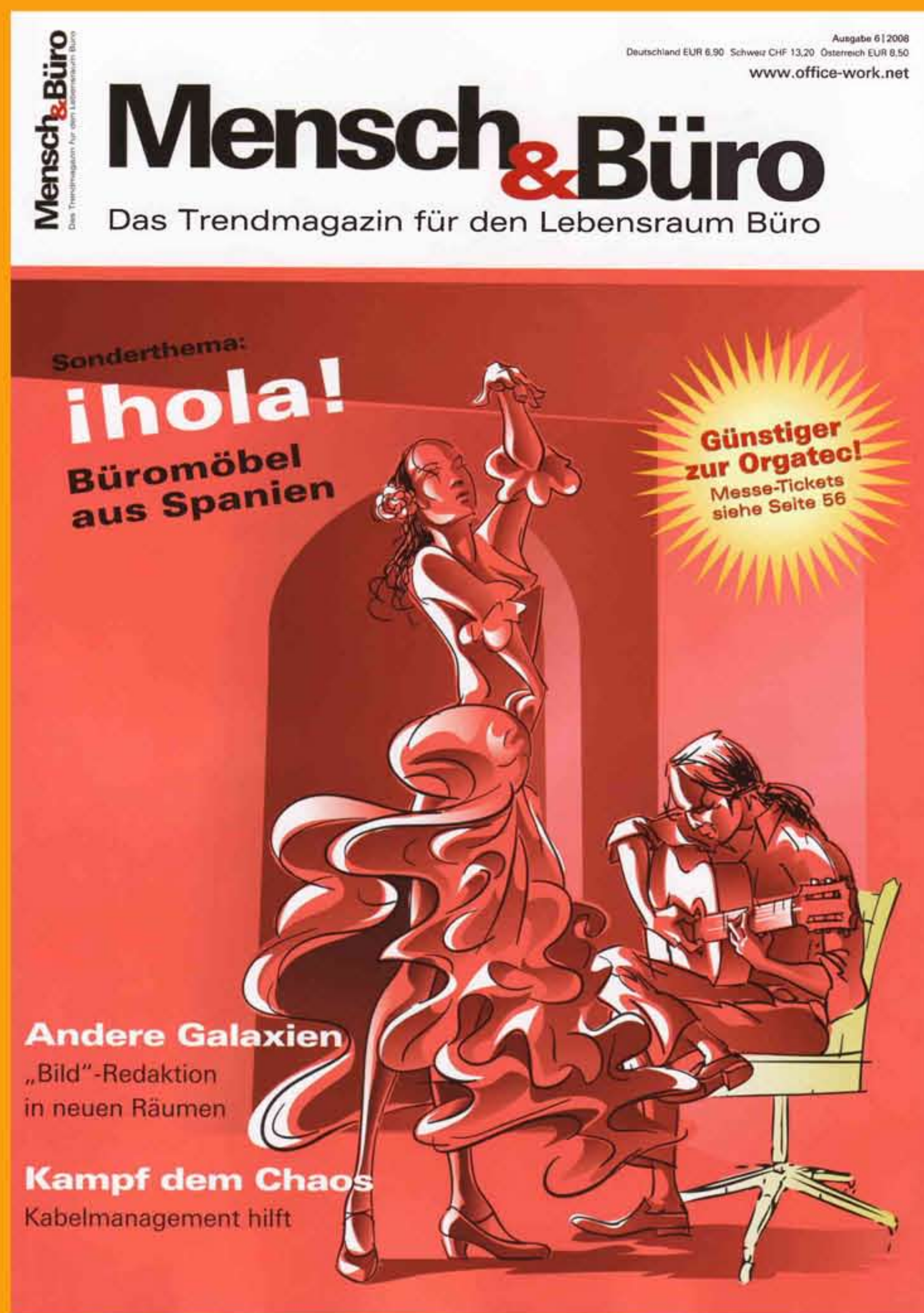


El diseño se infiltra en la oficina Publicacion Mensch & Büro



Spanische Designer und ihre Produkte

Ideen mit südländischem Pfiff

Gestalten spanische Designer anders als deutsche? Und wie sehen die neuen Büromöbel aus dem Süden aus? Der Trend geht immer noch zu viel Wohlfühlqualität durch kräftige Farben und warme Holztöne in Tischen, Stühlen und Teppichen. Aber sehen Sie selbst!



