

# El nuevo Centro de Recursos del Agua (CREA): la relación entre el espacio y la cultura corporativa, el modelo de servicios y la promoción de marca

El nou Centre de Recursos de l'Aigua (CREA): la relació entre l'espai i la cultura corporativa, el model de serveis i la promoció de marca

Ignasi Bonet Peitx, Anna Bröll Nadal, Maria Pi Maymó

*Item: revista de biblioteconomia i documentació*, ISSN 0214-0349, n. 64 gener- juny 2018, p. 17-30

El traslado de una biblioteca o centro de recursos a una nueva sede es una oportunidad para revisar la estrategia corporativa y para redefinir la cultura corporativa, de manera que se adapte a las nuevas formas de trabajar y de relacionarse de los individuos. En este contexto, surge la oportunidad de diseñar un nuevo modelo de biblioteca o centro de recursos que refuerce la imagen de marca de la institución, que adopte los nuevos valores vinculados al cambio de modelo organizativo y que esté comprometido con el proceso de transformación de la cultura corporativa de la empresa. Se ilustra esta idea con el caso del CREA, Centro de Recursos del Agua. En el proceso de conceptualización y de proyecto de la nueva sede, la definición de un modelo de servicio innovador y el diseño de una identidad visual clara, vinculada a los valores corporativos, unos espacios interiores con un *look and feel* diferenciado y una estrategia de marketing propia, han permitido alcanzar los objetivos destinados a reforzar la

identidad corporativa. CREA se define como un espacio abierto e innovador, un punto de encuentro de profesionales para compartir conocimiento y generar innovación. Desde el principio, sus espacios se concibieron basándose en la autonomía de usuario, la flexibilidad y la adaptabilidad, y se diseñaron los espacios, el equipamiento y el mobiliario para facilitar el aprendizaje conversacional e informal. El diseño interior de los espacios se ha convertido en un elemento clave en la estrategia de marketing y comunicación de la institución, y ha contribuido a transmitir los valores relacionados con la imagen de marca.

Resumen de la propia publicación