gran Renuncia como tendencia laboral de la actualidad que le da marco al problema de este trabajo: Las organizaciones tienen dificultades para retener el capital humano y talento profesional joven.
- La Bío-filia como herramienta para aumentar la creatividad, productividad, bienestar y compromiso en los entornos laborales; pero también como herramienta para disminuir los niveles de fatiga mental.
- Los Nómades Laborales son profesionales de entre 22 y 34 años que eligen tener una relación efímera con las organizaciones con las que se vinculan.
- Oportunidad: repensar la experiencia laboral habitable a partir del vínculo efímero que los nómades laborales hoy eligen tener con las organizaciones, para un mejor aprovechamiento de los mismos.
- Innovación de las organizaciones en prácticas que mantengan el compromiso y motivación de su personal.

Sistema Solución

A partir de lo postulado hasta aquí, decidimos que nuestra propuesta será un sistema solución de transformación biofílica y cambiante del espacio laboral para brindarle a las organizaciones la posibilidad de tener un mejor aprovechamiento de los Nómades Laborales.

Tal como explica Christopher Alexander en “Sistemas que generan sistemas” para poder decir que lo que estamos presentando como solución es verdaderamente un sistema debemos poder enumerar cada uno de los elementos y las interacciones que estos presenten entre sí.

Las organizaciones y los Nómades Laborales

Los primeros dos actores de nuestro sistema son las organizaciones y los Nómades Laborales, que presentan una interacción de necesidad mutua. (Ver gráfico 5 del anexo)

A partir de lo relevado en las entrevistas, estos profesionales de entre 22 y 34 años necesitan de las organizaciones no solo un salario, sino que también aprendizaje, espacio para crecer, experiencia, curriculum, motivación, entre otros. Y las organizaciones necesitan del trabajo, conocimiento, innovación, capacidad y creatividad de estos jóvenes profesionales.

Como mencionamos anteriormente, es dentro de esta interacción donde reside el problema central de nuestra investigación. Mientras que los nómades laborales buscan un vínculo efímero con las organizaciones con las que se vinculan. A estas últimas les es mucho más eficaz un profesional a largo plazo, ya que es mucho el tiempo y dinero necesario para instruir y adaptar a un profesional a las necesidades específicas. Como también mencionamos anteriormente, sería demasiado ambicioso para este trabajo apuntar a solucionar en su totalidad este problema. Así es que proponemos una solución parcial en la cual le otorgaremos a las organizaciones la posibilidad de tener un mejor aprovechamiento del tiempo que sea que dispongan de estos jóvenes profesionales. Es aquí donde entra en juego nuestro segundo par de elementos.

El Espartano y los artistas

El Espartano por su parte, para poder satisfacer esta necesidad que presentan las organizaciones, interacciona con artistas a través de alianzas (ver gráfico 6 del anexo). Esta no es una práctica novedosa para El Espartano, ya que en el pasado ha formado alianzas con diversos artistas como Gaspar Livedinsky para el proyecto arquitectura del cuerpo (ver imagen 10 del anexo); Martín Churba quien tiene su propia colección de alfombras en el marco del *Laboratorio de Diseño & Sustentabilidad* de la empresa (ver imagen 11 del anexo); entre otros.

En este caso, las alianzas tendrán el formato de comisiones específicas. Es decir que, El Espartano les presentará una comisión ya sea para una pieza o una línea/colección y se les pagará la totalidad del proyecto.

Estas alianzas serán con artistas que se dedican actualmente a retratar la naturaleza. Con el fin de que diseñen paisajes que puedan ser luego replicados en tejidos por la maquinaria de El Espartano.

Una artista ejemplar con la cual se podría formar la primera alianza es Alexandra Kehayoglou, quien forma parte de la familia de El Espartano y se dedica a retratar la naturaleza en alfombra.

Alexandra es una artista textil argentina que se dedica a articular territorios y paisajes con denuncias a ecocidios que se cometen en la actualidad. Sus obras tienen la particular característica de presentar ante el espectador territorios de la naturaleza materializados en alfombras y tapices.

Manteniendo siempre central su compromiso social con el medio ambiente. Estas son algunas de las razones por las cuales fue recientemente distinguida por la Fundación Konex.

El Espartano: producción modular de los paisajes

Una vez creados los diseños biofílicos (paisajes de naturaleza retratados por los artistas), el Espartano, se encargará de la producción modular de los mismos. Práctica en la cual poseen experiencia ya que gran parte de su mercado son las alfombras modulares que producen para oficinas y entornos laborales (ver imágenes 12 y 13 del anexo).

Sin embargo, dado a que estos módulos forman parte de una transformación biofílica **cambiante** (en la cual profundizaremos más adelante), tendrán características distintivas. La primera de ellas siendo el soporte. Con el fin de facilitar el traslado, la colocación y asegurar un acabado prolijo y uniforme de los paisajes será necesario colocar un material rígido por detrás de cada módulo. Dentro de las muchas opciones que hoy se encuentran disponibles en el mercado, proponemos utilizar las láminas de Bioplastic Shop. Bioplastic Shop es una empresa holandesa que se dedica a fabricar plásticos de base biológica a partir de caña de azúcar. Estos presentan tres principales ventajas, en primer lugar las plantaciones de caña de azúcar absorben CO₂ del ambiente y por ende reducen los niveles actuales. En segundo lugar, estos bioplásticos son producidos a menores temperaturas que los plásticos comunes y por ende su producción emite menor cantidad de CO₂ al medio ambiente. Por último, estas láminas, al ser biodegradables tienen la capacidad de degradarse en el medio ambiente sin convertirse en microplásticos. Para este proyecto proponemos cementar los módulos a las láminas de 1000x600mm con 3mm de espesor, que tienen un valor minorista de 29 euros por pieza y un tiempo de envío de entre 5 y 10 días hábiles.

La segunda característica distintiva en la producción de estos módulos será el sistema de enganche que deberían tener por detrás para poder ser posicionados en las paredes. Para ello proponemos las tiras Damage Free Hanging de la marca 3M (ver imagen 14 del anexo). Son tiras de velcro adhesivo, compuestas de dos partes, una que se añade a la pared, y la otra a la superficie trasera de los módulos. De esta forma, con 700 pesos (a precio minorista) es posible sostener en la pared hasta 2m² de alfombra.

