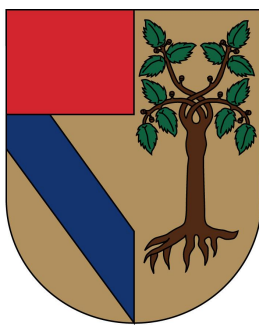


Universidad Panamericana



Escuela de Comunicación Posgrado

Plan de reconocimiento para el personal de L1452.

Caso para obtener el grado de Maestría en Comunicación Institucional

Autor: Lic. Alan Rodrigo Gallardo Jiménez

Director: Mtro. Ignacio Robledo Cervantes

México, D.F. 23 julio 2013

## **Índice**

Antecedentes	3
Detección del problema	6
Solución	9
Conclusión	12
Bibliografía	13
Anexo	14

En enero del 2012 en el Distrito Federal, Gabriela y Sandra Arriaga, dueñas de la curaduría de innovación L1452 entraron en conflicto cuando su personal estaba por renunciar a la organización al no sentirse valorados por el trabajo que realizaban dentro de la empresa por parte de las dueñas. El principal problema que tenían era que su personal ya no estaba a gusto dentro de la empresa y pensaban abandonarla .

## **Antecedentes**

### L1452

*Ele catorce cincuenta y dos* era una curaduría de innovación, la cual realizaba una curación de contenidos<sup>1</sup> de las mejores ideas, nuevos negocios y eventos relacionados con la innovación en México y en el mundo, en el tema de tecnología, marketing, publicidad y productos. La empresa estaba dividida en 3 áreas: la revista electrónica, consultoría y eventos.

L1452.com era una revista online donde se publicaban notas de nuevas tecnologías, negocios innovadores e innovación en la publicidad y marketing. Además, se publicaban infográficos con el tema de tecnología y cuando el tema era en México se entrevistaba a gente que realizaba una innovación para después presentar un video de la entrevista.

En la consultoría se asesoraba a empresas y marcas sobre innovaciones, nuevas ideas sobre un producto y la creación de Reportes de Tendencias de consumo y de categoría que ayudaban a tomar decisiones sobre el futuro de una marca y su relación con el consumidor y el entorno.

L1452 participaba en eventos donde se exploraban las tendencias que afectan a México de la mano de expertos como los TEDxMX , Wayra Events y los Startups México.

La empresa fue fundada en el 2010 por Gabriela Arriaga con el nombre *Leonardo Ideas de cambio* y en el 2011 se cambió el nombre a L1452: L de Leonardo da Vinci, un gran innovador y 1452 por su año de nacimiento. A finales del 2012 se le cambió la imagen a la página y la empresa se renombró como *Leonardo 1452*. Además, la empresa cambió de ser una curaduría de la innovación a convertirse en una agencia de trendspotting.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> La curación de contenido es la capacidad por parte de un sistema o del ser humano de encontrar, organizar, filtrar y dotar de valor, relevancia, significatividad, en definitiva, de utilidad el contenido de un tema específico que procede de diversas fuentes.

<sup>2</sup> El identificar y predecir nuevas tendencias en moda, cultura, etc.

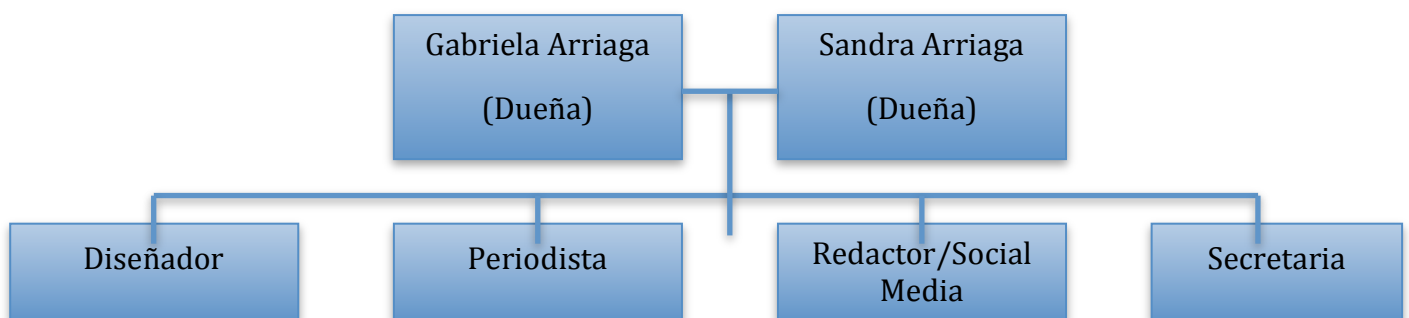
L1452 era manejada por Sandra y Gabriela Arriaga quienes eran las que tomaban todas las decisiones dentro de la empresa y se encargaban en la consultoría y en el desarrollo del Reporte de Tendencias del siguiente año.

