

La pandemia acelera los cambios en el diseño de interiores y fusiona viviendas, y oficinas, según APE Grupo

Viviendas: los hogares se encuentran en un cambio de paradigma. Según los arquitectos y diseñadores de interiores españoles, el concepto de flexibilidad será fundamental. La necesidad de conciliar vida y trabajo y la posibilidad de enfrentarnos a nuevas crisis sanitarias y climáticas centrarán las casas del futuro

Oficinas: los expertos apuestan por el modelo 'hub and spoke' que dé respuesta a la movilidad y flexibilidad laboral. Las oficinas centrales se reducen y aparecen sedes más pequeñas en núcleos urbanos de menor densidad que funcionan como nodos de conexión entre los empleados.

Hoteles: el 69% de los arquitectos y diseñadores de interiores españoles consideran que los modelos híbridos entre hotel y oficina, conocidos como 'Workspitality', serán muy relevantes en la oferta hotelera de los próximos años.

Tiendas: se convertirán en espacios 'phygital', entre el mundo físico y el online, y en laboratorios de experiencias, más orientadas a los servicios y a la prescripción que únicamente a la venta.

Una vivienda modular que por el día es oficina y por la noche, un hogar común; un hotel que reconvierte sus habitaciones en espacios de coworking de lunes a viernes y los fines de semana recibe a turistas; una oficina entendida como punto de encuentro de empleados y no como centro de trabajo; o una tienda física orientada a la experiencia del usuario, pero que anima a la compra de sus productos por internet. Puede parecer que describen los espacios que se habitarán en el futuro, pero estos cambios ya han llegado.

Y es que la crisis sanitaria ha acelerado la implantación de muchas tendencias que hubiesen tardado años en desarrollarse. Un ejemplo evidente es el teletrabajo, una nueva realidad a la que han tenido que adaptarse los espacios y que ha transformado el concepto de viviendas, oficinas, hoteles y tiendas como se conocían hasta ahora. Esta es una de las principales conclusiones del estudio "The new habitat. Los espacios que habitamos en la realidad pospandémica", realizado por APE Grupo en colaboración con future-A y que se ha presentado hoy en Casa Decor.

El informe constata cómo ha influido la crisis del coronavirus en el diseño de los diferentes espacios que habitamos: hogares, oficinas, hoteles y tiendas. Para su realización se ha llevado a cabo una investigación de tendencias en el ámbito internacional y se ha analizado la opinión de 180 expertos españoles del diseño de interiores y la arquitectura.

"En este momento de inflexión estratégica, la innovación es necesaria para adecuarnos a los desafíos a los que nos enfrentamos como sociedad", ha asegurado José Miguel Pellicer, CEO de APE Grupo. "Estamos viviendo un periodo de incertidumbre, por lo que en APE Grupo sentimos el deber de investigar y compartir este conocimiento" a través de un documento "pionero en el sector que anticipa

los cambios más significativos en viviendas, oficinas, hoteles y comercios, es decir, nuestros espacios vitales”, concluye.

Viviendas: ‘Hoffice’, un nuevo paradigma en los hogares

La falta de espacio disponible, la reducción del tamaño medio de las casas o la introducción de nuevas funciones en el hogar -como el teletrabajo, la socialización o el deporte-, se unen con estilos de vida más dinámicos y cambiantes que obligan a la vivienda a adaptarse de una forma rápida, sencilla y accesible. De hecho, la flexibilidad del espacio será muy importante para diseñar las casas del futuro, como así lo afirman ocho de cada 10 profesionales del sector.

La introducción de un concepto como el Hoffice (Home Office), obligará a planificar los hogares para la conciliación entre trabajo y vida personal, lo que supondrá la búsqueda de soluciones que integren y escondan la oficina de una forma sencilla, productos flexibles que tengan múltiples usos, tanto para el trabajo como para las facetas privadas de la vida.

En concreto, entre los criterios que priorizan los arquitectos y diseñadores de interiores españoles a la hora de diseñar la vivienda del futuro destaca su apertura al exterior, la flexibilidad del espacio interior y la sostenibilidad.

‘More than an office’: espacios de trabajo flexibles y saludables

A pesar de que la mayoría de las empresas ha optado por modelos de teletrabajo durante la pandemia, muchas están apostando por un modelo híbrido, por lo que las oficinas continuarán siendo relevantes.

De ahí que un 37% de los profesionales del sector crea que la oficina será el espacio más importante para aplicar criterios de flexibilidad, por encima de la vivienda, los hoteles o las tiendas. Las oficinas se transformarán en ‘Hub & spoke’: espacios de encuentro para fomentar el trabajo colaborativo, capaces de generar interacción entre las personas. El espacio se dividirá en zonas destinadas a diferentes usos: espacios de concentración, zonas de brainstorming, salas de trabajo colaborativo, talleres, etc. Así, entra en crisis la capacidad de concentración de los modelos abiertos tan extendidos en los últimos años y que ahora se cuestionan a favor de modelos más compartimentados.