El Espartano: colocación, recambio e higiene.

Para poder llevar a cabo este proyecto, será necesario formar un grupo de profesionales que se encarguen de la colocación, el recambio y la higiene de los paisajes modulares (ver gráfico 7 del anexo). En el estadio inicial, el equipo irá al espacio a ser intervenido, para elegir junto al cliente cuáles serán las paredes involucradas y a tomar medidas de las mismas. Es importante tener en cuenta que dicho procedimiento solo se dará la primera vez, ya que los datos serán cargados al perfil del cliente. Una vez finalizado este primer paso, comienza un circuito cerrado (ver gráfico 8 del anexo) que se repite de manera anual. El cliente, a través de la web, elige cuál será el paisaje biofílico que lo acompañará por el próximo año; de ser necesario, se hará una optimización del mismo para que encaje en las paredes del cliente; el equipo se encargará del recambio; una vez extraído, cada módulo del paisaje pasará por un proceso de higiene y chequeo de condiciones antes de ser reinstalado en el próximo cliente y comenzar nuevamente el circuito.

Las organizaciones y El Espartano: suscripción

Por su parte, las organizaciones, con el fin de sacarle un mejor provecho al acotado tiempo que disponen de sus nóminas laborales, interaccionan con El Espartano, a través de una suscripción, para recibir la antes mencionada: transformación biofílica cambiante del espacio laboral (ver gráfico 9 del anexo).

Para poder diseñar dicha suscripción abrimos una nueva línea de investigación para tomar como referencia diversas empresas que hoy en día ya prestan este tipo de servicios.

Ecodicta es una empresa fundada por cuatro jóvenes que, con el fin de reducir la huella medioambiental generada por el *fast fashion*, prestan un “servicio de armario circular, que a través del alquiler busca alargar al máximo la vida útil de las prendas para reducir la necesidad de comprar y por ende la producción desenfrenada.” (Ecodicta 2021). Hasta la fecha, constan de tres tipos de suscripciones, la básica, circular y Maxi Pro, todas incluyen envío y lavados, la principal diferencia reside en la cantidad de prendas y por ende el precio a pagar. Por ejemplo, en la caja básica vienen incluidas 3 prendas con un valor total aproximado de 250 euros y la suscripción sale 39.90 euros por mes, es decir que uno paga aproximadamente el 16% del valor de las prendas por mes. En la caja circular (cinco prendas), el cliente paga aproximadamente el 12,5% y en la caja Maxi Pro (ocho prendas) el cliente paga aproximadamente el 7% del valor de las prendas por mes.

Rent The Runway, empresa pionera en alquiler de ropa y membresías, comenzó en 2009 revolucionando la manera con la que consumimos prendas de diseñador. Hoy en día constan de tres

tipos de membresías, en cada una de las cuales aseguran que estarás alquilando cada prenda por un valor aproximado de diez dólares. Teniendo en cuenta que la vasta mayoría de las prendas que poseen superan el valor de compra de los 200 dólares, con la membresía los clientes están pagando como máximo el 5% del valor de cada prenda. Todas las membresías incluyen envío, devolución y seguro para desgastes menores que puedan recibir las prendas.

El club del vino Bomvivir se insertó en el mundo de las membresías ofreciendo una opción diferente. A través de la suscripción mensual los clientes pueden elegir entre los vinos seleccionados por enólogos. Al igual que todas las membresías que investigamos hasta ahora, el envío está incluido. El club consta de cinco tipos de membresía, las diferencias entre sí residen principalmente en la calidad y cantidad de vinos que se ofrecen y por ende en el precio. Ser miembro del club, no solamente te ofrece la posibilidad de conocer variedad de vinos seleccionados sino que también pagar menos por ellos. Por ejemplo, en el mes de agosto, los miembros de la selección insignia (la más cara de las disponibles) pagaron \$32.639 pesos por tres botellas de vino que tienen un valor total de \$40.000.

Para diseñar la propuesta inicial de nuestra suscripción decidimos tomar como referencia algunos de los puntos claves que encontramos que las empresas que proveen este tipo de servicios tienen en común. Generalmente, los miembros abonar la suscripción con la misma regularidad que reciben ya sea bienes o servicios. Es decir que si reciben una caja cada tres meses, abonarán una vez cada tres meses. Así es que, como nuestro circuito de recambio será anual, el abono de la suscripción también lo será, aunque se le dará a los clientes la posibilidad de cancelar el pago en cuotas. En cuanto al monto a abonar, vimos que en todos los casos, los miembros pagan un porcentaje ampliamente menor al valor real del producto. De este modo, proponemos que la suscripción anual tenga aproximadamente el valor del 20% de una obra. Así, El Espartano podría solventar la inversión de cada obra, con una organización en el plazo de cinco años.

Tal y como mencionamos anteriormente, todas las membresías estudiadas tienen incluido el envío. Nuestro servicio no será diferente, afortunadamente, El Espartano ya consta de una logística *inhouse* para las colocaciones que hacen en la actualidad.

Nómades laborales y El Espartano

La última de las interacciones entre los elementos del sistema será entre los nómades que trabajen para las organizaciones y El Espartano, ya que estos serán los encargados de brindar la locación para la transformación biofílica. Como vimos con anterioridad, las organizaciones están implementando diversas medidas para retener y mantener productivo a su personal. Entre ellas, una que se popularizó a partir de la pandemia son los días de trabajo remoto. CIPPEC (Centro de

Implementación de políticas públicas para la Equidad y el Crecimiento) publicó un informe en 2021 donde el 83% de los encuestados aseguró estar trabajando de manera híbrida, un 14% de manera remota y tan solo un 4% de manera totalmente presencial. Es importante tener en cuenta que este informe se realizó en un año en el cual las medidas de distanciamiento social seguían en pie y por ende los resultados se vieron afectados. Ya en 2022, la empresa WeWork, junto con Michael Page, encuestó a 8000 trabajadores formales de Latinoamérica y afirmó que el 70% de los encuestados argentinos trabajan de manera híbrida (tienen días presenciales y remotos).

Así es que, deberán ser los nómades quienes decidan dónde es que prefieren que se de esta transformación biofílica, ya sea en su hogar (ver imagen 15 del anexo) o en las oficinas de la organización (ver imagen 16 del anexo).

