

# ARQUITECTURA Comercial y Pandemia



Arq. Agustina Mussari  
COLUMNA DE ACTUALIDAD



La rápida propagación del COVID-19 ha obligado a los arquitectos y diseñadores a repensar sus trabajos en cuanto a diseño, especialmente en los ámbitos públicos, de oficinas, locales comerciales, gimnasios y todos los lugares donde la gente se reúne.

Las oficinas, tan promocionadas en los últimos tiempos al trabajo tipo Cowork, o en conjunto, fueron las primeras en dar un paso atrás en cuanto a presencia física de la gente en las mismas, hasta adaptar sus diseños a las nuevas exigencias de distancia social y

optaron por el trabajo virtual o remoto desde sus casas, naciendo una nueva necesidad física de un nuevo espacio de trabajo en casa, como es el Home Office, tan en auge hoy y tan pedido a los diseñadores y arquitectos. Muchas empresas están analizando continuar con esta modalidad, volviendo al trabajo presencial en las oficinas solo 2 veces por semana, ya que descubrieron que logra un equilibrio en la vida personal y profesional, reduciendo el estrés y el tiempo de traslado, modificando el hábito de ir a trabajar todos los días a una oficina.

**“Esta no sería la primera vez que los edificios públicos serán reinventados en respuesta a una enfermedad”**

Todo este cambio aceleró el desarrollo de tecnologías que soporten digitalmente esta nueva modalidad de trabajo.

Esto ocurrió también para los locales comerciales, quienes rápidamente tuvieron que adaptarse a una nueva modalidad de compra y venta de sus productos, la digital. Tuvieron que abrir sus tiendas on line, reordenar su logística de distribución y entrega de mercadería, y los que no lo tenían, sumar un nuevo servicio de delivery o cadetería de entrega puerta a puerta para que sus ventas no disminuyan ante esta nueva circunstancia.

Físicamente los locales comerciales y oficinas también tuvieron cambios importantes, agregando lugares para desinfectarse manos y pies, cabinas de sanitización y barreras transparentes entre el cliente y el vendedor para evitar contactos y un cuidado estricto en la higiene de cada lugar a la vez de mantener los espacios ventilados. También fue importante generar confianza en el cliente aportando tecnologías que reduzcan el contacto, como ser sensores en griferías de baños, transacciones con tarjetas de crédito Contacless, o a través de aplicaciones, puertas automáticas, autoservicio y todo lo que reduzca la interacción entre personas.

Los espacios exteriores pasaron a ser lugares sumamente buscados y ganaron protagonismo e importancia ya que se minimizó la cantidad de clientes en el interior al mínimo según cantidad de metros cuadrados cubiertos, marcando la distancia entre cada uno por cintas amarillas y generando colas en el exterior.

Muchos de estos cambios serán temporales, pero muchos otros vinieron para quedarse y dar un empujón a la sociedad para agilizar su adaptación a las tecnologías y modos de comprar y vender a través de plataformas virtuales, oficinas, aulas, y encuentros virtuales tanto laborales como sociales.



Arq. Agustina Mussari

- Diseño, dirección técnica y construcción de 110 locales comerciales en la provincia e interior del país.
- Realización de franquicias en Córdoba y Tucumán.
- Notas de Arquitectura Comercial en programas de TV y revistas digitales de arquitectura: Arquimaster digital, Estilo Propio digital, Revista del CAT, Revista Arquitectura y Construcción, Programa 1:100, Programa Empresar.

**En conmemoración  
al 30° Aniversario de la Institución**