

# Las Ideas y los datos transforman la cultura del lugar de trabajo

**Cómo One Workplace aprovechó los datos y las ideas para acompañar mejor a su equipo en expansión.**

## **ONE WORKPLACE, SANTA CLARA, CA**

One Workplace tiene una larga trayectoria en el diseño de espacios de trabajo para algunas de las empresas más innovadoras del mundo. De hecho, llamar a la sede de One Workplace en Santa Clara una “oficina” no encaja realmente con la sala de exposición de 3.500 m<sup>2</sup> en pleno funcionamiento que no solo le sirve de escaparate a la empresa, sino que también utiliza. La sede hace honor a la misión de la empresa: Crear espacios que inspiren a las personas y transformen las empresas. Para One Workplace, las personas, los lugares y las tecnologías deberían trabajar juntas fluidamente para reforzar la cultura y la productividad.

Hace poco, One Workplace se enfrentó a los mismos problemas que suele solucionar para sus clientes. Su plantilla creció un 25% y su entorno actual se empezó a quedar demasiado pequeño. El resplandor había desaparecido y la oficina ya no encajaba como antes.

Para descubrir cómo estaban utilizando el espacio los miembros del equipo y cómo podría ser la expansión, One Workplace incorporó Workplace Advisor - Study para obtener una perspectiva más detallada.

Workplace Advisor - Study es una herramienta de medición del espacio de Steelcase. Cuando una empresa quiere justificar una gran inversión de capital y mejorar la experiencia global del empleado, se colocan sensores y otras herramientas de evaluación para un uso puntual y episódico. One Workplace necesitaba datos para determinar si realmente estaban utilizando el espacio como pensaba que lo estaban haciendo. Pero Workplace Advisor - Study no se limita a ofrecer datos de ocupación objetivos. También recopila información cualitativa, permitiendo a los empleados opinar sobre sus espacios de trabajo favoritos y sobre las características del espacio a través de encuestas para entender mejor por qué algunos espacios se utilizan y otros no.

“Los datos son importantes, pero solo si los podemos utilizar para ayudar a nuestros empleados y clientes a disfrutar de un mejor día en el trabajo”, comentó el Director de Operaciones de One Workplace, Mark Baker. “El espacio es culturalmente útil. Los sensores por sí solos no nos lo podían decir. Pero cuando los datos se emparejaron con comentarios sinceros y de calidad, obtuvimos una imagen más completa sobre cómo podemos ofrecer un mejor apoyo a nuestro equipo”.

**“...cuando los datos se emparejaron con comentarios sinceros y de calidad, obtuvimos una imagen más completa sobre cómo podemos ofrecer un mejor apoyo a nuestro equipo”.**

Cuando Steelcase analizó los datos de Workplace Advisor – Study, los resultados fueron sorprendentes. A pesar de contar con 260 personas en la sede de Santa Clara, el equipo solo estaba utilizando de media el 36% de su espacio. Y los datos cualitativos explicaban por qué. Aunque los 3.500 m2 eran más que suficientes, el diseño no facilitaba el tipo de trabajo que estaban haciendo las personas, o la cultura de One Workplace que impulsa este trabajo.

**“No es que no tuviéramos suficiente espacio. No teníamos el tipo de espacio adecuado”.**

“No es que no tuviéramos suficiente espacio. No teníamos el tipo de espacio adecuado”, explicó el Director Creativo, Chris Good. “El espacio privado y el espacio de reunión no son lo mismo. Sabemos que el espacio puede ayudar a modelar el comportamiento. Queremos utilizar la cultura de nuestra empresa para impulsar los comportamientos y diseñar los espacios en torno a ellos”.

Por ejemplo, Workplace Advisor – Study concluyó que en One Workplace se producían 20 sesiones de una o dos personas en entornos privados en cualquier momento, pero solo nueve espacios estaban destinados a estas interacciones. Podía tratarse de personas contestando al teléfono, concentradas en una tarea o trabajando con otro colega para revisar un proyecto.

One Workplace también descubrió que los miembros de los equipos optaban por las salas de conferencias en lugar de sus propios escritorios para el trabajo individual. También había una fuerte tendencia interna hacia el trabajo a distancia, fuera de la oficina. En última instancia, los miembros de los equipos pensaban que el entorno no ayudaba demasiado a apoyar los distintos trabajos que querían hacer. Y One Workplace no utilizaba tecnología para ayudar a los miembros del equipo a reservar los espacios que estaban usando en realidad.

“Puedes diseñar soluciones para fomentar el cambio, pero solo si también trabajas para ayudar a las personas a abrazar este cambio. Al final, lo que intentamos resolver no son números, sino experiencias humanas”, puntualizó Good.

Para One Workplace, lo que empezó como una mirada reflexiva hacia su propio entorno se convirtió en un ejercicio práctico que les está ayudando a crear un espacio que demuestra lo que es posible cuando convergen los datos y la cultura. También ha contribuido a reforzar su creencia principal: que la cultura empresarial no es algo que se deba dejar al azar. El diseño en torno a los comportamientos y la cultura conducirá en última instancia a una jornada de trabajo mejor y más productiva.

No son solo los entornos de trabajo los que están cambiando increíblemente rápido”, comentó Good. “Nuestra manera de trabajar dentro de estos entornos está cambiando igual de deprisa. Y aunque diseñamos espacios de trabajo para ganarnos la vida, estamos sometidos a las mismas fuerzas que nuestros clientes. Fue una oportunidad increíble para poder echar un vistazo más de cerca a nuestra manera de diseñar en torno a la cultura y el comportamiento”.

One Workplace empezará a implantar estos cambios durante el próximo año. 360 compartirá su nuevo espacio cuando esté finalizado.