

# Muebles de oficina: innovación de espacios

## Línea Temática: Innovación.

Gina Paola Lindo Montañez<sup>1</sup>

Marceliano Payeres Ayola<sup>2</sup>

*Universidad Sergio Arboleda Colombia*

### Resumen

Se presenta un estudio descriptivo acerca de la innovación en el diseño de muebles de oficina, enmarcados en espacios modernos y con requerimientos diferenciados frente a las áreas de trabajo tradicionales. Se hace un contraste entre las características demandadas en espacios laborales tradicionales versus los aspectos más diferenciadores actualmente solicitados por los usuarios.

**Palabras clave:** innovación, oficina, cliente, muebles, madera.

### Abstract

A descriptive study is presented about innovation in the design of office furniture, framed in modern spaces and with differentiated requirements compared to traditional work areas. A contrast is made between the characteristics demanded in traditional work spaces versus the most differentiating aspects currently requested by users.

**Keywords:** innovation, office, customer, furniture, wood

Se podría afirmar que uno de los aspectos que mantiene dinámica una organización es la innovación. Esa búsqueda de mejorar y reinventarse a través de los productos y servicios que se ofrecen en el mercado. Si bien algunas corrientes de pensamiento aseguran que los procesos de innovación deben surgir del proceso interno de la organización frente al conocimiento de sus productos y servicios, llevando propuestas nuevas al mercado, sin necesariamente indagar al cliente sobre

---

1. Universidad Sergio Arboleda, ginapaolalindo@gmail.com

2. Universidad Sergio Arboleda, marceliano01@gmail.com

lo que quiere, no es posible dejar de lado que sus requerimientos determinan en gran medida los ajustes que se hacen al modelo de negocio para mantener o aumentar el atractivo de los productos y servicios en el mercado.

## 1. CONTEXTO TEÓRICO

### 1.1. Una aproximación teórica

La industria del mueble comprende la fabricación de objetos móviles totalmente transformados al equipamiento interior de viviendas, locales o cualquier espacio físico interior. El diseño y la moda juegan un papel primordial en la industria de los muebles y manufacturas de productos relacionados, combinando la estética y el diseño con la funcionalidad de los productos elaborados. Los productos de la industria de muebles hacen referencia a los artículos de utilidad, conveniencia o decoración que pueden ser usados como amoblamiento en casas, apartamentos, oficinas o cualquier otro recinto susceptible de ser habitado (Lemus, 2008).

La industria del mueble es una de las más antiguas de la humanidad que ha ido evolucionando con el pasar del tiempo, permitiendo adaptar las materias primas y avances tecnológicos con base en las necesidades del mercado. Esta evolución y transformación se ha presentado en los muebles para el hogar en los últimos años, debido a que las tendencias de diseño son más sofisticadas, lo que ha hecho que las empresas se hayan dedicado a innovar creando diseños originales para todos los ambientes.

100

Según Salas y Castañeda (2014): “Innovar no es sólo la creación de un nuevo conocimiento, un valor agregado o una contribución novedosa que revolucione lo existente, descubrir formas más eficientes de realizar distintos procesos constituye una forma de innovar, para este caso se valorará la innovación como la capacidad de generar un valor en términos físicos que constituya una ventaja competitiva al ser medido con la competencia”. En este contexto, Zaragoza (2014) afirma que “para alcanzar la innovación en las economías de todo el mundo es necesario transitar en un proceso que involucra distintas etapas y actores a lo largo del camino”.

La innovación es concretar una idea en un producto, servicio o proceso, que solucione una necesidad del cliente, creando valor que conlleve a ser diferenciador frente a su entorno competitivo, y concordando con Zaragoza (2010), esta se alcanza a través de un proceso en donde se involucra cada una de las dependencias de la organización con su talento humano con relación a la integración de proveedores, clientes y entorno competitivo en cada una de las etapas de la vida empresarial.

En cuanto a la innovación en el lugar de trabajo, Pot (2013): afirma que “es un proceso de reflexión en la vida cotidiana del trabajo, derivado de la interacción con los empleados, los supervisores y hasta los gerentes”. Esto logra que se creen ambientes creativos, en los que el talento humano empoderado, aumenta su desempeño mejorando la productividad, el clima laboral y afianzando la cultura organizacional, lo que permitirá un crecimiento sostenible e inclusivo.

