

via

nosolopapasymojo

Revista bimestral de cultura y tendencias
n° 30 agosto_septiembre_2009

Nosolos

Ediciones y Promociones Saquiro S.L.

2€ De venta solo en establecimientos autorizados





ARQUITECTURA CORPORATIVA

Nayra Iglesias. Directora General In & Out Studio

**“EN ÉPOCA DE CRISIS O EN MERCADOS MUY COMPETITIVOS
HAY QUE PARARSE Y REFLEXIONAR SOBRE LA IDENTIDAD DE NUESTRO NEGOCIO”**

La Identidad Corporativa hace referencia al concepto estratégico para posicionar a una empresa en el mercado y exige identificar y definir los rasgos de identidad, integrarlos y conducirlos a la estrategia establecida de manera congruente. Manejada conscientemente o no, toda empresa o institución tiene una personalidad o identidad corporativa. Por eso tener una estrategia definida, permite aumentar las garantías de que la identidad de la organización sea percibida de forma más precisa, en menos tiempo y con menor inversión económica. Solo un análisis estructurado, y bien definido, puede conducir a una clarificación de la personalidad corporativa y a la diferenciación clara de la competencia, sobre todo en un mundo cada vez más global y sobresaturado de información. El diseño es la única herramienta capaz de comunicar en un lenguaje universal que nuestro producto es único, singular y diferente. Y eso es lo que nos ofrece In & Out Studio, una empresa innovadora y 100% insular cuyo objetivo es contribuir a la renovación, reciclaje y modernización de la empresa canaria. Para saber un poco más, VIA ha charlado con su directora general, Nayra Iglesias, que nos ha contado las claves y los secretos de un equipo de gente joven con formación multidisciplinar que abarca diseño gráfico, la arquitectura y la ingeniería.

¿Qué es In & Out Studio?

En un proyecto común, un marco en el que arquitectos y diseñadores de varios países con vocación por su trabajo pueden colaborar juntos desarrollando proyectos que van desde la imagen corporativa hasta la ejecución integral de un proyecto de arquitectura. El objetivo; abrir fronteras con el diseño, crear y construir espacios que aporten humanidad mediante soluciones sostenibles que hagan de cada proyecto una experiencia única y atemporal.

¿Qué tienen en común la arquitectura, el diseño gráfico y la ingeniería?

Forman el tándem necesario para desarrollar y ejecutar de forma integral cualquier proyecto corporativo. El diseño gráfico y multimedia son una herramienta indispensable para darle forma a la imagen corporativa de cualquier empresa, la arquitectura materializa el negocio y la ingeniería le da la vida.

¿Y trabajan en todo el mundo?

Sí, estamos preparados para asesorar y desarrollar proyectos corporativos en todo el mundo gracias a nuestra experiencia previa en el campo internacional del retail. Contamos con una cartera de colaboradores y proveedores que nos permiten abordar proyectos en el extranjero.

¿Con qué proyectos están más satisfechos? ¿Por qué?

Somos un equipo de gente joven a los que les apasiona su profesión y creo que eso se proyecta en cada uno de los conceptos que creamos independientemente de su repercusión o escala. Creo que estamos satisfechos de todos y cada uno de los proyectos que hacemos, porque planteamos cada proyecto desde su base, como un nuevo desafío al que tratamos de dar respuesta con nuevos recursos creativos.



¿Qué proyectos tienen en marcha?

Fuera de España estamos desarrollando varios proyectos de viviendas unifamiliares en Egipto y Arabia Saudí. En España estamos colaborando con varias marcas del sector del retail y la restauración, desarrollando para ellos el concepto de tiendas y la gestión de la obra, como puede ser Hazel en complementos de mujer y Claude Thiriet en el segmento de la alta restauración de patisserie francesa helada. Dentro del Archipiélago canario estamos implantando la nueva imagen de las tiendas Vodafone y la construcción de varios locales de ocio nocturno entre otras cosas, tanto en la provincia de Las Palmas de Gran Canaria como en Santa Cruz de Tenerife.

¿Qué consejos son los principales en cuanto a identidad corporativa en época de crisis para las PYMES?

Invertir, invertir e invertir!! En época de crisis o en mercados muy competitivos hay que pararse y reflexionar sobre la identidad de nuestro negocio, que es nuestra carta de presentación y replantearse modelos, buscar nuevas estrategias y por supuesto traducir esta nueva identidad en imagen. Imagen traducida en forma de logotipo, web, un nuevo espacio de trabajo, mobiliario, nueva iluminación o la reforma total de su negocio.

¿Cómo ve el diseño de interiores de las empresas en Canarias?

En Canarias hay una notable diferencia entre el empresario o empresa joven y las que llevan muchos años y están consolidadas. El empresario joven canario dispone de menos capital para invertir pero apuesta y arriesga más en su negocio, a nivel de imagen, que el empresario más maduro. Gracias a este período de difícil situación económica, muchas de estas empresas consolidadas comienzan a ver las ventajas de invertir en un cambio de imagen y a solicitar el asesoramiento de profesionales.

¿Cuáles son los conceptos básicos que un empresario debe tener en cuenta a la hora de diseñar su negocio?

Es importante que sea capaz de definir cuál es su negocio, qué lo diferencia de los demás, a quién va dirigido y cuáles son los recursos que cuenta para invertir en ese cambio o nueva implantación. Con esta información y nuestro asesoramiento se trazará una estrategia personalizada de imagen que será el hilo conductor del cambio propuesto.

¿Qué país o ciudad está a la vanguardia de diseño de interiores? ¿Por qué?

Creo que Europa es el referente es cuanto a lo que a creativos, arquitectos diseñadores se refiere pero como espejo de todas estas ideas y por su cultura creo que debemos hablar del sudeste Asiático. Culturalmente creo que Asia estará siempre a la vanguardia del diseño de interiores. Todo el sudeste asiático funciona como un gran centro comercial cuyo mercado demanda constantes cambios de imagen a un ritmo muy superior que el europeo. Ciudades como Shanghai, Hong Kong y, por supuesto, Tokio son referentes de las nuevas propuestas que vienen desde todas las partes del mundo pero que encuentran en estos países a un consumidor siempre expectante y deseoso de ver cosas nuevas. **¿Qué tiendas o locales de ocio/restauración u oficinas ha visto últimamente que le hayan llamado la atención en Canarias?**

En cuanto a nuevas aperturas me ha llamado la atención el nuevo restaurante japonés Ben-Kei en Las Palmas de Gran Canaria por su diseño sobrio, elegante y discreto.

Como ven, la clave de In & Out Studio es que disfrutan creando y construyendo espacios humanos y llenos de humor porque saben que contribuyen a la felicidad de cada una de las personas que los habita... y eso les llena y anima a seguir materializando nuevos proyectos.