Recapitulación del sistema solución

Habiendo explicado por separado, todos los elementos del sistema solución y su interacción entre sí, para una mejor comprensión, nos parece adecuado proporcionar una versión del sistema en la cual todos los elementos sean explicados juntos, como un todo.

Las organizaciones y los Nómades Laborales presentan una interacción de necesidad mutua. Donde, los nómades necesitan de las organizaciones no solo un salario, sino que también aprendizaje, espacio para crecer, curriculum entre otros. Y las organizaciones necesitan del trabajo y conocimiento de estos profesionales. Con el fin de aprovechar al máximo el tiempo que dispongan de los nómades, las organizaciones interaccionan con el Espartano a través de una suscripción anual.

El Espartano por su parte, para poder satisfacer la necesidad de estas organizaciones genera alianzas con artistas, que se dedican a retratar la naturaleza. Para que estos, diseñen paisajes biofílicos que puedan luego ser replicados por la maquinaria de El Espartano.

Una vez diseñados los paisajes, El Espartano se encarga por un lado de la fabricación modular de estos paisajes (con soporte y sistema de enganche), y por otro lado, de la colocación, recambio, optimización, higiene y estado de cada uno de estos paisajes de manera anual

Por último, son los nómadas laborales quienes le aportarán a El Espartano la locación para la instalación ya sea que trabajen desde sus hogares o en oficinas de la organización.

Todo esto para que El Espartano pueda finalmente brindarle a las organizaciones un sistema de transformación biofílica cambiante de su espacio laboral para un mejor aprovechamiento del tiempo que dispongan de los Nómades Laborales.

Nómade

Como resultado de este análisis e investigación nace Nómade. Un sistema de membresía dentro de El Espartano, que a través de transformaciones físicas del entorno laboral viene a brindarle a las organizaciones la posibilidad de tener un mejor aprovechamiento de sus profesionales.

Buscamos promover un entorno laboral más saludable, enriquecedor, productivo y equilibrado para potenciar el desarrollo laboral de los jóvenes profesionales que ya no se adaptan a las antiguas metodologías laborales. Nómade, viene a establecer vínculos emocionales con sus usuarios ofreciéndoles una experiencia laboral única al introducir la biofilia de una manera innovadora, sustentable y cambiante.

Valores de la marca

Innovación: desde Nómade nos comprometemos a mantener el foco en la vanguardia tanto de los desarrollos biofílicos como de las tendencias en los modos de habitar, para siempre poder brindarle a nuestros usuarios experiencias únicas y que propicien su bienestar.

Sostenibilidad: Tal como menciona el desafío Nómade nace en contexto que “nos desafía a reducir el impacto en la producción, el uso o el descarte”. Por eso es que, a través del uso de materiales reciclados y reciclables y la circularidad constante de los productos, le aseguramos a nuestros clientes que dentro de nuestras capacidades, todas las intervenciones que sean posibles serán sostenibles y amigables con el medio ambiente.

Bienestar: Nómade existe por y para los Nómades Laborales, es por eso que con el fin de mejorar el bienestar integral de estos usuarios introduce al mercado nuevas prácticas que proponen mejoras en el equilibrio con la naturaleza.

Identidad Visual

El logotipo de Nómade será nada más y nada menos que una abreviación de su nombre (ND). Ya que este pone como foco principal a los Nómades Laborales, pero también nos remite a aquellos primeros nómadas asiáticos a los cuales se les atribuye la invención de los primeros tapices y alfombras. No solo eso, sino que la Real Academia Española establece la definición de nómada como aquello “Que está en constante viaje o desplazamiento.” (Real Academia Española, n.d.) tal como lo estarán las instalaciones al circular por los espacios laborales de nuestros miembros.

La paleta de colores, al igual que nuestros paisajes, ha sido tomada de la naturaleza. Combina verdes de las plantas con marrones y grises de la tierra. Buscando evocar naturaleza, tranquilidad, equilibrio y armonía. (Ver imagen 18 del Anexo).

La tipografía del logo y de determinados títulos y encabezados de la web será Denton. Esta tipografía es clásica, cálida y expresiva. Nos remite a los titulares de diarios y revistas de la década del 70, nos trae algo conocido, clásico, institucional y profesional pero a la vez reversionado y actual. Mientras que la tipografía secundaria es Source Code Variable, sin serifa, monoespaciada y legible. Esta tipografía viene a generar un contraste con la imagen clásica que nos brinda Denton, ya que fue creada para aplicaciones de programación y código. (Ver imagen 19 del Anexo)

Comunicación

El tono de voz será amigable, accesible y cercano pero al mismo tiempo profesional. Responderemos las consultas de manera ágil y humana, enviaremos mensajes personalizados en fechas importantes y les recordaremos a los miembros que apreciamos que sean parte de nuestra comunidad. Esto generará confianza y lealtad. Utilizaremos un lenguaje que transmita claridad y serenidad. Tendremos en cuenta en todo momento que todo lo que sobra resta, así es que intentaremos explicar y comunicar de manera breve y sencilla la relevancia y los beneficios que traen nuestras transformaciones biofílicas en los entornos laborales, poniendo el foco en la mejoría en productividad y bienestar. Con el fin de posicionarnos como la mejor opción tanto para organizaciones como para jóvenes profesionales que buscan un entorno laboral equilibrado, saludable, productivo y enriquecedor.

Touchpoints

Utilizaremos Instagram para atraer usuarios, pero principalmente para generar una comunidad entre los miembros de Nómade. En la plataforma, haremos uso de *reels*, historias y posts para transmitir los beneficios de las transformaciones pero principalmente traer a la luz historias inspiradoras y experiencias de nuestros miembros. Aquí haremos uso del *storytelling* para cautivar la atención y compartir relatos de nuestros usuarios sobre las mejorías que experimentaron en su entorno laboral a raíz de nuestras instalaciones. Intentaremos de esta forma, conectar emocionalmente con nuestro público objetivo demostrando el impacto de nuestras soluciones biofílicas. También publicaremos consejos para integrar la biofilia al hogar y espacio laboral por fuera de nuestras transformaciones y publicaremos sobre desarrollos innovadores en materia de

biofilia y sustentabilidad. En esta plataforma será clave publicar regularmente para mantener a nuestra audiencia comprometida y generar una comunidad activa.