Caddy macht mobil

Schicker Mitläufer

Die eigenen Arbeitsutensilien immer dabei: Mit dem „Carro de trabajo“ aus der „LV“-Serie des spanischen Herstellers Laster designt von Jon Santacoloma wird jeder Schreibtischträger zum Mitläufer, denn er kann überall arbeiten. Santacoloma arbeitet seit 2000 im Studio „Ideilan“, zum Beispiel für B-Lux.

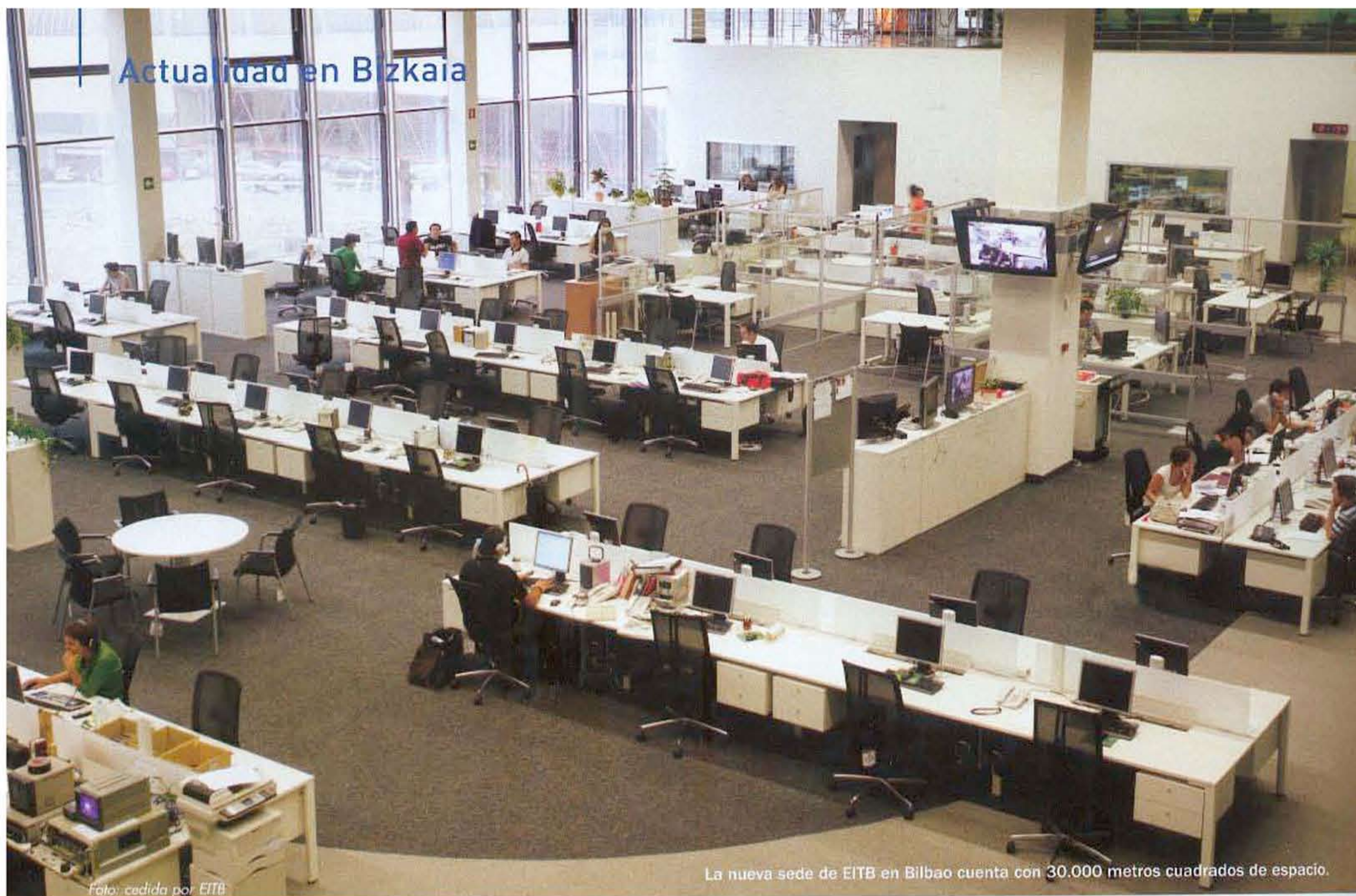
www.ideilan.com
www.lasterofic.com



El diseño se infiltra en la oficina Revista DATO

PRENSA

DATO Nº2 – MAYO DE 2008



Oficinas a la carta para aumentar la productividad

Los estudios revelan que se incrementa hasta el 20% la rentabilidad de una compañía si adecúa el diseño del centro de trabajo a su actividad

Dato Bizkaia

La introducción de las nuevas tecnologías, el trabajo sedentario y la implantación de estructuras organizativas horizontales han propiciado que el diseño de los centros laborales se haya tenido que adaptar en los últimos años a las nuevas exigencias productivas y de gestión del trabajo.

