



## ESTIMULACIÓN PARA UN AMBIENTE LABORAL CREATIVO

El medio ambiente, entendido como el medio habitacional o de vida del individuo, afecta a este directamente: la propia naturaleza, una vivienda, una oficina de trabajo o, incluso, una tienda o centro comercial. Cualquier espacio susceptible de recibir seres humanos puede propiciar culturas creativas directamente sobre ellos y, en función de sus características, promoverá unas acciones u otras sobre su comportamiento. Precisamente, en los contextos del ambiente y su incidencia sobre los seres humanos está basada la Psicología Ambiental.

En este sentido, centrándose en la importancia de conseguir un ambiente de trabajo creativo, que fomente el talento y trabajo en equipo, es de vital importancia no infravalorar la acción humana para conseguirlo. Las oficinas de trabajo convencionales, de co-working e, incluso, la propia casa (si se trabaja a distancia) son auténticos invernaderos de ideas. Conseguir un entorno de trabajo altamente estimulante y que proteja y abstraiga de agentes perturbadores debe ser el primer cimiento para comenzar a construir una actitud positiva frente a una rutina de producción y competitividad que genere sinergias de éxito.

Todos los espacios están diseñados para ser altamente funcionales y obtener los resultados esperados. Así como las clases de un colegio contienen un diferente nivel (un peldaño) donde se sitúan la mesa del profesor y el encerado, para diferenciar claramente el estatus entre alumnos y docentes, los puntos de venta (tiendas, supermercados, bancos...) utilizan tácticas de product placement o display (mesas de negociación, despachos (en el caso de los bancos)), para incentivar la compra de los consumidores por impulsos y conseguir vender más.

La mano del hombre, en una oficina de alto rendimiento, deberá estar detrás de conseguir el objetivo prioritario, que, en este caso, no es otro que el de motivar a los trabajadores, para que sean 100 % productivos y se empleen de manera feliz.

A continuación, se explica el papel que juega la disciplina de la Psicología Ambiental en la creación de espacios de trabajo y se establecen unas determinadas pautas para adquirir los codiciados conceptos de smart y open office.

## El papel de la Psicología Ambiental

Existen antecedentes de la psicología ambiental en la década de los años 40, en la que se comenzaba a contemplar la relación entre la persona y el medio ambiente. En esta década y la de los años 50, destacan los trabajos teóricos de autores como Kurt Lewin, Roger Barker y Herbert F. Wright. Estos aportes, culminan en la proliferación de estudios en este campo en los años 70 y la consolidación de la psicología ambiental como disciplina propia y diferenciada de otras. A partir de este momento, diversos autores y autoras analizan y desarrollan diversas metodologías, conceptos, enfoques teóricos de la psicología ambiental.

Esta disciplina humana está basada en la siguiente máxima: “si actuamos sobre el ambiente físico, condicionamos el ambiente psicológico”. La mano del hombre es causante de los principales logros, en cuanto a rendimiento empresarial se refiere. No solo por su destreza a la hora de gestionar los números y balances de la compañía, sino también por conseguir un espacio altamente productivo, donde los trabajadores se sientan cómodos y libres. Obtener lo mejor de cada trabajador pasa, necesariamente, por proporcionarle un espacio de trabajo donde pueda desplegar su talento al 100 % y relacionarse profesional y personalmente con el resto de sus compañeros. En definitiva, un lugar donde puede crecer humana y sanamente. El principal exponente de la Psicología Ambiental fue Kurt Lewin (1890-1947) y sus estudios forman parte de la primera literatura que se interesó acerca de cómo el entorno y medio ambiente influyen en la conducta de los seres humanos.

Así pues, podemos concluir que el objeto de estudio característico de la psicología ambiental es la INTERACCIÓN entre las personas y sus entornos, y que esta interacción se enmarca necesariamente dentro de un CONTEXTO SOCIAL (o de interacción social) por lo que los "productos" de esta interacción entre persona y entorno (incluyendo a la propia persona y al entorno) han de ser considerados antes que nada como productos "psico-socio-ambientales". Es en estos términos que la cuestión planteada permite reconsiderar la psicología ambiental como PSICOLOGÍA SOCIAL AMBIENTAL, aunque, como veremos, la psicología social es solo una de las fuentes de las que bebe nuestra disciplina.

## Factores de importancia

**Ambiente natural:** se trata de los exteriores y cómo son percibidos los paisajes. Es el ecosistema en su estado más puro y salvaje, sin la intervención o modificación del hombre. El ambiente geográfico a través de un cielo abierto o nítido horizonte proporcionan síntomas de paz y relajación. En una oficina, los colores de la naturaleza siempre deberán estar presentes, para no enjaular a los trabajadores. Por eso, siempre se recomienda instalar oficinas con amplios ventanales, que reciban la luz del día las máximas horas posibles; y tonos claros, para no despistar a los trabajadores mientras desarrollan sus funciones.

**Ambiente construido o fabricado:** está fuertemente asociado a la construcción de edificios. Es complicado no pensar en una oficina, si no es a través del ladrillo y hormigón. Al fin y al cabo, las sociedades modernas se organizan para vivir y trabajar en grandes moles de estos dos materiales.