Sandra Arriaga, es mercadóloga egresada del ITESM Campus Ciudad de México (CCM) con 10 años de experiencia en las agencias de publicidad Publicis México y Grey México en el área de Servicio a Cliente y llegó a asumir la Dirección de Cuentas para marcas regionales. Trabajó con empresas como Procter & Gamble, los laboratorios farmacéuticos Novartis, Abbott y empresas Boehringer Ingelheim, Roshfrans y Nestlé.

Su socia, Gabriela Arriaga, cuenta 10 años de experiencia en las agencias de publicidad Leo Burnett México, Bassat Ogilvy Barcelona, Publicis México en las Áreas de Servicio a Cliente y Planeación Estratégica llegando a asumir el cargo de Dirección de Planning en Publicis. Ha trabajado con empresas como: Nestlé, Sanofi, Renault, The Home Depot, Beam Global Spirits & Wine, Sigma Alimentos, Häagen-Dazs y en España con Iberia y grupo Áreas. Fue miembro fundador de Account Planning Group (APG) México y columnista invitada en [cnnextension.com](http://cnnextension.com)

La empresa no contaba con filosofía propia, misión, visión. valores y principios que la rigieran.

Su estructura correspondía al siguiente organigrama :



Toda la comunicación era horizontal de las dueñas al personal. Entre los empleados había un buen clima laboral, tenían una buena relación laboral entre ellos pero era casi nula con las dueñas.

Entre sus clientes principales se encontraban Jumex y Kellogg's, a quienes realizaban consultoría de productos innovadores alrededor del mundo; para ellos creaban nuevos productos para su mercado.

Adicionalmente, desarrollaban una página de internet L1452 en la cual se difundían noticias y temas sobre innovación.

Desde su origen, la empresa estuvo enfocada principalmente a dar difusión a los temas de innovación.

A finales del 2012 la empresa cambió su enfoque de trabajo y se convirtió en una trendhunting boutique, ofreciendo servicios de :

1. Reportes de Tendencias - Son informes que mapean las decisiones que tomará el consumidor en distintas industrias. Es realizado al realizar un monitoreo continuo de la red de Trendhunters en México, Sudamérica, Norteamérica, Asia, Europa y Medio Oriente.

2. Ideación - Consultoría de nuevas ideas de producto, medio o mensaje para que estas ideas encajen en tu plan de negocios.

3. Training - Talleres donde se enseña a detectar una nueva tendencia que afectará a los negocios. Ideal para departamentos de Marketing, Innovación, R&D, Consumer Insights y dueños de su propio negocio.

La página de Internet, aunque aún se desarrollaba, dejó de tener importancia y se enfocaron más en los servicios anteriormente mencionados.

## **Detección del problema: Falta de reconocimiento a los empleados.**

L1452 es una empresa pequeña, conformada por 6 personas, que consistía en 2 hermanas que eran dueñas de la empresa, un diseñador, un periodista, una secretaria y yo, como de redactor y encargado de social media.

Una queja común entre el personal era es que había mucho hermetismo: no se compartía información sobre los clientes o qué se estaba pensando realizar dentro de la empresa, solo cuando ya necesitaban ideas.

Al principio, los colaboradores se sentían felices en el trabajo y comprometidos en hacerlo bien, ya que realizaban algo que disfrutaban, aunque también estaban preocupados porque el sueldo no era competitivo en el mercado y por la falta de reconocimiento.

