

inmuebles

comerciales & industriales

SEGUINOS EN



La guía

Toda la oferta de clasificados para comprar y alquilar



LAS TERRAZAS, LAS GRANDES ALIADAS EN LA PANDEMIA

Efecto Covid-19. La experiencia del coronavirus revalorizó los locales gastronómicos y las oficinas con espacios al aire libre: suman metros que serán fundamentales para la “nueva normalidad”

POR **Silvina Vitale** PARA LA NACION

Un espacio recobra protagonismo en los proyectos: las áreas al aire libre. Antes de la pandemia las terrazas ya eran un punto estratégico de los proyectos corporativos que se estrenaban y los que estaban en gestación. Hoy, coronavirus por medio, apuntan a convertirse en un lugar aún más clave. “Los balcones y terrazas cobran ahora más valor, por la luminosidad que implican pero sobre todo por la posibilidad de aire fresco y vista

abierta”, explica la *broker* Mariana Stange, de la inmobiliaria homónima, especializada en el mercado corporativo.

En el día después de la pandemia, las empresas buscarán la forma de motivar a los equipos y el espacio será clave. La incertidumbre que generó la pandemia afectó el estado de ánimo de la gente y necesitarán entusiasmarlos, por eso en plena primavera, los espacios al aire libre serán fundamentales en el proceso de la “reconstrucción” tras el paso de la pandemia.

Durante la última década se vivió una evolución en los espacios de trabajo. Gracias al auge de las nuevas ciencias, como la psicología, psicopedagogía y las neurociencias que tienen como eje el análisis de la persona y al ingreso de las nuevas generaciones al mercado de trabajo, se produjo una revolución en el armado de las oficinas que hoy por efecto del coronavirus se encuentra en plena revisión. De hecho, en el corto plazo, los lugares comunes como las cafeterías y salas de esparcimiento podrían caer en desuso. La

paradoja que generó el avance del coronavirus es que, de un día para el otro, el esfuerzo que realizaron las empresas en generar espacios más cómodos que incentiven la conexión, interactividad y la creatividad se puseran en tela de juicio. Hoy, el objetivo principal es evitar el contacto cercano. De hecho, algunas compañías están cerrando estos espacios e instalan máquinas expendedoras en su reemplazo. Dongfeng, la empresa de fabricación de automóviles con sede en Wuhan, está entregando a sus empleados

viandas para que eviten el comedor y coman al menos a 1,5 metros de distancia entre sí. Los gimnasios, las cabinas de telefonía, las microsala de reuniones son otros espacios que deberán repensarse.

Por otra parte, en los espacios comunes se implementará señalética visual para organizar el flujo de movimiento en pasillos y espacios comunes, con flechas indicativas de sentidos de circulación unidireccionales en el piso

Continúa en la página 2

NOTA DE TAPA

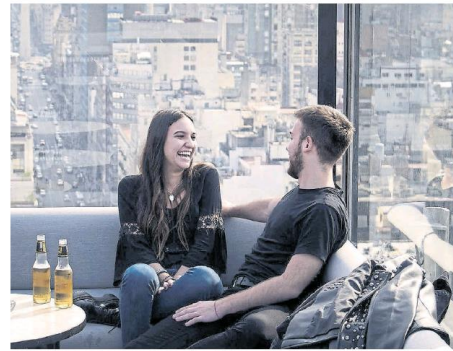


● **PRECORONAVIRUS** Las terrazas ya eran un punto de encuentro clave

LA NACION



● **AL AIRE LIBRE** Las posibilidades de contagio son menores



● **OTROS TIEMPOS** Los after office mejoraban la productividad

Viene de tapa

y delimitaciones que contribuyen al distanciamiento social y siempre que el clima lo permita, se fomentará el uso de espacios como las terrazas para llevar a cabo reuniones al aire libre. "Hay algo que no cambiará que es que las empresas siguen buscando el bienestar de las personas que allí trabajan", explica Stange.

Hay cosas que no cambiarán cuando la pandemia sea historia y haya surgido la esperada vacuna. Está claro que desde hace tiempo, el trabajo se extiende más allá de los escritorios en un bar o en un asado de *after office* en la terraza de la oficina. "Hoy, amplios ventanales y vistas abiertas otorgan luminosidad natural y son preferidas las oficinas con terrazas o espacios abiertos", insiste la especialista. De hecho, cuando vuelva a reactivarse el mercado corporativo en los procesos de relocalización de los pisos corporativos serán muy valoradas aquellas construcciones con espacios exteriores que sean aptos para formar parte del lugar de trabajo. Esto es: desde zonas más distendidas para reuniones informales hasta áreas auxiliares donde las personas puedan almorzar o hacer una pausa. "Esta demostración que mejora la productividad de la empresa", aclara Stange quien reconoce tres beneficios concretos que da el espacio de terrazas a las empresas: mejoran la imagen global de la compañía, tanto de cara a los clientes como hacia el propio equipo, incrementan las opciones de espacios para facilitar las relaciones y la sociabilidad de la empresa y disponen de un espacio propio al aire libre.