Linkedin será la plataforma principal para atraer organizaciones y hacernos conocidos entre los profesionales jóvenes. En esta red nos enfocaremos en los beneficios de nuestras transformaciones, tanto para los profesionales como para las organizaciones. Haremos más hincapié en el respaldo científico del equilibrio con la naturaleza en el entorno laboral, publicaremos artículos informativos, *papers* y estudios de caso que respalden nuestro proyecto.

El tercer touchpoint será un botón dentro de la página principal de El Espartano. Este tendrá la función de atraer y darnos a conocer entre los clientes actuales y potenciales de la marca. Es una estrategia para redirigir a usuarios de alfombras a la página de Nómade. (Ver imagen 20 y 21 del anexo)

Por último, la página web. Como mencionamos, a esta se podrá acceder desde la *main* de El Espartano, pero también desde links en Instagram y LinkedIn. En esta plataforma, habrá información acerca de quiénes somos, qué hacemos, la importancia de la biofilia en el entorno laboral, catálogos con las obras de los artistas, proyectos actuales, renders de espacios intervenidos y una explicación detallada del circuito de Nómade. Será una plataforma intuitiva donde los miembros podrán acceder a los servicios de membresía, soporte personalizado para resolver inquietudes y guías que los acompañen en el proceso de transformación de su entorno laboral. Este segmento únicamente habilitado para miembros, será el sitio desde donde elijan los paisajes para las instalaciones. (Ver imagen 22 y 23 del anexo)

Conclusión

En esta consultoría, para la empresa argentina de alfombras y revestimientos textiles El Espartano, nuestro objetivo fue, desde un comienzo, desarrollar un sistema solución que esté a la altura del desafío² que se nos propuso.

Para ello, acudimos a diversas instancias de investigación a través de *deskreaserch* y diseñamos encuestas digitales cuanti-cualitativas. Que, muy resumidamente nos llevaron a reflexionar acerca

² desafío el Espartano: Imaginar nuevas experiencias y aplicaciones materiales en superficies y revestimientos, buscando ir más allá de las tipologías tradicionales para habitar, descansar, transitar, jugar y/o trabajar en un mundo que nos desafiaba a reducir el impacto en la producción, el uso o el descarte.

de cómo, la alfombra, sigue siendo el mismo objeto que siglos atrás, nuestros modos de habitar evolucionaron pero las alfombras permanecieron prácticamente iguales. Lo cual nos llevó a nuestro primer *insight*: debemos repensar los revestimientos textiles en función de las nuevas formas de habitar y trabajar que tenemos en nuestra sociedad.

A partir de una segunda instancia de investigación y análisis, profundizamos en tres tendencias actuales para darle un marco a los modos de habitar a partir de los cuales repensar la alfombra. Estas son la Biofilia, el Downshifting y la Gran Renuncia.

Utilizando esta segunda investigación como eje, logramos definir el problema como: la dificultad a la que se enfrentan las organizaciones a la hora de retener el talento profesional joven. Más específicamente a los Nómades Laborales, jóvenes que optan por cambiar frecuentemente de organización para la cual trabajan. Justamente por esta voluntad intrínseca de los Nómades Laborales, es que optamos por evadir el camino de la retención laboral y planteamos nuestra oportunidad en el marco de darle a las organizaciones un mejor aprovechamiento del tiempo que dispongan de sus profesionales.

Como solución ante este escenario, desarrollamos Nómade, un sistema de membresías que le proporciona a las organizaciones transformaciones biofílicas cambiantes del espacio laboral. Con el fin de reducir la fatiga mental, aumentar la creatividad, productividad y satisfacción de los profesionales.

Nómade, en alianza con artistas que diseñan paisajes naturales, los plasmará de manera modular en alfombra para revestir las paredes de los espacios laborales tanto de las organizaciones como de los hogares de sus profesionales. Estas transformaciones serán cambiantes, ya que, a través de un circuito anual los miembros tendrán la posibilidad de ir cambiando el paisaje biofílico que los acompañe para adaptarse constantemente a los gustos y necesidades de los profesionales que ocupen esos espacios.

La flexibilidad y adaptabilidad del sistema son elementos atractivos para los Nómades Laborales, quienes valoran la autonomía, la innovación y por sobre todo las nuevas experiencias. A las organizaciones, la posibilidad de contar con un espacio de trabajo en constante evolución y que refleje las tendencias en diseño y sostenibilidad, no solamente les proporciona un mejor aprovechamiento de sus profesionales, sino que también les ofrece un atractivo distintivo para este segmento de trabajadores.

Además, la alianza con artistas no solo aporta una estética innovadora y biofílica, sino que también estimula diálogos creativos e interdisciplinarios. Lo cual abre el abanico, no sólo de clientes e interesados sino que también de posibilidades, proyectos y propuestas a futuro.

Introducimos la biofilia en una búsqueda hacia mejorar la satisfacción laboral, creatividad y productividad de los profesionales. Además, en un contexto donde el agotamiento laboral y el estrés son desafíos importantes, Nómade emerge para contrarrestar estos problemas y fomentar un ambiente laboral más saludable, equilibrado y en sintonía con las tendencias actuales.

La circularidad del proyecto también demuestra el interés del Espartano por reducir el consumo excesivo y el desperdicio. La sostenibilidad y la circularidad no son solamente una ventaja competitiva sino que un modo de habitar y operar en un contexto social cada día más consciente sobre el cuidado de nuestro planeta.

Nómade nos invita a reflexionar sobre la relación que tenemos con nuestro ambiente laboral. Con el foco puesto en la sostenibilidad, la circularidad y el bienestar de sus clientes, integra la naturaleza de una manera innovadora en la vida laboral. Como producto de esta mejora en el espacio laboral, le brinda a las organizaciones la posibilidad de sacarle un mejor provecho al tiempo que disponen de sus profesionales.

Posicionando así a El Espartano, como una empresa que trasciende del concepto tradicional de alfombras y revestimientos textiles. Se pone a la vanguardia en el diseño de espacios laborales biofílicos reflejando su capacidad de adaptación y entendimiento de las constantes transformaciones que sufre nuestra sociedad.