Aunque parezca una cuestión baladí, el asfalto, la altura de los edificios y, en definitiva, la ausencia de naturaleza puede repercutir directamente en la actitud de los trabajadores. Dentro de este apartado, los muebles y la decoración juegan un papel muy destacado. En gran medida, dependerá de estos dos elementos y la manera en que sean emplazados el rendimiento óptimo de los trabajadores.

**Ambiente social y conductual:** una de las cinco áreas que dividen este factor es la ecología del grupo pequeño, entendida esta, en un ambiente de trabajo, como la forma que tienen los diferentes componentes de interactuar entre sí. Examinar su comportamiento y observar si de ellos se consiguen desprender todas las sinergias para poner en marcha, por ejemplo, un departamento y cumplir con los objetivos empresariales es de vital importancia. En este sentido, conviene siempre evitar el hacinamiento, determinar la territorialidad, permitir espacios de intimidad y proporcionar un espacio personal.

### **El concepto de open office o smart office**

En el siglo XXI, parece que todo es smart (inteligente): smartphones, smart TV, ciudades, edificios inteligentes, relojes, pulseras wearables... La inteligencia también ha llegado a las oficinas. En este caso, la sostenibilidad es el principal agente que está relacionado con ellas. En las próximas líneas, se comentarán cuatro pautas para conseguir crear un espacio que elimine barreras y dificultades entre los miembros de una empresa y crear un clima laboral en el que el talento y la creatividad tomen las riendas del negocio en los diferentes departamentos.

### **Eficiencia energética y sostenibilidad ambiental**

Controlar los recursos energéticos y propiciar su sostenibilidad y optimización son unas de las claves para conseguir una oficina inteligente. Regular a través de sensores y dispositivos inteligentes la intensidad de la iluminación, temperatura y humedad del aire es muy importante para conseguir entornos de trabajo confortables, al tiempo que la empresa realiza acciones socialmente responsables, para reducir su impacto medioambiental. Todo esto está recogido en las directrices de RSC, cuyas políticas siempre repercuten positivamente en la imagen de percepción de los grupos de interés. Tener al día el certificado energético ayudará a conocer de qué manera se puede mejorar el rendimiento de la oficina. No hay que olvidar que estos documentos están expedidos por profesionales (arquitectos, peritos, técnicos medioambientales, etc.) cuya valoración queda expuesta en un documento que se facilita.

### **Comunicación muy horizontal y fluida entre stakeholders**

Si algo fabuloso han proporcionado las nuevas tecnologías es la capacidad de estar interconectado 24x7 y no solo entre los miembros de una determinada empresa. Debido a la flexibilidad y liberalización de horarios, muchas compañías pueden funcionar a cualquier hora del día. Esto implica abrir canales de comunicación también para el resto de stakeholders y proporcionar un valor añadido. No hay que olvidar que, para obtener los mejores resultados y generar una percepción positiva entre los grupos de interés (empleados, proveedores, medios de comunicación, etc.), la comunicación debe establecerse de manera directa, clara y transparente. Deben eliminarse las barreras propias que se establecen entre la base y cúspide de la pirámide organizativa. Facilitar el acceso de comunicación es imprescindible para lograr una oficina inteligente.

## Bienes y servicios compartidos por los trabajadores

En las Smart Cities, el uso compartido de determinadas infraestructuras implica que los individuos renuncien a un cierto grado de privacidad y exclusividad. Compartir es vivir y es, precisamente, en esta máxima en la que se basarán las oficinas inteligentes, que buscan fomentar espacios de co-working para realizar lluvias de ideas. La innovación, a través de un modelo basado en estrechar los vínculos profesionales entre compañeros, proporciona resultados sensacionales. Todos los miembros deberán aportar su visión de manera horizontal (pero no determinante) para enriquecer los procesos y generar valor añadido.

## Integración de TICs

Las Tecnologías de la Información y Comunicación son herramientas imprescindibles a la hora de crear una oficina inteligente: son su motor para todo y la clave de la comunicación interdepartamental para el traspaso de ficheros. Ya no solo a través del correo electrónico. Generar una nube o una intranet donde poder subir los archivos de relevancia facilitará y retroalimentará la transparencia y comunicación entre los diferentes miembros de la compañía de manera rápida, flexible y eficiente. En cualquier momento y desde cualquier lugar.

Potenciar el funcionamiento en red a través de una nube tecnológica, además de servir y agilizar la comunicación interna y externa de la compañía, contribuirá a conseguir reducir sobremanera ciertos costes.

## Claves y resumen

Tener en cuenta la Psicología Ambiental supone un valor en alza a la hora de crear espacios inteligentes para que los trabajadores se sientan reconfortados y den lo mejor de sí mismos. No en vano, la Alta Dirección deberá estar especialmente sensibilizada en crear oficinas de máxima funcionalidad que propicien la libertad creativa e innovadora de sus trabajadores. Las pautas proporcionadas sobre cómo crear oficinas inteligentes son solo unas de las mitades para conseguir un ambiente laboral formidable. El resto dependerá de la gestión adecuada del personal, así como de la creación de una posición de trabajo atractiva, que genere confianza y motivación entre los trabajadores. En todos estos procesos, hay que tener en cuenta que la mano del hombre siempre está detrás.