Es así como en la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED) en la Guía de criterios de diseño para los espacios administrativos expresa:

los modos de trabajo en la oficina han cambiado, orientándose hacia modelos de tele-trabajo, oficinas satélites y otros conceptos alineados con la sustentabilidad. La oficina flexible es la respuesta espacial al concepto de “trabajo flexible”; se basa en la adaptación permanente del espacio físico a las necesidades del trabajador, creando un menú de espacios para que el trabajador elija libremente según sus necesidades: puestos de trabajo abiertos, cerrados, salas de trabajo concentrado, o de trabajo en equipo, áreas de comunicación informal o de descanso.

Siendo esta una de las razones para que la innovación sea el eje principal de una visión compartida en el mundo empresarial donde se orqueste estratégicamente a través de las distintas herramientas gerenciales que conlleven a la generación de valor diferencial para el consumidor final del servicio o productos ofrecidos, al innovar en la organización, las empresas están utilizando medios que buscan lograr la sustentabilidad en forma armónica con el medioambiente, el talento humano y la labor desarrollada, lo que ha llevado a la innovación en los modos de trabajo en la oficina.

## 2. MATERIALES Y MÉTODOS

Este estudio descriptivo presenta distintos conceptos acerca de la innovación en el sector de muebles de oficina, considerando además las características propias de los espacios de trabajo en los cuales funcionará el producto, los cuales condicionan las características, usos y diseños.

A través de fuentes secundarias, se recabó información sobre las principales características que diferencian los requisitos del cliente tradicional versus el cliente moderno. Por medio de búsqueda en páginas de diseño latinoamericanas y europeas, se incluyen algunos ejemplos de innovación en muebles de oficina y espacios de trabajo en casa, que le permiten al lector identificar los aspectos a destacar en los requerimientos actuales.

## 3. RESULTADOS

### 3.1. Al cliente, ¿lo que pida?

Existen teorías de mercadeo que se vuelcan completamente en identificar las necesidades y expectativas del cliente, para el diseño de productos y servicios, así como también de las campañas publicitarias por medio de las cuales se hará promoción. Los sistemas de calidad también se centran en el cliente; como es el caso de ICONTEC Internacional, quienes en la Norma ISO 9001:2015 definen el “enfoque al cliente” como primer principio de la gestión de la calidad. Es precisamente frente a la variación en los requerimientos del cliente, que el sector de muebles de oficina ha tenido que evolucionar a la par y brindar alternativas de espacios de trabajo que cubran todas las características esperadas por sus usuarios.

En el sector de muebles de oficina, la innovación aborda varios desafíos que modelan los requerimientos del cliente que demanda este tipo de bienes. Aspectos como la reducción de espacios, características diferenciadas para el desarrollo de tareas, la necesidad de flexibilidad en los lugares de trabajo, el uso de materiales con bajo impacto ambiental, entre otros, han dibujado los trazos de nuevas formas y usos de los elementos más tradicionales que componen los ambientes de oficina.

La evolución en las expectativas del cliente se evidencian no solo en las áreas de trabajo al interior de las empresas, sino también en el consumidor doméstico, que dispone un espacio físico al interior de su hogar para desarrollar actividades laborales. Cambios sociales, como la introducción del concepto de tele-trabajo en las compañías, han llevado a generar necesidades de espacios diferenciados en los cuales empleados vinculados formalmente a empresas, optan por esta alternativa laboral en la que pueden cumplir sus funciones desde la comodidad de su hogar. Por eso, no solo se habla de trabajadores independientes o *freelancers*, sino también empleados convencionales, ampliando el potencial de clientes que desean adquirir muebles de oficina especialmente diseñados para el hogar.

**Tabla 1.** Comparativo de requerimientos del cliente tradicional vs moderno

CLIENTE TRADICIONAL	CLIENTE MODERNO
Mesas compactas	Mesas abatibles (tipo rompecabezas)
Cubículos cerrados	Cubículos en vidrio que permitan la escritura
Sillas fijas	Sillas con ruedas o tipo puff
Espacios unipersonales	Espacios colaborativos
Colores sobrios	Colores vivos

**Fuente:** *Elaboración propia*



**Figura 1.** Oficina en casa opción espacio reducido

**Fuente:** *forbes.com*

En la figura 1, se puede observar, cómo a partir de un espacio “accidental”, se crea un lugar de trabajo con área para estantes, escritorio sin base y una silla convencional, permitiendo también la decoración a través de elementos verdes y pared para uso de trabajo y/o pieza de decoración. Esto introduce además un requerimiento del trabajador moderno, que espera poder desplegar tableros en los espacios que antes eran solo para dividir espacios o para decorar.