Esa falta de reconocimiento, se hacía evidente principalmente por:

- \* Solicitaban poder firmar con su nombre en los trabajos que realizados y publicados por la empresa, a lo cual recibieron una respuesta negativa de las dueñas.
- \* Cuando la empresa recibía reconocimientos de otros medios, el reconocimiento era publicado en la página de internet de L1452 y las dueñas Gabriela y Sandra tomaban el crédito del trabajo y anunciaban en sus propias redes sociales los premios como propios, sin dar un reconocimiento a quien había realizado el trabajo en la empresa.
- \* Otro ejemplo fue el Reporte de Tendencias 2012 (Anexo 1), el cual durante la reunión se dio la idea de venderlo como e-book en la tienda de iTunes para tener un mayor mercado y más gente lo pudiera comprar. Al final las dueñas decidieron imprimir los reportes para venderlos en L1452.com, comentando que el venderlo como e-book no era viable y no generaría ingresos. Al final esa estrategia fue un fracaso: no se vendió un solo reporte debido al costo del ejemplar era bastante alto además de que cobraban gastos de envío. Las dueñas empezaron a regalarlo a empresas y universidades. Al final las dueñas decidieron regalarlo en formato pdf en internet diciendo que era idea suya, siendo una propuesta que se aportó desde el inicio.
- \* En las juntas el personal comentaron muchas ideas para mejorar la imagen de la empresa, ya que existía el problema que la gente no recordaba el nombre de la empresa. Las dueñas tomaron nota de todas las ideas y se negaron a realizarlas ya que no eran viables. A la salida de todo el personal, las ideas se realizaron cambiando el nombre de la empresa y su imagen.

La comunicación entre la empresa y sus colaboradores era muy deficiente, ya que consistía en correo electrónico y presentaciones que se realizaban los lunes, en los cuales se presentaban los resultados del trabajo realizado la semana anterior y lo que se iba a realizar durante la semana que

iniciaba. También se realizaban juntas con todo el personal cuando L1452 iba a presentar un proyecto importante o participar en un evento con el objetivo de realizar una lluvia de ideas, aunque en la mayoría de los casos las dueñas comentaban que las ideas no eran viables o buenas y terminaban realizando lo que ellas preferían

Consecuencia de lo anterior, el clima laboral en L1452 empezó a decaer, el personal no se sentía cómodo en la corporación, por el trato que recibía, pedíamos reconocimiento y se nos negaba y no estábamos a gusto con las decisiones de las dueñas de la empresa. Algo que no ayudó es que pidieron un aumento de sueldo, del cual recibieron una negativa. El clima laboral decayó tanto que el personal empezó a buscar otro trabajo ya que sentían que eran sustituibles.

Por otro lado las dueñas empezaron a preocuparse por la inconformidad que había dentro de la empresa y temieron que se iban a quedar sin personal, así que empezaron a publicar vacantes para conseguir un nuevo personal.

¿La falta de ética y valores ha afectado el clima laboral y el engagement del personal?

Lo primero que se puede notar de L1452 es una empresa disfuncional ya que tiene una falta de valores y ética. Las dueñas la manejan de manera discrecional, ellas toman todas las decisiones. Si hay un error, la culpa siempre es de los empleados y los empleados se sentían que eran descartables e intercambiables.

En muchos casos L1452 recibió reconocimientos de otras compañías por el material realizado por el personal, el problema era que las dueñas en sus redes tomaban como propio los trabajos reconocidos, mientras el personal pedía tener reconocimiento del trabajo que realizaba. Esto muestra la falta de ética que había dentro de la empresa.

Además, la falta de reconocimiento en la empresa contradecía el Modelo 2S de Salario y Sentido<sup>3</sup>, el cual consiste en lo importante que es para un empleado el Salario, que representa la compensación económica esperada, y el Sentido, que enmarca los motivos intangibles por los cuales una persona trabaja.

En el caso de L1452, el personal tenía engagement con su trabajo, pero al no tener reconocimiento el sentido empezó a tener un mayor peso y ya no encuentran encontraban una buena razón para seguir trabajando, lo cual causa que la necesidad de un sueldo mayor tenga más importancia.