Las oficinas se han convertido en una prolongación del hogar, por las largas jornadas laborales, y, como la vivienda, tienen que ser confortables. Más si cabe cuando está en juego la rentabilidad. Está comprobado que la calidad del espacio que se ofrece a las personas en su entorno laboral influye directamente en la competitividad de la empresa, tanto en términos de eficacia económica como en lo referente a la proyección

de los valores y atributos de la identidad corporativa.

Así, adecuar las instalaciones al tipo de actividad de la empresa, y a la específica de cada trabajador, puede llegar a aumentar hasta en un 20% la productividad de los puestos según todos los estudios. "La ofici-

Las oficinas, como prolongación del hogar que se han convertido, deben ser confortables

na ideal no existe, no hay soluciones mejores o peores, sino que hay que ajustarlas a la propia idiosincrasia de la compañía. Cuando una empresa toma la decisión de modificar sus dependencias debería hacer una reflexión previa para ha-

cerlas más productivas y así aprovechar el espacio, que cada vez es más caro, y cambiar las relaciones entre los trabajadores para que aumente la comunicación y el sentimiento de pertenencia", aconseja **Camilo Agromayor**, director general de **Ofita**, empresa especializada en proyectos de diseño de oficinas.

La tendencia en el sector apunta a reducir y flexibilizar determinados espacios, por ejemplo, las zonas comunes o los despachos. En los últimos cinco años, su número en las compañías españolas se ha reducido en un 13%, pasando del 25% al 12,8%, una cifra por encima de la media europea (8,3%). Paralelamente, han surgido nuevas tipologías de distribución: despachos individuales con posibilidad de convertirse en salas de reuniones para el trabajo en equipo; semiabiertos, para crear intimidad sin barreras a

El diseño se infiltra en la oficina Revista DATO

través de mamparas de vidrio con las que conjugar comunicación visual y máxima accesibilidad; o compartidos.

Espacios comunes

De lo que se trata, en definitiva, es de penalizar los espacios personales y privativos en favor de los comunes, sobre los que giran los valores de la empresa y que representan un 3,1% en las organizaciones de origen español y un 3,7% en las extranjeras. Lo relevante en cada una de estas zonas, además de concebirse como lugar de trabajo, formación u ocio, es que se convierten en espacios para la propagación, a empleados y clientes, de la filosofía de la empresa.

El color también es un transmisor de la imagen de marca. Se aconseja una coherencia cromática entre el logotipo de la empresa y los utilizados en la decoración de la oficina, aunque no sea de manera predominante pero sí neutra. Pero, a pesar de las estadísticas y de la sensibilización de algunas organizaciones hacia el valor de la disposición de sus infraestructuras, todavía "no ha calado en muchas de ellas el mensaje de que la oficina es una herramienta de venta", se lamenta Agromayor.

La sede de **EITB** en **Bilbao** es una excepción. Considerada la mejor de la televisión pública europea, los 30.000 metros cuadrados en los que trabaja diariamente más de medio centenar de personas son completamente diáfanos. No hay apenas puertas, cortinas o mamparas. Sólo la alta dirección dispone de despacho propio. El resto de personal comparte espacio sin que por ello el ruido sea ensordecedor. Se experimenta, además, la sensación de lejanía frente a la proximidad de los puestos. "Y eso, en un edificio en el que ha habido que integrar tres di-

El personal de la nueva sede de EITB, en Bilbao, comparte un espacio común y diáfano

visiones bien distintas: televisión, radio e internet", puntualiza **Aitor Villa**, responsable de sedes del ente público. Resultado de la estrategia:

un aumento del sentimiento de pertenencia a la empresa por parte de los trabajadores.

Mobiliario

Por lo que respecta al mobiliario, los diseños robustos, vetustos, rígidos y vinculados al estatus forman parte ya del pasado. "Antes se podía saber, por el tipo de silla, el puesto que ocupaba un trabajador dentro del organigrama. Había dos grandes categorías, la de la secretaria. Y la del director, muy aparente, pero con muy pocas prestaciones", explica



Foto: cedida por Biplax.