Mejoras y futuros pasos para Nómade:

Ampliar la cartera de alianzas con artistas. Nómade debe mantenerse en constante contacto con el mundo del arte, diversificando así el tipo de artistas con los que construye alianzas. De esta manera podrá enriquecer la oferta de paisajes para adaptarse a diversos entornos laborales y por ende atraer y satisfacer un amplio abanico de clientes.

La biofilia y el diseño de los espacios laborales son campos que se encuentran en constante evolución. Cómo es crucial que el proyecto se mantenga innovador con el paso del tiempo, se podría crear un grupo de profesionales que se dedique específicamente a la investigación y análisis

continuo de las tendencias en biofilia y diseño de espacios laborales. Una posibilidad para este nuevo segmento podrían ser colaboraciones o pasantías con Universidades e institutos de investigación donde los alumnos cercanos a recibirse sean quienes traigan a la mesa las últimas tendencias. Con el fin de mantener la oferta de Nómada en actualizada.

Por último, proponemos abrir una línea de investigación y experimentación que fusione los materiales actuales utilizados para las alfombras con materiales vivos. Investigar sobre tecnologías y técnicas que permitan incorporar la vegetación de manera sostenible y funcional, avanzando así cada vez más en la incorporación de la biofilia en los espacios laborales. Para ello, podríamos gestionar colaboraciones o alianzas con expertos en botánica y biología para explorar la viabilidad de la incorporación de plantas o elementos vivos a las instalaciones. Un ejemplo para este segmento podría ser la unión entre alfombra y el Hormigón Musgo analizado en la investigación.



Universidad de
San Andrés

Bibliografía

Barbiero, G. (2011). *Biophilia and Gaia. Two hypothesis for an affective ecology*. University of Valle d'Acosta.

Cabify. (2023). Accessed 06 11, 2023.

https://cabify.com/l/ar/empresas/viajes-cortesia?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=ar-all-corp-acq-lead-search-text-dm-cpc-alwayson_gen_voucher_snippet-age-gr-lp-google-web&gad=1&gclid=CjwKCAjwyqWkBhBMEiwAp2yUFoeAZRci8sEcMdMmP3M6jApOY3tc83ejO.

Cooper, C. (2015). *Human Spaces: El impacto mundial del diseño biofílico en el lugar de trabajo*. Universidad de Lancaster.

Ecodicta. (2021). "Nosotros | Alquiler de Ropa | Economía Circular." Ecodicta. Accessed 09 20, 2022.

<https://ecodicta.com/nosotros/>.

Elgin, D. (1981). *Voluntary Simplicity: Toward a way of life that is outwardly simple, inwardly rich. (second revised edition)*. New York: HarperCollins.

Fanelli G. y Gargiani R. (1999). *El Principio del Revestimiento*. Ediciones Akal.

Gobierno de México. 2015. "Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad (CONABIO)." Accessed 09 10, 2022.

<https://www.gob.mx/conabio>.

Hamilton, Clive. 2003. *Downshifting in Britain A Sea-change in the Pursuit of Happiness*. Australia Institute.

Hernandez Rosas, H. (2016). *Biofilia el clima como experiencia artística*. Universidad Computense de Madrid.

Interface Composure. (2022) "Human Connections." Interface. Accessed 06 13, 2023.

<https://shop.interface.com/EU/es-ES/carpet-tile/moss/8341C.html>.

Interface Composure. (2022) "Human Nature." Interface. Accessed 06 13, 2023.

<https://shop.interface.com/EU/es-ES/carpet-tile/hn810/7617C.html>.

ManPower Group. (2022). *Escasez Global de Talento*. . Accessed 09 20, 2022.

Randstad. (2021). *Employer Brand Research*. <https://www.randstad.com.ar/quienes-somos/press-releases/buen-ambiente-buen-salario-factores-mas-importantes-del-trabajo-ideal/>

Real Academia Española. "nómada | Definición | Diccionario de la lengua española | RAE -

ASALE." Diccionario de la lengua española. Accessed 07 24, 2023.

<https://dle.rae.es/n%C3%B3mada#lca2RvN>.

Wilson, E. O. (1993). *The Biophilia Hypothesis*. Island Press.

Wilson, E. O. (2002). *The Future of Life*. Knopf Doubleday Publishing Group.



Universidad de
San Andrés

Anexo

Imagen 1: Kayabuki no Sato, pueblo cerca de Koyoto Japón



Imagen 2 y 3: Hormigón Musgo



Imagen 4: Cuadro hecho con musgo.



Imagen 5: Alfombra de musgo.



Imagen 6: Instalación de la empresa Catalana: Musgos



Imagen 7 y 8: Moss in Stone de la colección Human Connections de Interface Composure



Imagen 9: Limestone de la colección Human Nature de Interface Composure



Imagen 10: Pantuflas creadas en la alianza entre Gaspar Livedinsky y El Espartano en el proyecto *Arquitectura del cuerpo*.



Imagen 11: alfombra de la colección de Martín Churba en alianza con El Espartano.



Imagen 12 y 13: alfombras modulares producidas por el Espartano para entornos laborales y oficinas.