**Figura 2.** Oficina en casa opción moderno  
**Fuente:** 123rf.com

En la figura 2, a pesar de disponer de un espacio amplio, se observa una propuesta de mesa pequeña con espacios para guardar y desplegar los elementos mínimos de trabajo y decoración. Se usan igualmente sillas visualmente decorativas, sin ruedas y sin aspectos ergonómicos. Posteriormente, encaminados hacia espacios empresariales, en la figura 3, se muestran los colores que resaltan dejando atrás colores pálidos u opacos. También la variedad en el tipo de espacios de reunión, desde puffs hasta asientos convencionales, pasando por sofás en espacios de trabajo. La figura 4 resalta otra tendencia que busca maximizar el uso de los muebles y se observa cómo unos asientos, se convierten también en espacios para el bodegaje de elementos. Por último en la figura 6, se ve solo una estructura fija al suelo de escritorios, mientras mesas pequeñas con ruedas permiten flexibilidad en los espacios.



**Figura 3.** Espacios de oficina colores vivos  
**Fuente:** Blueprint Furniture



**Figura 4.** Espacios de oficina varios usos muebles  
*Fuente: Bauhaus*



**Figura 5.** Espacios de oficina flexibles  
*Fuente: Orchidlagoon.com*

El Instituto de Biomecánica afirmó que:

el mobiliario forma parte de la imagen corporativa de la oficina, y por lo tanto ha de complementarse con los elementos arquitectónicos y con la decoración”.

Esto permite que a la hora que el consumidor final decida adquirir un mueble de oficina, tome en cuenta diversos criterios alineados a la institucionalidad y a la imagen corporativa de la empresa, permitiendo la co-creación de espacios innovadores para fomentar ambientes creativos y proactivos. Resalta entonces la importancia en el análisis de los espacios en los cuales se dispondrán los muebles de oficina, por lo que estos aspectos arquitectónicos, los elementos decorativos e inclusive los objetivos institucionales a partir de las áreas de trabajo, deben ser tomados en cuenta frente al diseño de los productos. Por ejemplo, si el cliente fuese una empresa que requiere muebles para su nueva sede, en las cuales reubicará aproximadamente diez de sus

empleados, quienes deben trabajar articuladamente en sus labores diarias, pero actualmente se encuentran ubicados en cubículos individuales que imposibilitan una comunicación fluida entre ellos, el diseño de esta propuesta de mobiliario para su nueva sede, deberá contemplar características que generen espacios de interacción entre este grupo de empleados y que se alineen con las expectativas organizacionales.

### **3.2. Producto sostenible: un “MUST”**

En épocas del cambio climático y el calentamiento global, crear negocios sostenibles ha dejado de ser una opción y se ha convertido en una necesidad cuando se piensa en empresas con proyección a futuro. La razón primordial es el deber moral que ocupa a todo el conglomerado: productores y usuarios, en la utilización racional de los recursos y la disminución del impacto negativo a la naturaleza para el cumplimiento de las labores diarias o la obtención de bienes y servicios. El sector de muebles de madera se enfrenta con un gran desafío partiendo de la conservación de su materia prima y migrando hacia estrategias de sostenibilidad que sean viables para el negocio y que sean atractivas para el comprador. Otro aspecto por el cual la consideración del cuidado del medioambiente debe estar presente en las agendas de las pymes del sector de muebles, es porque el cliente de hoy considera este aspecto como un elemento decisivo al momento de hacer una compra. Significa que un producto puede ser menos o más atractivo, en función de su componente ambiental y también de la forma adecuada de comunicarlo al público.

Por ejemplo, Martínez-Mendoza, Sol-Sampedro, Rivas-Tovar, y Toledo-Toledo (2015), plantean en su estudio:

se obtuvo la idea de crear muebles para escuelas y oficinas, debido a que estas son generadoras del recurso invisible desechos de papel, al cual se le puede agregar valor. En este punto, el reto consistió en el diseño de un material que permitiera la creación de los muebles”.

