

CAT

“Oficines més productives. #nextworkplace”

Ha arribat el moment d'investigar i qüestionar l'objectiu de les oficines d'una empresa .. El concepte d'oficina moderna és bastant recent - no té més de cent anys - i va néixer com a subproducte de la fàbrica, associada a la mateixa com un mer complement . Ara ha d'evolucionar per adaptar-se als nous hàbits. Compartir, cooperar, intercanviar són paraules utilitzades per empreses obertes centrades en l'anomenada economia del coneixement. Focalitzen els seus esforços en l'atenció al client, el disseny i la innovació.

Una nova filosofia empresarial i una nova estructura organitzativa, impliquen pensar i dissenyar espais diferents. En molts casos obrir-se al públic i als clients, així com entendre l'oficina com a punt de trobada, permet tenir millor visibilitat en el mercat. La frontera públic-privat desapareix. Per això, moltes oficines es dissenyen com a espai per visitar i no com back office de l'activitat considerada principal. Les pròpies oficines poden ser experiència corporativa, són la seva millor branding.

És preferible transmetre la visió-missió de l'empresa amb els canvis físics, més que amb discursos. La zona de recepció, és la carta de presentació de la companyia: és el punt d'arribada de visites i usuaris. La primera impressió compta i molt. Però no és aquest l'únic lloc on s'ha de reflectir la identitat corporativa. L'arquitectura és el millor llenç en blanc sobre el qual vehicular la filosofia de la marca i transmetre els valors amb els que desitja ser recordada. És útil pensar en conceptes com gràfica arquitectònica. No es tracta de decorar i penjar quadres, sinó que tot l'espai i el mobiliari transmetin un únic missatge corporatiu clar.

Les persones solem ser conservadores i contràries al canvi. Preferim l'estabilitat, el dolent conegut, davant el bo per conèixer. Els canvis es consideren amenaces. Sol existir una resistència enfront de nous models, quan hauria de ser el contrari. És per això necessari que la direcció de l'empresa involucri als seus empleats de manera activa. No obstant això, tot i que les decisions de disseny no s'han de tenir en exclusiva per l'arquitecte director del projecte, aquest ha de liderar el projecte i prendre decisions, per no desvirtuar la consecució dels objectius plantejats. Codiseñar no és tenir un comitè de disseny, però sí que ens referim a la necessitat de participació de totes les parts implicades, no només d'especialistes.

Aquest és la millor manera de conèixer, analitzar i millorar els processos de treball. No s'ha d'imposar un canvi i implementar-: abans s'ha de pensar i definir col·lectivament perquè aquest canvi arribi a considerar-se com propi de tot l'equip. Canviar des de dins és la millor manera de crear nous models d'empresa.

Miquel Àngel Julià, arquitecto

Director de disseny de Nuklee

Membre del Comitè Científic del CONGRES ARQUITECTURA 2016