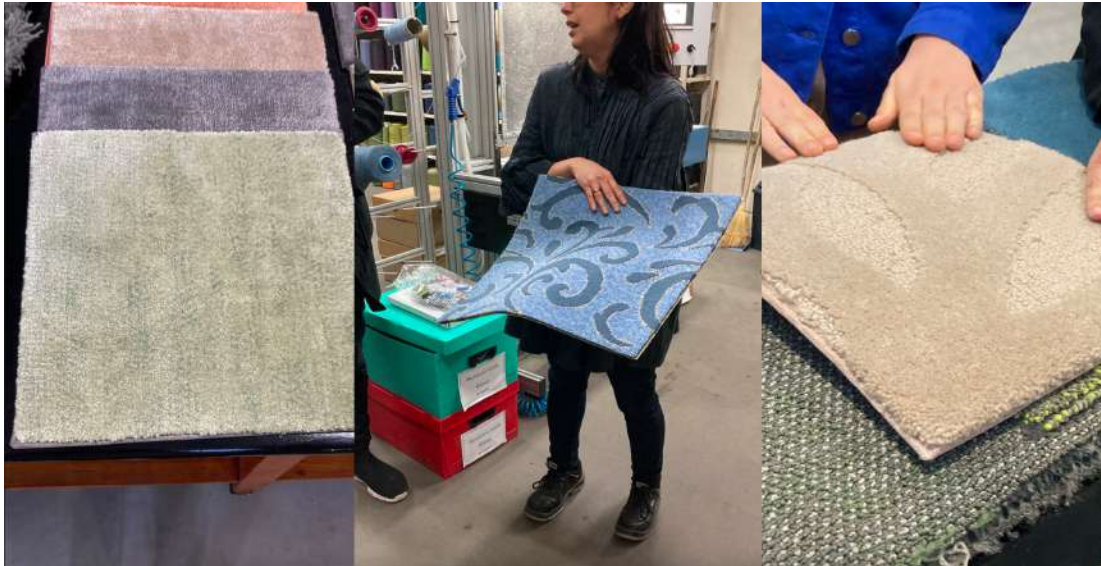


Imagen 14: Tiras Damage Free Hanging de 3M.



Imagen 15: render ilustrativo del antes y después de la instalación en el espacio laboral de un hogar.



Imagen 16: render ilustrativo del antes y después de la instalación en el espacio laboral de una organización.



Imagen 17: Proto personas



Imagen 18: Paleta de colores de Nómade



Imagen 19: Tipografías de Nómade



Imagen 20 y 21: Botón de acceso al sitio web de Nómade desde la página principal del Espartano.

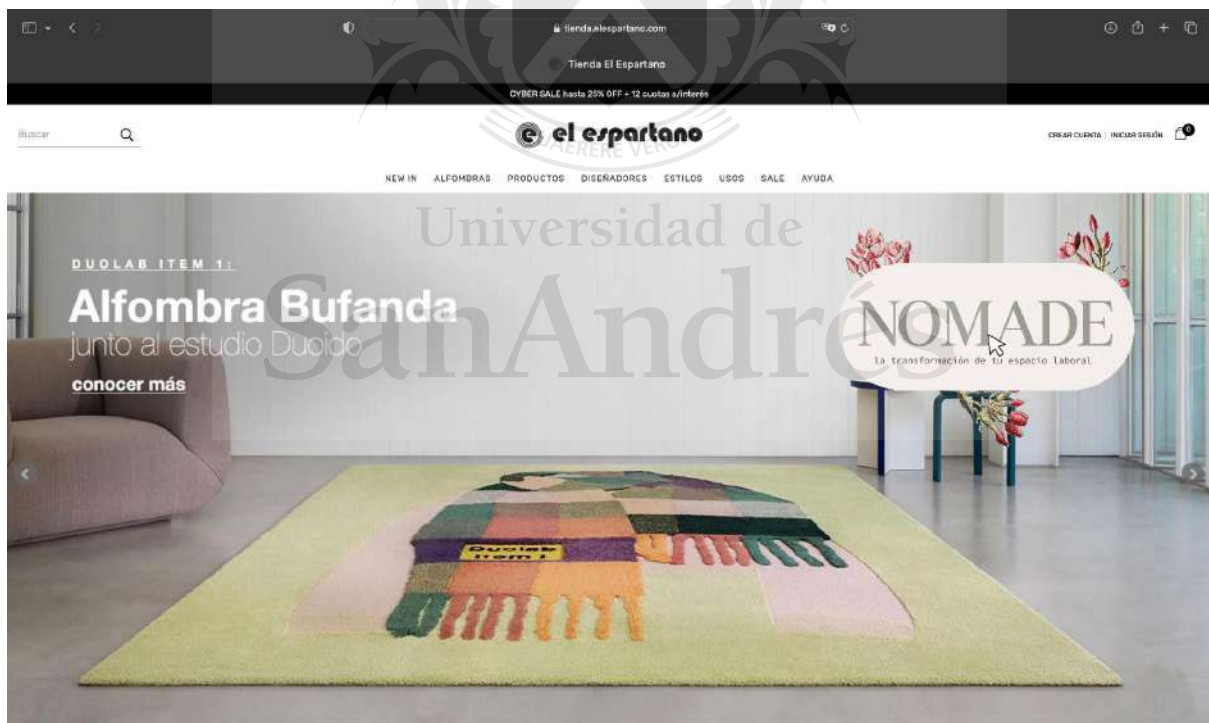
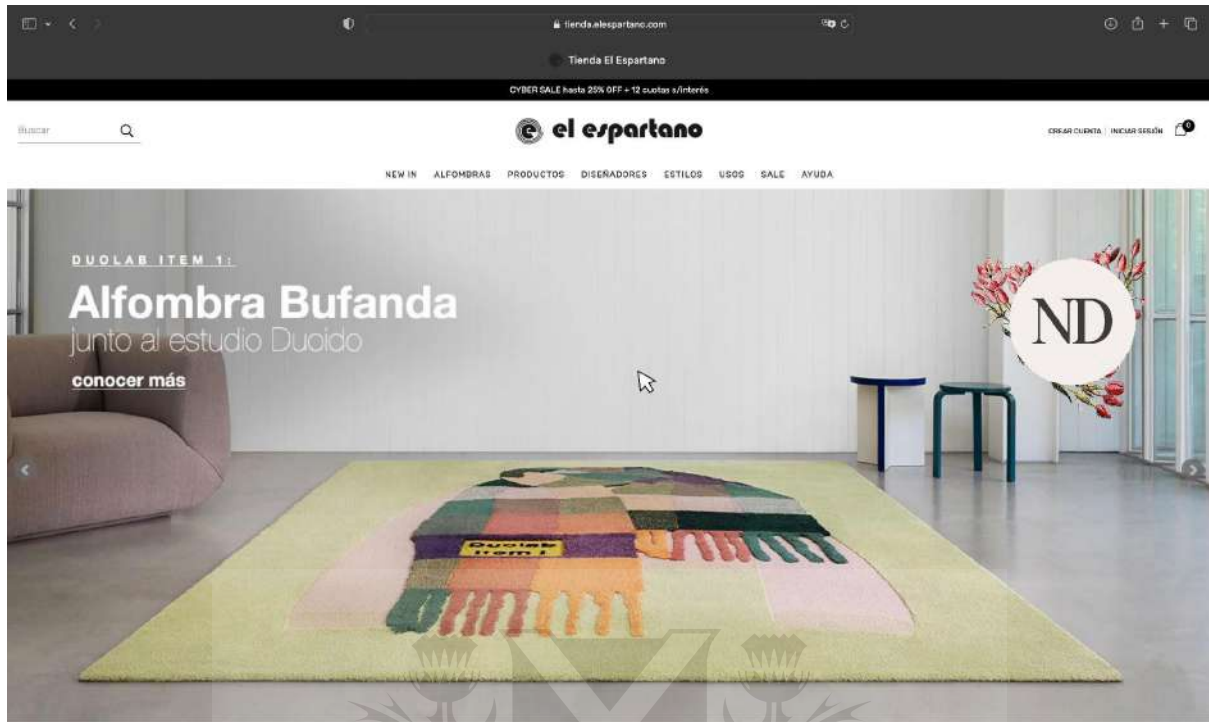