En este modelo de negocio, se integra un desecho como materia prima para la creación de un bien.

### **3.3. Y el desafío es...la tecnología**

De acuerdo a Tristancho, Contreras, y Vargas (2011),

con el advenimiento de modernas tendencias internacionales de diseño, la industria nacional ha tenido que desarrollar nuevos elementos y someterse a un mercado que es variable rápidamente, con el objetivo de poder competir con los productos desarrollados en el extranjero”.

Lo anterior plantea un componente muy importante para la industria de muebles en Colombia y es la oferta internacional de productos con especiales características de diseño y con precios altamente competitivos en el mercado local. Es por esto que la innovación no debe estar únicamente enfocada a los productos, sino también a los procesos de producción que condicionan costos y finalmente impactan el precio al público de las piezas de muebles.

Bekerman, Rodríguez, & Sirlin (2005), afirman en su estudio:

A pesar de ser una industria tradicional, la brecha tecnológica es uno de los principales factores que limita la competitividad de las empresas productoras de muebles de los países en desarrollo”.

Es entonces la tecnología, un elemento importantísimo a la hora de hacer más eficientes los sistemas de producción de las empresas y su aplicación no llega únicamente al proceso de manufactura, sino que puede impactar positivamente otros procesos coadyuvantes como la distribución y el mercadeo de los productos.

El Alto Consejo Consultivo en I+D+i de la Presidencia de la Generalitat (2007) afirma que:

Las empresas han de evitar una visión individualista y limitada y ser conscientes de que pertenecen a una misma aglomeración o cluster productivo que permite reducir los costes de producción y aportar valores de diferenciación a partir de estrategias de cooperación”.

Estas estrategias de cooperación le permitirán al sector de muebles la potenciación de sus capacidades en pro del fortalecimiento de alianzas estratégicas que dinamicen el ecosistema de producción de sus productos que conlleven a una visión compartida del sector, mejorando los indicadores empresariales.

### **3.4. ¿Qué pasa en otras latitudes?**

Villalba (2016) menciona que: “El sector del mobiliario de oficina es un sector en plena evolución en el que la creatividad y la innovación marcan la diferencia” (p.43). Esta oferta hace atractivo el mercado de Francia, convirtiéndolo en objetivo de los productores y comercializadores de muebles de España, quienes deberán presentar unos productos diferenciadores, generadores de valor para competir en calidad y practicidad para el consumidor final.

En mercados como el europeo, el nivel de modernismo en los espacios de trabajo ha alcanzado dimensiones que sirven de guía para otros mercados en desarrollo. Los requerimientos del trabajador moderno, así como un nivel más maduro y avanzado en políticas de fortalecimiento del sector y conformación de clusters, han sido la receta perfecta para la gestación y consolidación de empresas de muebles de oficina con solidez en el mercado.

Es importante colocar a la luz del espectador, cómo el ingreso de nuevos modelos de negocio, desplazan una porción de mercado de las pymes. Entre ellas, podemos enunciar el gigante IKEA, que propone muebles con buen diseño, económicos y con la posibilidad de “ármelo usted mismo”. Aquí se ve cómo una generación masiva de modelos y una propuesta de valor diferenciada, tumba productos y servicios tradicionales ofertados por las pymes.

## 4. CONCLUSIONES

Se puede concluir que las necesidades del cliente, sea corporativo o doméstico, marcan las pautas de innovación en los muebles de oficina. La disposición de áreas de trabajo y distintos aspectos socio-económicos, como la introducción del concepto del tele-trabajo en la era moderna, amplían la masa de potenciales usuarios del producto y también generan otros desafíos a ser considerados en las etapas de diseño y comercialización.

Hay que considerar el escenario económico actual al que se enfrentan estas pequeñas industrias del mueble, en países en desarrollo, donde los principales retos se encaminan a la competencia frente a productos internacionales con excelentes acabados de diseño y precios competitivos, así como el bajo acceso a tecnologías que permitan hacer más eficiente la industria, generando valor agregado a los productos y mejorando las condiciones que permitan dar cobertura al mercado local pensando igualmente en la exportación como otra fuente de ingresos.