---

<sup>3</sup> El difícil equilibrio entre sentido y salario : Las dos “S” de la comunicación interna de Manuel Tessi.

Sandra y Gabriela estaban preocupadas, porque el personal estaba pensando en abandonar la empresa, se asistieron de la secretaria que se relacionaba con el personal para preguntar si estaban buscando otro empleo o estaban pensando salirse de la empresa. La secretaria le comentó al personal que las dueñas estaban preocupadas por tener que sustituirlos o tener que capacitar a todo el personal a la vez, lo cual se iba a ver reflejado en el trabajo de L1452. ¿Qué deben realizar las dueñas? Aquí hay confusión en los tiempos, me parece que la pregunta es ¿qué debieron haber realizado?

## Comunicación y Reconocimiento: La solución.

Siguiendo el planteamiento de Manuel Tessi, en *Comunicación Interna en la práctica*, para obtener una solución debe hacerse de la siguiente manera: Debes empezar por analizar el problema desde la perspectiva teórica – así lo empiezas y después planteas la solución que se hubiera o que se debería considerar.

La misma falta de reconocimiento afecta también el llamado “tanque de Shakespeare”. El principio de Shakespeare consiste que todo el mundo tiene un tanque en su interior el cual se llena gracias al contacto y reconocimiento con la gente, así como la falta de contacto vacía el tanque<sup>4</sup>. La gente intenta mantenerlo lleno y gracias a eso se sienten más alegres y con una mayor autoestima y por el contrario, si se encuentra vacío, la gente se siente deprimida y triste.

Para esto se propuso realizar un plan de comunicación enfocado en el reconocimiento del personal y mejorar la falta de valores dentro de la empresa con el cual se intentaría mejorar el estima del personal y gracias el reconocimiento recuperar el engagement a la empresa.

En la propuesta del plan para mejorar la empresa se indicó la necesidad de desarrollar un plan de comunicación interna para fomentar el reconocimiento e integración de todo el personal, ese plan, de acuerdo al modelo Lester-Potter contemplar los siguientes aspectos:

- Mensajes Clave
  - Que L1452 no sea solamente conocida como una empresa que conoce de innovación, sino también que sea una empresa con valores.
  - Promover una cultura comunicativa dentro de la empresa.
  - Crear un plan de reconocimiento para el personal
- Implementación
  - Tácticas

Categoría	Área Estratégica	Proceso
Valores	Misión y visión	Con las dueñas de la empresa trabajar en las bases de toda empresa: misión, visión, metas y valores, explicando lo importante que son para una empresa, ya que representan por qué y para qué existe la misma y todas

---

<sup>4</sup> Dr. Dagoberto Flores Olvera - Dr. Especialista en Psicología Positiva y Resiliencia en Consultorio de Psicología Positiva y Resiliencia

		<p>las líneas laborales que se trazan en relación a estas definiciones, así como dejar claro que todos los integrantes de la empresa deben seguirlas ya que articulan el desarrollo de la organización.</p> <p>La misión y visión de la compañía se pondrá en un cartel, de buen tamaño y letra, dentro de la empresa junto a la entrada donde todos los empleados la puedan ver y se tendrán que aprender al entrar a L1452.</p>
Personal	Reconocimiento	<p>Una vez finalizado el punto anterior, y diseñar del plan de reconocimiento. Éste no tiene que ser necesariamente económico, sino una estrategia que reconozca la autoría de los trabajos que realiza el personal. Los beneficios de esto es que la gente va a sentir que es importante dentro de la empresa y esto causa que tenga un engagement, el cual se ve representado en la calidad del trabajo que realiza y el ánimo con el que lo realiza. Además, como imagen corporativa, la gente va a ir conociendo a los miembros que trabajan en L1452 dándole una mejor imagen a la empresa. Hacer hincapié que aunque el reconocimiento no tiene que ser económico, después de un tiempo también ayuda bastante al bienestar del personal recibir un bono o aumento de sueldo.</p>
Comunicación	Comunicación interna	<p>Integrar el sistema de comunicación de “jefes sin puerta” en el cual los empleados puedan entrar a la oficina de los jefes para hablar sobre proyectos o dudas que tengan sin miedo, además que todas las opiniones e ideas de los empleados sean escuchadas y sean reconocidos por ellas</p>
	Reconocimiento / Comunicación Interna	<p>Sobre el tema de comunicación se le tiene que enseñar a las dueñas como deben comunicarse con sus empleados.</p>