Imagen 22 y 23: Página web de Nómade.



Gráfico 1: Renuncias por año y mes en Estado Unidos. Fuente: SHRM *Interactive Chart: How Historic Has the Great Resignation Been?*

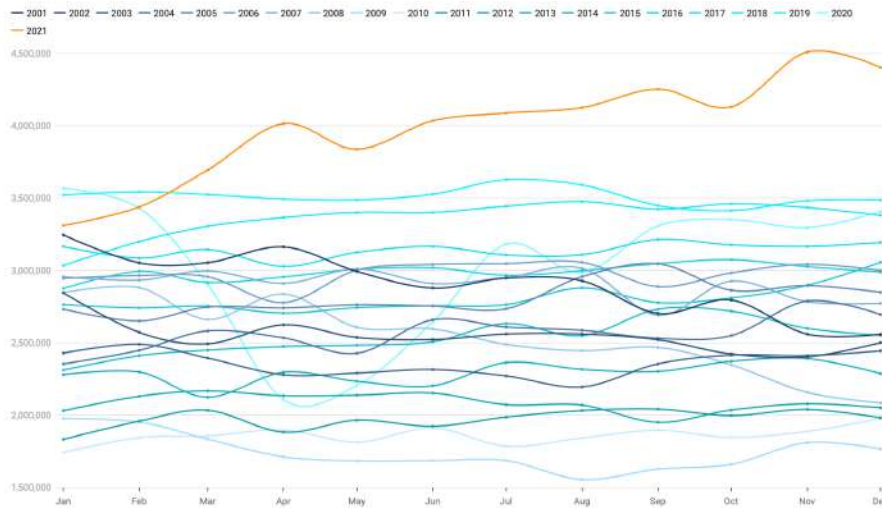


Gráfico 2: ManPower Group: Escasez de Talento 2022.

Porcentajes de empleadores argentinos con dificultad de cubrir las posiciones requeridas.

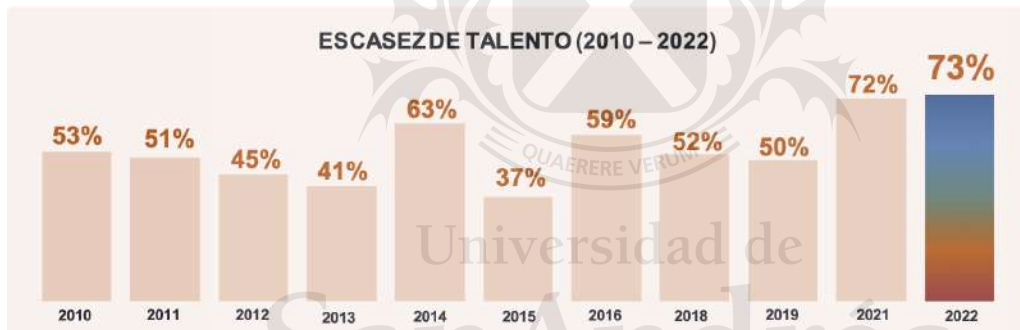


Gráfico 3:



Gráfico 4: Randstad Employer Brand Research 2021 Argentina

los 5 factores (drivers) más importantes



Fuente: Randstad Employer Brand Research 2021

Gráfico 5: Nómades Laborales y organizaciones como elementos que interactúan en el sistema solución.



Gráfico 6: El Espartano y los Artistas como elementos que interactúan en el sistema solución.



Gráfico 7: El equipo de colocación y recambio como sub-sistema dentro del sistema solución



Gráfico 8: Circuito de elección, colocación/recambio e higiene de los módulos.

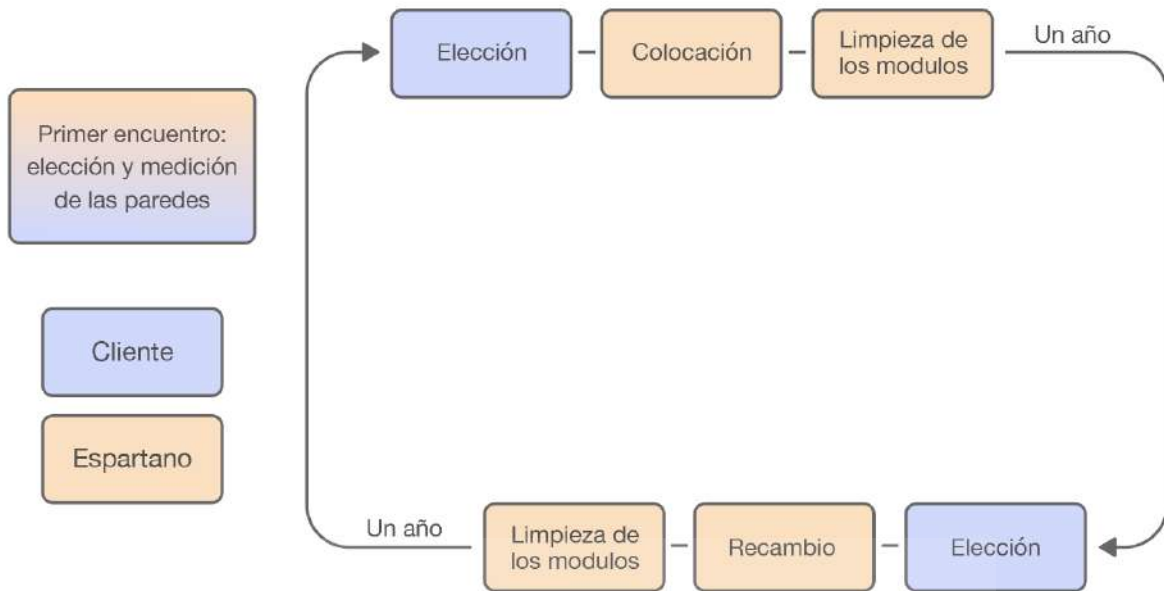


Gráfico 9: El Espartano y las Organizaciones como elementos que interactúan a través de una suscripción.