Maite Gastañaga,

responsable de Comunicación de **Biplax**, empresa vizcaína especializada en la fabricación de sillas ergonómicas. "El mobiliario de oficina en España está muy anticuado. Se desconoce cuánto puede amortizar la productividad de los trabajadores. Sólo cuando las compañías empiezan a preocuparse por estos temas y a invertir dinero", añade. Ahora, las nuevas líneas se caracte- ▶▶▶



La sala de controles del canal público está dotada de sillones ergonómicos.

El diseño se infiltra en la oficina Revista DATO

mas y a invertir dinero", añade. Ahora, las nuevas líneas se caracterizan por formas asociadas a la adaptabilidad de las posturas y la mejora de la ergonomía.

Ergonomía

Precisamente, el concepto de ergonomía se ha erigido como el principal valedor para los fabricantes de mobiliario de oficina a la hora de convencer sobre las bondades de equipar un centro de trabajo que garantice el confort de los trabajadores y, por ende, maximice su rendimiento. Porque la ergonomía palió los dolores musculoesqueléticos, causa de la mayoría de las bajas laborales en **Europa**, por delante del estrés incluso.

"Una buena silla influye en que una persona trabaje más a gusto y tenga menos absentismo", asegura Gastañaga. Los comités de Salud Laboral e Higiene de las empresas lo saben y este capítulo ya se con-

templa entre sus demandas colectivas. "Tenemos clientes que nos han pedido diseñar una silla concreta para un trabajador con un problema de espalda específico", desvela Gastañaga.

La incorporación de un dispositivo de adecuación postural sedente, o lo que es lo mismo, un sistema que emite un pitido cuando se está mal sentado. Y otro de apoyo lumbar para evitar el efecto 'sacacamisas' son las principales novedades que la firma vizcaína ha lanzado al mercado y con las que contribuye a la educación postural, un déficit muy extendido entre quienes realizan un trabajo sedentario.

Pero no sólo la ergonomía se ha instalado en las oficinas, también el ecodiseño. Los proyectos de Ofita, por ejemplo, no sólo persiguen el correcto análisis y tratamiento de factores como el ahorro energético o la calidad del aire, sino que incluyen valores ecológicos

en el propio diseño del mobiliario. Una de sus propuestas, la silla 'Itaida' se confecciona con madera certificada procedente de explotaciones sostenibles. También Biplax se ha apuntado al ecodiseño. Con el sillón 'Diva' ha conseguido una reducción del 25% en el impacto global en el medio ambiente.

Moda

El diseño del espacio laboral tampoco está exento de los vaivenes de la moda y la tradición cultural. Así, mientras en los países mediterráneos se opta por oficinas más alegres, con mucha luz, en los nórdicos son amantes de los espacios ocres. Y en **Estados Unidos** triunfa el cubículo. En el caso de las sillas, las que se fabrican para **China** son de menor tamaño por la corta estatura de los asiáticos. Y no tienen cabida las de piel con marcas, todo lo contrario que en el norte de **Europa**. Los americanos, por su parte, se inclinan por los sillones descomunales. Y en los países árabes, cuanto más barrocos, más preciados.

Algunas sillas ya incorporan un pitido que avisa de que la postura es incorrecta

El decálogo de la oficina ideal

Aunque el diseño de una oficina debe adaptarse al tipo de actividad que se desarrolla en su interior, seguir unas directrices comunes favorece un entorno que anima a la consecución de los objetivos empresariales y no menoscaba la salud de los empleados.

-Mobiliario: ergonómico, porque disminuye el absentismo relacionado con las molestias musculoesqueléticas.

-Materiales: mejor ecológicos.

-Iluminación: orientada a aprovechar mejor la luz natural y evitar los brillos.

-Cromatismo: están especialmente indicados los tonos blancos o pastel para las paredes. Para los suelos, verde hoja, azul oscuro, gris...

-Ruido: el nivel sonoro máximo en zonas operativas y despachos debe ser de 50 decibelios y de 40 en salas de conferencias. Sin embargo, generalmente, el nivel medio es mayor de 70.

-Temperatura: entre los 20 y los 25 grados.

-Ventilación: renovar el aire abriendo las ventanas varias veces al día.

-Higiene: para evitar gérmenes.

-Distribución: diáfana y flexible y que permita la interacción entre las personas, el trabajo en equipo y romper las barreras jerárquicas. Se consigue mediante paredes y muebles modulares.

-Decoración: no conviene re-

cargar la oficina, puesto que cualquier elemento externo contribuye a la distracción. Solución: introducir plantas que aportan dosis de vida a la par que decoran. También se puede optar por cuadros o pantallas de plasma que proyecten vídeos o información corporativa de la empresa como elementos ornamentales.



Foto: cedida por Ofita.