		<p>Primero tener una comunicación interpersonal con cada uno de sus empleados, en la cual se hablen de cómo se sienten en el trabajo que están y reportar los avances de los pendientes y después recibir una retroalimentación de parte de las dueñas remarcando las cosas buenas realizadas por el empleado, pero también comentando errores o fallas en el trabajo. Esta es una buena opción para da plantear propuestas para cada su área.</p> <p>En las juntas que sea una comunicación grupal es una buena opción para compartir lo que se esta realizando dentro de la empresa o proyectos a futuro y realizar una lluvia de ideas para mejorarlos o darles un giro y que el trabajo final sea acreditado a todo el personal de la empresa.</p> <p>Es importante promover el sistema de puertas abiertas dentro de la oficina para que los empleados puedan comunicarse con las dueñas cuando exista alguna duda o comentario. La mejora de la comunicación puede ayudar bastante al ambiente laboral y la productividad al existir una comunicación fluida dentro de la empresa.</p>
--	--	--

Medición y evaluación - Para evaluar esta propuesta del plan de reconocimiento, al mes de haber sido aplicada regresar para hacer entrevistas para ver cómo se sienten dentro de la empresa y si realmente ya tienen el reconocimiento que pedían. Todo esto para conocer como han mejorado las relaciones interpersonales dentro de la escuela y conocer cómo se sienten los empleados dentro de la empresa y si han visto cambios dentro de la empresa. Se necesitaría también entrevistar a las dueñas para ver si con los cambios en la curaduría ha mejorado en rendimiento y calidad. Ver los resultados y si los resultados spositivos, comentar que sigan con los cambios y si son negativos o regulares realizar cambios para mejorarlo y al mes volver a realizar un análisis.

## **Conclusiones**

En muchas empresas se les olvida la importancia de reconocer a los empleados, y no solo en lo económico, sino en lo humano.

Muchas empresas piensan que sus empleados son algo sustituible que solo trabaja para ellos, olvidándose que son personas. Se tiene que trabajar para humanizar el trato a la gente, ya que la falta de reconocimiento a un empleado llega a afectar su forma de trabajar y la forma que se siente dentro de la empresa, muchos dirían que solo es un empleado, pero si es una empresa chica o grande, si él se siente así seguramente existen más empleados que están igual y al final pueden terminar afectando todo el clima laboral de la empresa o hasta la misma productividad. Por eso es importante trabajar en reconocer a los empleados por su buen trabajo, y no solamente en lo económico sino en lo emocional, no tienes que gastar miles de pesos para resolverlos, sino realizar un buen proyecto con el que tengas motivados y con un engagement hacia la empresa que al final te va a ayudar con la productividad y un gran clima laboral.

## Bibliografía

Tessi, Manuel, *Comunicación Interna en la práctica*, Ed. Granica, Argentina , 2012, 261 págs.

Tjosvold, Dean, “El Conflicto positivo en la organización : como estimular la diversidad y crear unidad”, (Wilmington, Del. : Addison-Wesley Iberoamericana, 1993), 194 págs.

Brunet, Luc, “El Clima de trabajo en las organizaciones : definición, diagnóstico y consecuencias”, (México : Trillas, 1999), 121 págs.

Guizar Montufar, Rafael, “Desarrollo organizacional : principios y aplicaciones”, (México : McGraw-Hill, 2008), 543 págs.

Phegan, Barry, “Desarrollo de la cultura de su empresa : los beneficios del liderazgo”, (México : Panorama, 1998), 186 págs.

# Plan de reconocimiento para el personal de L1452

## Anexo 1

**2012. Un año de grandes acontecimientos en México y el mundo.**

México y 8 países más pasarán por procesos electorales, olimpiadas en Londres a mitad de año, una Europa que luchará por salir de una recesión económica.

En L1452 observamos estos y muchos otros sucesos, así como la innovación en México y el mundo para trazar mapas de tendencias del consumidor mexicano en el 2012.