Fuentes indirectas: sitios web visitados y leídos a lo largo del proyecto.

<https://stevenewmanwriter.medium.com/a-history-of-carpets-and-the-carpet-industry-d624f8f490af>

<https://1library.co/article/historia-alfombras-antecedentes-investigación.q05plevy>

https://es.wikipedia.org/wiki/Alfombra_persa

<https://www.rugsoflondon.com/blog/post/nomadic-rugs>

<https://www.cronista.com/pymes/La-reconversion-de-una-tradicional-fabrica-de-alfombras-20131205-0025.html>

<http://historiadelinteriorismo2017-18.blogspot.com/2018/02/13-la-decoracion-de-interiores-en-el.html>

<https://www.expoalfombrairan.com/historia-y-tecnica-alfombras/>

<http://manolo-eleremita.blogspot.com/2013/10/la-fabricacion-de-alfombras-una.html>

<https://www.salud.mapfre.es/cuerpo-y-mente/psicologia/practicas-el-downshifting/>

<https://duaneelgin.com/wp-content/uploads/2010/12/VOLUNTARY-SIMPLICITY-Chapter-One.pdf>

<https://realresearcher.com/media/53-percent-believe-downshifting-lifestyle-reduces-stress/>

<https://realresearcher.com/media/survey-on-downshifting-lifestyle/>

<https://www.shrm.org/resourcesandtools/hr-topics/talent-acquisition/pages/interactive-quits-level-by-year.aspx>

<https://www.boletinoficial.gob.ar/detalleAviso/primera/293536/20230906>

<https://www.indec.gob.ar>

<https://www.forbesargentina.com/negocios/afip-endurece-controles-granjas-crypto-como-estar-regla-minar-experto-sector-n22938>

<https://www.forbesargentina.com/liderazgo/donde-quieren-ir-tercio-empleados-argentinos-quiere-cambiar-trabajo-n20397>

<https://www.randstad.com.ar/quienes-somos/press-releases/33-los-trabajadores-argentinos-tiene-intencion-cambiar-empleador/>

<https://www.randstad.com.ar/quienes-somos/press-releases/solo-13-los-trabajadores-argentinos-esta-busqueda-activa-un-cambio/>

<https://www.shrm.org/resourcesandtools/hr-topics/talent-acquisition/pages/interactive-quits-level-by-year.aspx>

<https://www.prnewswire.com/news-releases/difficulty-finding-and-retaining-office-workers-skyrockets-301541056.html>

<https://www.hrmorning.com/news/difficulty-finding-and-keeping-employees/>

<https://www.cicconstruccion.com/texto-diario/mostrar/2747383/desarrollan-hormigon-biologico-construir-fachadas-vivas-liquenes-musgos-otros-microorganismos>

https://www.revistainteriores.es/decoracion/kokedama-tecnica-japonesa-decorar-con-plantas-tu-hogar_52493

<https://voyapon.com/kayabuki-no-sato-thatched-roof-kyoto-miyama/>

<https://musgosbarcelona.es>

https://www.researchgate.net/publication/279196444_Biophilia_and_Gaia_Two_Hypothesis_for_a_n_Affective_Ecology

<https://www.expoknews.com/lo-nuevo-de-goodyear-neumatico-con-musgo-para-generar-oxigeno><https://www.uia.org.ar/publicaciones/>

https://www.manpowergroup.com.ar/wps/wcm/connect/manpowergroup/d2c22427-9daa-4c85-b31d-4233b3ace4f7/Paper+Escasez+de+talento.pdf?MOD=AJPERES&CONVERT_TO=url&CACHEID=ROOTWORKSPACE.Z18_2802IK01OORA70QUFIPQ192H31-d2c22427-9daa-4c85-b31d-4233b3ace4f7-0a3LtwO

<https://www.manpowergroup.com.ar/investigaciones/Escasez%20de%20talento%202022>

<https://www.iprofesional.com/economia/382526-mercado-libre-financiera-congelamiento-de-ovulos-de-trabajadoras>

<https://expansion.mx/carrera/2018/12/31/mercado-libre-apoya-a-sus-empleadas-que-quieran-congelar-sus-ovulos>

https://happier.com.ar/?gclid=CjwKCAjwyqWkBhBMEiwAp2yUFvu6xRZJfI3CunikJHExDiPG_y6PzA3p_UJ_RK66FYEgUoJTAz-8pHRoCn4AQAvD_BwE

https://cabify.com/l/ar/empresas/viajes-cortesia?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=ar-all-corp-acq-lead-search-text-dm-cpc-alwayson_gen_voucher_snippet-age-gr-lp-google-web&gad=1&gclid=CjwKCAjwyqWkBhBMEiwAp2yUFoeAZRci8sEcMdMmP3M6jApOY3tc83ejO4HgFaOkUEKvGRfoV41BoCwtsQAvD_BwE

<https://90mas10.com/2020/12/02/las-carpetas-de-martin-churba-para-el-espartano/>

<https://bioplasticshop.com/products/bio-polyethylene/bio-polyethylene-sheet-gray-1000x600x3mm/>

<https://bonvivir.com/club/selecciones-anteriores>

<https://www.cippecc.org/publicacion/el-teletrabajo-en-argentina-la-pandemia-del-covid-19-y-lo-que-viene->

[despues/#:~:text=Publicado%20en%20julio%20de%202021,los%20varones%20asciende%20al%2020%25.](#)

<https://www.iprofesional.com/management/372935-cuantos-argentinos-siguen-yendo-a-la-oficina-todos-los-dias>



Universidad de
San Andrés