Si bien para el día después ya se habla de sistemas de organización mixtos, con días en la oficina y otros en casa, está comprobado que la oficina ordena. En otras palabras, genera rutinas y horarios. Hoy los em-

pleados reconocen que les es muy difícil marcar los límites entre lo laboral y lo familiar. La oficina permite también manejar un horario, y si bien hoy la tecnología mantiene a la gente conectada 24x7, entrar a la oficina y salir de la misma nos ayuda a acortar la jornada de trabajo. Tal vez este dato explique los resultados de la encuesta realizada por Newmark Knight Frank que ante la pregunta de cuál es la expectativa de ocupación de superficies para los próximos tres años, un 48 por ciento de las empresas planea optimizar sus espacios de trabajo en el mediano plazo. Mientras que 50% cree que su empresa mantendrá la misma superficie que ocupaba antes de la pandemia y el 48 por ciento cree que se reducirán. "Solo un 2 por ciento prevé crecimiento", afirma Domingo Speranza, director de la empresa. Otro punto a favor de la oficina, es que es el espacio en el que la gente se relaciona. "Está estudiado y comprobado que la productividad crece exponencialmente cuando el equipo de trabajo opera de modo colaborativo en un ambiente que invita a la asociación", reconoce Stange.

De hecho, hoy hay empresas tecnológicas con una gran parte del equipo conformado por *millennials* y *centennials* que formaron canales siempre abiertos de comunicación, y se escriben para invitarse a "almorzar o cenar juntos", compartir clases de yoga o entrenamientos diversos.

Si bien aún es pronto para detallar los hábitos de consumo después del Covid-19 es muy probable que la búsqueda de vivienda atienda a distribuciones más abiertas y flexibles para que puedan evolucionar en el tiempo adaptándose a las necesidades cambiantes de sus ocupantes. "El confinamiento nos está haciendo valorar más los balcones, patios y terrazas, esto hará que en la era post-pandemia estos sean determinantes

en la elección de una propiedad. El efecto *outdoor* alterará las prioridades de los que busquen una propiedad en el futuro.", explica Stange.

Los patios y la gastronomía

Un análisis aparte merecen los espacios gastronómicos para los cuales las terrazas y los patios serán fundamentales en su modelo de negocios en un contexto con menos mesas y distanciamiento social. De hecho, hace pocos días en la segunda fase de desconfinamiento de París, los habitantes de la ciudad festejaban "la vuelta de las terrazas", mientras los restaurantes y cafés se apropiaron de las veredas públicas. Es que el Gobierno los habilitó a colocar mesas adicionales en las veredas y hasta en los estacionamientos ubicados frente a los locales para recibir más clientes. Los negocios estuvieron durante dos meses cerrados y por ahora tampoco podrán abrir sus espacios cerrados. Además, también se sus-

pendieron los elevados impuestos que los gastronómicos pagan por el uso de las veredas. Un dato clave es que los locales que no tienen terraza legal deben pedir autorización para usar ese espacio público.

Un clásico

Más allá de la coyuntura actual, la terraza es tendencia en los locales gastronómicos desde hace años. Nueva York fue la ciudad pionera del concepto de bares, restaurantes e incluso clubes privados con piletas en las terrazas de los edificios.

"En Buenos Aires se trató de promover el desarrollo de terrazas verdes mediante un descuento del 20% en el ABL como especifica la ley 4428, pero al momento no se encuentra reglamentada. Algo así sería muy efectivo para promover el desarrollo de estos espacios, al mismo tiempo que se logra reducir el consumo energético, cuidar el medio ambiente y contribuir al desarrollo de una ciudad más sustentable", analiza Alejandro Ginevra, presidente de GNV Group. Darío Rizzo, CEO de Alternativa Propiedades coincide en que los Estados Unidos fue uno de los pioneros en aprovechar este tipo de espacios, en zonas como Manhattan donde los terrenos tienen una superficie acotada pero los proyectos son importantes. "También allí las huertas orgánicas son cada vez más comunes", añade.

En el caso de Harbour Shops, el polo comercial de Madero Harbour, -el proyecto de Ginevra- se instalarán terrazas de uso público donde se puede encontrar un gran espacio verde, "parecido a una plaza en altura con árboles, plantas, y espacios libres", dice Ginevra. En este proyecto, mientras las terrazas privadas suponen un espacio de recreación y descanso, las terrazas de uso público se utilizarán como conectores, para que los habitantes

puedan comunicarse con los otros edificios y en el futuro puedan ingresar a los comercios del centro comercial, al cine o a sus restaurantes.

Techos verdes

Además de los beneficios para la sociabilización que volverá cuando el coronavirus sea historia, las terrazas en las que se construyen espacios verdes son un aliciente para el medio ambiente. "Las ciudades actuales son grandes bloques de asfalto y hormigón y el hecho de que sean impermeables genera que el agua no pueda drenar y completar su ciclo natural. A esto se deben en gran parte las inundaciones urbanas, las cuales podrían combatirse generando superficies permeables al agua. En este sentido, las terrazas verdes ofrecen una excelente capacidad de retención de aguas pluviales y su liberación paulatina hacia los desagües, evitando grandes pulsos de agua que saturan la red pluvial", explica Lady Siebenhaar, titular de Soluciones Inmobiliarias Nativa. "Existen ya en la ciudad terrazas de edificios de oficinas con huertas orgánicas con producción de frutas, verduras, flores y aromáticas", aclara. Por ejemplo, las compañías que forman parte de la Comunidad TQA (es decir, las empresas galardonadas por el BID -Business Initiative Directions- gestión de calidad), que tienen estas huertas y donan parte o toda la producción a filiales locales de la Fundación Conin que promueve además de un ámbito sustentable, la lucha contra la malnutrición infantil en áreas urbanas. Del mismo modo, sus empleados hasta antes de la pandemia podían gozar de almuerzos saludables con verduras cosechadas en las terrazas de sus oficinas o bien disfrutar de un tiempo de descanso rodeado de espacios verdes y floridos. ●

EN NÚMEROS

Las compañías se preparan para rediseñar sus espacios

48%

LA METAMORFOSIS

Es el porcentaje de empresas que optimizará sus pisos en el mediano plazo

50%

ESTABLE

La mitad de las organizaciones planea mantener la misma superficie