Estas son 5 tendencias que si bien no son las únicas, ayudan a delimitar los posibles rumbos que tomarán los consumidores y marcas mexicanas en el 2012 para tomar decisiones de negocio.

# TENDENCIAS POR: L1452

# 2012

## OPTIMISMO

Cada día se observarán oportunidades y espacios para ser más felices que poco tienen que ver con el dinero o la imagen personal. En México continuamente aparecieron actividades que actuaban como tubos de escape ante la angustia provocada por la creciente inseguridad.



Otras tendencias relacionadas:  
Experiencias, Bien-estar.

## CONSUMO SOCIAL

Los usuarios que más comparten información en redes sociales han dejado ver la importancia de los comentarios, likes, follow, RT y +1 para el éxito de cualquier marca, partido o movimiento. Ellos son los Social Consumers.

En el 2012 será clave que cada marca, y sin duda partidos políticos también, ubiquen a sus Social Consumers, los haga expertos en el tema y se conviertan en embajadores de sus ideas. Esta tendencia apunta también al incremento de transacciones en la redes sociales conocidas como el Comercio Social.



Otras tendencias relacionadas:  
Marketing, Bien-estar, Experiencias, Comercio Social, Tecnología.

## Plan de reconocimiento para el personal de L1452

### Anexo 1 (Continuación)

# COMPARTIR

El poseer más está dejando de ser un indicador de status. Ahora es mejor visto quien es más inteligente en sus compras o incluso decide no hacerlo y opta por rentar, prestar, intercambiar o construir.

Si bien en México siempre ha existido ingenio para ahorrar unos pesos y hacerse de bienes, este año L1452 detectó la implementación formal del Consumo Colaborativo y otras iniciativas para compartir recursos.



Otras tendencias relacionadas: DIY, Transacciones sin dinero, Simplicidad, Experiencias de valor, Crowd-funding.

Real, Curaduría Social.



# DEMOCRATIZACIÓN CREATIVA

La posibilidad de ser un fotógrafo, músico, diseñador o director de cine, está al alcance de todos. La única limitante está en el creador, no en las herramientas.

Para los siguientes meses, serán las apps como hoy es Instagram para compartir fotos, Photoshop Express para retocarlas, Blurb para publicar un libro, NanoStudio para crear música o iSupr8 para editar video, las herramientas más utilizadas para desatar el lado derecho del cerebro. Una prueba de ello es Mextagram, un grupo mexicano creado en Instagram, que semana a semana convoca a un concurso de fotos con temáticas.



Otras tendencias relacionadas: Beneficios en tiempo real, La necesidad de otros.

# TECNOLOGÍA VIVA

Esta era de digitalización ha inundado las calles y tiendas de nuevas tecnologías como Códigos QR, realidad aumentada, 3D, Microsoft Tags, RFID's y muchos otras. 2011 fue el año de los códigos QR en México. Las marcas los usaron como una herramienta para proporcionar más información, principalmente dirigiendo a una página web o video de la marca.

En el 2012 veremos en México la aplicación de estas tecnologías para tener una experiencia vibrante como ya se hace en otros mercados.

Habrá que estar al pendiente de startups en México que desarrollan tecnologías para lograr lo anterior, como Knock Nockr que permitirá dar un Like a las cosas que nos gustan en la vida real como unos jeans.



Otras tendencias relacionadas: Gamification, El poder de las experiencias sobre lo digital.



Para tener el reporte completo escribe a [contacto@L-1452.com](mailto:contacto@L-1452.com)

L-1452.com



## Anexo 2 (continuación)

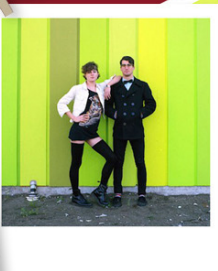
La gente imita la posición de un buho en escenarios cotidianos.



### SWITCHEROO



Se trata de intercambiar la ropa entre parejas en un mismo escenario, la magia de estas fotografías radica en el contraste.



Si quieres conocer más sobre tendencias no dudes en contactarnos.