La innovación, como en todos los sectores económicos, juega un papel importante en la consolidación de los negocios, sobre todo en pymes, que permitan una dinámica regular y con tendencia al alza del sector, así como el mejoramiento de sus productos pero también de sus procesos.

En este orden de ideas, coincidimos con Salas y Cortabarría, en que la innovación es la generación de valor a través del talento humano que permita consolidar un valor diferenciador del producto o servicio ofrecido como medio para alcanzar una ventaja frente a su competencia, consolidando al interior de la empresa los procesos productivos y las capacidades empresariales.

107

## 5. AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a la Universidad Sergio Arboleda por brindarnos las herramientas y los escenarios necesarios para el desarrollo de estudios especializados como parte de nuestro desarrollo profesional.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- El Alto Consejo Consultivo en I+D+i de la Presidencia de la Generalitat (2007). *La innovación en el sector del mueble de la comunidad valenciana*. Valencia: Generalitat Valenciana.
- Blueprint Furniture (2019). Espacios de oficina colores vivos. Los Ángeles CA. URL: <https://www.blueprintfurniture.com/>
- Bekerman, M., Rodríguez, S. & Sirlin, P. (2005). Obstáculos al desarrollo de encadenamientos productivos en América Latina: el caso de los muebles de madera en Argentina. *Problemas del Desarrollo*, 36(140), 114-141.
- Bauhaus (2019). Espacios de oficina varios usos muebles. Alemania. URL: <https://historia-arte.com/articulos/la-bauhaus>
- Forbes Staff (2013). Lo bueno, lo malo y lo feo de tener tu negocio en casa. México. URL: <https://www.forbes.com.mx/lo-bueno-lo-malo-y-lo-feo-de-tener-tu-negocio-en-casa/>.

- Instituto de Biomecánica de Valencia (2017). *Ergonomía y Mueble de Oficina*. Valencia, España: Universitat Politècnica de València UPV.
- ICONTEC Internacional (2015). Norma Técnica ISO 9001:2015. Sistemas de Gestión de la Calidad. Requisitos, p. II.
- Lemus, C. (2008). *Análisis de las oportunidades y retos de los fabricantes de muebles de madera en Bogotá ante la posibilidad de exportar a los Estados Unidos*. Bogotá: Universidad Pontificia Javeriana. Tesis de grado, p.29.
- Martínez-Mendoza, E., Sol-Sampedro, F., Rivas-Tovar, L. & Toledo-Toledo, G. (2015). Fabricación de muebles a partir de desechos de papel. En *Revista de Investigación, Desarrollo e Innovación*, 5(2), 99-106.
- Orchidlagoon (2019). Espacios de oficina flexibles. Alemania. URL: [www.orchidlagoon.com](http://www.orchidlagoon.com)
- Pot, F. (2013). Innovación para ambientes laborales creativos. En *Cuadernos de Pensamiento Social. Diálogos estratégicos*, No. 23. Medellín, Colombia: Comfama.
- Salas, K. & Cortabarría, L. (2014). Análisis competitivo del sector madera y muebles de la región Caribe de Colombia. *Prospect*, 12(1), 79-89.
- Tristancho, J., Contreras, L. & Vargas, L. (2011). Aplicación del modelo integrado de desarrollo (BIM) en el diseño de proyectos para oficina abierta. En *Ingeniería*, 16(2), 78-93.
- UNED (2010). *Concepción del entorno de trabajo. Guía de criterios de diseño para los espacios administrativos de la UNED*. 3G Office, p.10.
- Villalba, M. (2016). El mercado del mueble de oficina en Francia. Colombia. *Revista Derecho Privado*. Uextrenado. Bogotá, Colombia: Universidad Externado de Colombia.
- Zaragoza, E. (2014). *El Ecosistema Nacional de Fondos para la Innovación y los Beneficios para la Investigación Científica y el Desarrollo Tecnológico*. Recuperado de <https://www.ineel.mx/boletin022014/divulga.pdf>

---

**Cómo citar este artículo:**

Lindo Montañez, G. P. y Payares Ayola, M. (2018). Muebles de oficina: innovación de espacios. En: Vargas González, V. Estrada López, H. y Cáceres Martelo (Comp.), *Tendencias de mercado, innovación y aprovechamiento de residuos sólidos del sector muebles en países de Iberoamérica* (pp.99-108) Barranquilla: Sello Editorial Universidad del Atlántico.

---