Por otro lado, la crisis sanitaria ha provocado un aumento en la toma de conciencia sobre la importancia de crear espacios de trabajo saludables, que apoyen el bienestar físico y emocional de todos los usuarios de la oficina.

Además, los centros de trabajo están evolucionando muy rápido hacia un ecosistema de espacios flexibles diseñados para múltiples actividades, donde la interacción humana tomará un papel vital. Así, las oficinas reconfigurarán su espacio para convertirse en ‘More than an office’ o, lo que es lo mismo, en espacios hibridados con otros modelos (comercial, cultural, eventos, etc.). Se trata de una visión más interdisciplinar del trabajo, que genera nuevas e inesperadas interrelaciones entre empresas y proyectos de distinta índole.

‘Workspitality’: el teletrabajo como gran oportunidad para los hoteles

Está claro que el concepto de vacaciones ha cambiado para siempre. Las opciones de viaje que permiten desconectar del estrés urbano están cogiendo fuerza y se revitalizan a través de fórmulas que permiten aislarse y permanecer seguros, así surge también el concepto del hotel como refugio, donde conectar con la naturaleza: una cuestión vital para el viajero de los próximos años. Los hoteles aislados en medios de parajes naturales han sido los que mejor han sobrevivido a la crisis del turismo. A la vez siguen apareciendo nuevos proyectos que aprovechan su ubicación para crear espacios aislados, centrados en la salud holística del viajero y pensados para el turista doméstico que habita en grandes urbes.

En cualquier caso, el sector hotelero ha sido uno de los más castigados durante la crisis sanitaria al perder la conexión con su cliente internacional, lo que ha obligado a generar estrategias para diversificar su negocio. Hasta ahora, los hoteles eran espacios que, en cierta manera, vivían al margen de la ciudad; tras la pandemia han tenido que convertirse en núcleos de socialización y están buscando un nuevo papel como entidades culturales, sociales y económicas.

El hotel ya no quiere ser un espacio destinado en exclusiva al turista o viajero de negocios, sino que quiere lograr un posicionamiento como espacio conectado a su entorno y convertirse en un ente participativo en los lugares en los que se ubica. Se replantea su funcionalidad, impulsado por la necesidad de diversificar el negocio y desarrollar fortalezas ante crisis como la actual, pero también como un cambio necesario para convertirlos en lugares híbridos y cambiantes, asumiendo nuevas funciones.

Así se generan espacios combinados entre hotel y oficina, donde los cada vez más numerosos teletrabajadores encuentran los servicios adecuados a sus necesidades; es decir, lo que se conoce como workspitality. Estos modelos serán muy importantes en la oferta hotelera de los próximos años, según opina un 69% de los profesionales del sector. De hecho, los diseñadores de interiores y arquitectos españoles valoran muy alto (un 8,1 sobre 10) la oportunidad de negocio del teletrabajo para los hoteles.

Espacios ‘phigital’: las tiendas como laboratorios de experiencia

Trabajar la confianza ha sido clave para el sector retail durante la época más fuerte del confinamiento. Aunque al principio las tiendas físicas se vieron muy afectadas por la caída de las ventas, una vez que se estableció un nivel de seguridad el sector ha sabido aprovechar la oportunidad para reconstruirse en torno a la economía digital. Ahora, la experiencia omnicanal (venta coordinada a través de diferentes canales físicos y digitales) será fundamental para planificar las tiendas del futuro. La tienda física se convertirá en un paso más dentro del proceso de compra, que se conectará con ecommerce o marketplaces, haciendo del comercio un espacio ‘phygital’.

Asimismo, los espacios físicos de venta cobrarán mayor importancia como lugares para entrar en contacto con la marca y sus valores. Las previsiones indican, que en este entorno de comercio omnicanal, las tiendas pasarán a ser ‘laboratorios de experiencia’ más orientados a los servicios y la prescripción que a la propia venta. Esa experiencia en la tienda será la cuestión más importante a la hora de diseñar el espacio para 4 de cada 10 profesionales del sector de la arquitectura y la decoración. Aunque también priorizan la introducción de la tecnología (21%), la exposición del

producto (14 %) o la flexibilidad del espacio interior (9%).

Respecto a la ubicación de las tiendas, tras la pandemia el gasto de los consumidores se ha desplazado del centro de las ciudades y los centros comerciales a los barrios locales. En el caso de las marcas, les queda demostrar que han tenido en cuenta el estilo de vida y la rutina de los clientes de las zonas o barrios a los que se quiere llegar, adaptando la oferta a la 'tienda hiperlocal'.

Descargar aquí el estudio completo.

Datos de contacto:

Ana

669151268

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Inmobiliaria](#) [Interiorismo](#) [Sociedad](#) [Valencia](#) [Turismo](#) [Logística](#) [Restauración](#) [Oficinas](#) [Arquitectura](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>