[www.L-1452.com](http://www.L-1452.com)  
@L1452



Actualmente existen eventos que afectan nuestro estado de ánimo, incrementando el nivel de ansiedad de manera colectiva. Son actividades como **PARTICIPAR EN UN PHOTO FAD**, donde realmente no importa la posición ni el escenario, **EL OBJETIVO PRINCIPAL** obedece a dos importantes tendencias **OPTIMISMO Y COMPARTIR**.

Análisis por L1452

Fuentes: <http://L-1452.com/>  
Reporte de Tendencias 2012 L1452  
Imágenes: <http://www.flickr.com/photos/innocentquiltjack/211099222/>  
<http://www.flickr.com/photos/bruceclay/596528275/>

<http://www.flickr.com/photos/ephorthebruce/617257487/>  
<http://www.flickr.com/photos/budgetpic/651321447/>  
<http://www.flickr.com/photos/saltburgerland/573900815/>  
<http://www.flickr.com/photos/strupler/577572486/>

<http://www.flickr.com/photos/ajgsh/6735489949/>  
<http://www.flickr.com/photos/ajgsh/6735489949/>  
<http://www.photography.com/how-to-take-jumping-photos/>  
<http://www.vagabondquest.com>

# Plan de reconocimiento para el personal de L1452

## Anexo 3

The screenshot shows a web browser interface. At the top, there's a navigation bar with 'L1452', '+ Nuevo', and 'Editar entrada'. On the right, it says 'Hola, Alan Rodrigo'. The main content area features an article titled 'Mo: El transporte del futuro en la ciudad' with a sub-header 'REPORTAJE TENDENCIAS 2012'. The article includes a photo of a hand holding a 'mo' tag on a bicycle. The text describes the 'Mo' system in Munich, its benefits, and its expansion plans. On the left sidebar, there's a search bar, a newsletter sign-up, and a section for 'L1452 en CNNEXPANSION.com' with social media icons. On the right sidebar, there are social sharing buttons for Twitter (5), Facebook (4), and a 'Me gusta' button.

Hecho en México  
Catalizadores del Futuro  
Trendoscopio  
Grafoteca  
Ideas de Importación  
Índice

Buscar en L1452 Ir

Recibe nuevas ideas por email  
tu@email.com  
Envíame IDEAS

**L1452 en**  
CNNEXPANSION.com

Coworking: el nuevo empleo independiente

Para Seth Godin, un famoso pensador, escritor y conferencista sobre la innovación, cree que las corporaciones crearon durante el siglo pasado trabajadores TGIF – Thank God It's Friday (Gracias a Dios es viernes). Empleados que siguen un manual para cumplir

Mantén las nuevas IDEAS cerca

Twitter Facebook YouTube Email RSS

**Mo: El transporte del futuro en la ciudad**  
REPORTAJE TENDENCIAS 2012

PUBLICADO EL: 14/12/11

En Múnich, más del 80% de la población tiene una bicicleta, pero la gente sólo la utiliza un 10 por ciento en sus viajes diarios. Para cambiar eso, la firma de diseño LUNAR Europe, la organización ecológica Green City e.V. y la Universidad de Wuppertal crearon Mo, la movilidad para la ciudad del futuro.

Mo es un nuevo sistema de transporte que ofrece autos compartidos y la renta de e-bikes, con beneficios a los que viajan en bicicleta.

Para ser parte de Mo, la gente tiene que comprar la membresía en las tiendas del mismo nombre, donde el usuario puede llevar su bicicleta o comprar una nueva, a la cual se le coloca un tag que registra las distancias realizadas y se le entrega una tarjeta para poder utilizar las estaciones Mo.

El beneficio de Mo es: mientras más kilómetros se utilice la bicicleta, más bajo será el costo de la renta de las bicicletas de carga, e-bikes o autos.

Mo cuenta con su página de internet, sus propias estaciones y un app donde los usuarios pueden revisar su estado de cuenta, encontrar y apartar vehículos, revisar los horarios del metro, realizar puntos de encuentro con sus amigos, y encontrar las estaciones de carga y estaciones Mo.

Actualmente el sistema Mo está en uso en Múnich, Alemania y se planea expandirlo a otras urbes del mundo.

LUNAR mo - mobility for tomorrow from LUNAR Europe

5  
Twitter  
4  
Me gusta

# Plan de reconocimiento para el personal de L1452

## Anexo 4

**Mo: El transporte del futuro en la ciudad**  
14 diciembre, 2011

En Múnich, más del 80% de la población tiene una bicicleta, pero la gente sólo la utiliza un 10 por ciento en sus viajes diarios. Para cambiar eso, la firma de diseño **LUNAR Europe**, la organización ecológica **Green City e.V.** y la **Universidad de Wuppertal** crearon **Mo**, la movilidad para la ciudad del futuro.

Mo es un nuevo sistema de transporte que ofrece autos compartidos y la renta de e-bikes, con beneficios a los que viajan en bicicleta.

Para ser parte de Mo, la gente tiene que comprar la membresía en las tiendas del mismo nombre, donde el usuario puede llevar su bicicleta o comprar una nueva, a la cual se le coloca un tag que registra las distancias realizadas y se le entrega una tarjeta para poder utilizar las estaciones Mo.

El beneficio de Mo es: mientras más kilómetros se utilice la bicicleta, más bajo será el costo de la renta de las bicicletas de carga, e-bikes o autos.

Mo cuenta con su página de internet, sus propias estaciones y un app donde los usuarios pueden revisar su estado de cuenta, encontrar y apartar vehículos, revisar los horarios del metro, realizar puntos de encuentro con sus amigos, y encontrar las estaciones de carga y estaciones Mo.

Actualmente el sistema Mo está en uso en Múnich, Alemania y se planea expandirlo a otras urbes del mundo.

**mo - mobility for tomorrow**  
from LUNAR Europe

9% 10%

06:08 vimeo

Comparte esta nota

Correo electrónico Me gusta 5 Tweet 4 Digg

Submit submit Penit +1 0

**Gaby Arriaga**  
Twitter: @gabysun

Escribe lo que deseas... buscar

Translate this website

Select Language

Suscríbete a nuestro newsletter

email enviar

Lo más popular este mes

- Pepe Montalvo en Miami Ad School 9 septiembre, 2012
- Segundo Simposio del Libro Electrónico en Español 9 septiembre, 2012
- La Felicidad se medirá en México 9 septiembre, 2012
- Ayuda a Wikipedia con Wiki Loves Monuments 9 septiembre, 2012
- Zonas arqueológicas de México en Street View 4 septiembre, 2012

CONSUMO SOCIAL

Comunidad L1452

L1452 on Facebook

1,359 people like L1452.

Gera Manuel Cecilia Abraham Angie

Juan JuanCarlos Laura Julio Marilu

Facebook social plugin

TweetFeed

Lo que se dice de L1452

SyntilusYvein RT @L1452: Google nos da otra opción para turistar por 32 zonas arqueológicas de México [ow.ly/dssaF](http://ow.ly/dssaF) 15 hours ago · reply · retweet · favorite

tcanita The blind leading the seeing - [goodnewsfinland.com/archive/point-](http://goodnewsfinland.com/archive/point-)

Plan de reconocimiento para el personal de L1452

Anexo 5

[http://www.youtube.com/watch?v=FMQ9LP8fqPg&feature=share&list=UU9Sbeu8403qOB9vMORa\\_](http://www.youtube.com/watch?v=FMQ9LP8fqPg&feature=share&list=UU9Sbeu8403qOB9vMORa_)

**Flashmob Mexico: Setting The Scene.**

L1452videos  115 videos



L1452.com

**L1452**

elecatorcecincuentaydos

4:03 / 4:06

**Freeze En Antara Polanco - FlashMob**  
by flashmobmexico  
39,219 vi FEATURED VIDEO  
2:05

**IYF FLASH MOB - MEXICO DF**  
by iyfmexico1  
1,800 views  
4:56

**Experimento MP3 México 2012 (Video)**  
by flashmobmexico  
33,040 views  
6:05

**flashmob louvre opera 29dec.flv**  
by fmober1  
30,383 views  
3:30

**Viaje En Metro Sin Pantalones 2012 (Video)**  
by flashmobmexico  
47,297 views  
3:29

BIQ