

Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Ciencias Económicas
MBA - Maestría en Dirección de Empresas

**ANALISIS COMPARATIVO DE LAS EMPRESAS COWORKING EN LAS CIUDADES
DE BUENOS AIRES Y QUITO EN LOS AÑOS 2016 Y 2017**

Autor: Sonia Carolina Moscoso Orellana

Director: Mg. Juan Emilio Tettamanti

La Plata – Buenos Aires

Diciembre 2017

ÍNDICE

1.	Planteo del problema.....	- 1 -
1.1	Pregunta problema:	- 2 -
1.2	Objetivos:	- 2 -
2.	Marco teórico	- 4 -
2.1	Consumo y economía colaborativa	- 4 -
2.2	Mercado laboral actual y nuevas tendencias laborales.....	- 6 -
2.3	¿Qué es el coworking?	- 10 -
2.4	Características de los espacios coworking:	- 12 -
2.5	¿Quién es el usuario de los espacios Coworking?.....	- 15 -
2.6	Enfoques del Coworking.....	- 17 -
2.7	Tipos de Coworking:.....	- 18 -
) Coworking Didáctico:	- 18 -
) Coworking Incubadoras:	- 18 -
) Coworking Makers:.....	- 19 -
) Coworking por sector específico:.....	- 19 -
) Pop-up Coworking:	- 19 -
) Coworking Endogámicos:	- 19 -
2.8	Coworking en la actualidad.....	- 19 -
3.	Metodología	- 22 -

3.1	Análisis Documental	- 22 -
3.2	Diseño Descriptivo:.....	- 23 -
3.2.1	Entrevista Cualitativa:	- 24 -
) Entrevista a Informantes Clave	- 25 -
) Entrevistas a Gestores	- 26 -
3.2.2	Encuesta Cuantitativa:	- 27 -
) Selección de Muestra	- 27 -
) Recolección	- 29 -
) Análisis:.....	- 29 -
4.	Análisis Situacional:	- 30 -
4.1	Resultados de Entrevista:	- 30 -
) Motivación para la creación de espacios coworking.....	- 30 -
) Crecimiento del espacio coworking	- 31 -
) Percepción del espacio coworking	- 32 -
) Beneficios que otorga el trabajar en un espacio coworking.....	- 33 -
) Estrategias que buscan la permanencia del coworker en el espacio	- 34 -
) Mayores logros de un espacio coworking	- 35 -
4.2	Resultados de Encuestas.....	- 37 -
) Estado del coworking en Buenos Aires.....	- 37 -

J	Ubicación:	- 37 -
J	Capacidad:.....	- 39 -
J	Política de atención, Servicios ofrecidos:	- 42 -
J	Público y Precios:	- 43 -
J	Estado del coworking en Quito	- 47 -
J	Ubicación:	- 47 -
J	Capacidad:.....	- 49 -
J	Política de atención, Servicios ofrecidos:	- 51 -
J	Público y Precios:	- 53 -
5.	Conclusiones:.....	- 61 -
5.1	Presencia mayoritaria de Millenials	- 62 -
5.2	Balance entre el ámbito profesional y desarrollo personal:	- 62 -
5.3	Preferencia hacia el trabajo colaborativo y creación de comunidad	- 63 -
	Bibliografía	- 66 -
6.	Anexos	- 69 -
J	Anexo 1: Formato de encuesta aplicada.....	- 69 -
J	Anexo2: Infografía “Coworking en la ciudad de Buenos Aires 2017”.....	- 75 -
J	Anexo3: Infografía “Coworking en la ciudad de Quito 2017”.	- 78 -

1. Planteo del problema

El desarrollo empresarial, los avances tecnológicos y la competitividad han generado la existencia de nuevos conceptos laborales, como son: el salario emocional, el home-working y el coworking. Este último manifiesta su presencia a nivel mundial hace aproximadamente 10 años, marcando la tendencia del movimiento de individuos y pequeñas empresas hacia espacios colaborativos (Foertsch & Cagnol, 2013). Todas estas son nuevas formas de relación, de comunicación y de gestión, que buscan siempre que las empresas y emprendimientos sean competitivos y que generen en los participantes mayor facilidad de adaptación, mejora en las relaciones sociales empresariales y un nutritivo cambio interdisciplinario (Ruiz, 2014).

Según afirma Botsman, los espacios coworking generan como valor agregado e invaluable la ventaja de compartir recursos con profesionales de diferentes áreas (2010). Adicionalmente, el factor económico es un punto clave; frente a la crisis económica mundial, el ahorro es primordial y más valorizado cuando se genera el encaje perfecto entre ahorro y sinergia profesional (Jarne Muñoz, 2016).

Según la investigación realizada en diciembre del año 2015 por el Portal de Economía Colaborativa “Plan C”, a cargo de la periodista Marcela Basch, en Argentina existieron un total de 61 espacios de coworking, presentando un incremento del 60% frente a la cantidad de espacios en el año 2014. En la ciudad de Buenos Aires se encuentran 26 de estos espacios, de los cuales el 95% apunta hacia un mercado de desarrollo tecnológico, y a su vez el 87.8% de estos hacia el mercado del diseño (Basch, 2016). En el relevamiento realizado por la misma entidad en el año 2016, se determina que la cantidad de espacios en la ciudad de Buenos Aires ascendió a 38, representando un incremento del 34% respecto al 2015.

Por su parte, en la ciudad de Quito, un relevamiento de datos realizado en el mes de junio del 2016 por el Máster y Sociólogo Iván Terceros (director del espacio MediaLab del Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina en Quito -Ciespal-) indica que existen un total de 33 espacios de coworking, entre los cuales el 60% apuntan hacia un mercado tecnológico y los restantes están dispersos entre rubros varios como Diseño, Audiovisuales, Marketing y Finanzas (Terceros, 2016).

La presente tesis, pretende analizar los contrastes entre el entorno coworking de las ciudades de Buenos Aires y Quito; y de esta forma brindar al lector una herramienta que permita conocer las razones de la creación de estos espacios, su permanencia y crecimiento, y de qué forma han generado valor en cada una de estas ciudades.

1.1 Pregunta problema:

¿Cuáles son las características, funcionamiento y rol social de los espacios de coworking de Buenos Aires y Quito entre los años 2016 y 2017?

1.2 Objetivos:

Objetivo General:

Analizar la información relevada actual de los espacios de coworking, que permita establecer parámetros comparativos e identificar los aportes que generan para los actores de la comunidad colaborativa de las ciudades de Buenos Aires y Quito.

Objetivos Específicos:

-) Analizar y comparar la información relevada correspondiente a los espacios coworking de las ciudades de Buenos Aires y Quito en los años 2015 y 2016.
-) Relevar información cuantitativa y cualitativa de los espacios coworking en la ciudad de Buenos Aires y Quito del año 2017.

-) Analizar los factores que permitieron el crecimiento acelerado y permanencia de los espacios coworking en las ciudades de Buenos Aires y Quito entre los años 2016 y 2017.
-) Identificar las estrategias que fomentan el incremento del potencial colaborativo dentro de los espacios coworking en las ciudades de Buenos Aires y Quito entre los años 2016 y 2017.

2. Marco teórico

2.1 Consumo y economía colaborativa

La económica colaborativa es un modelo económico que se encuentra basado en tres fundamentos: interacción, conexión y colaboración. Este modelo se intensifica al centrarse en el desarrollo de tres importantes factores, como son: el económico (en el ahorro y eficiencia en uso de recursos y la generación de nueva oferta y demanda), el ambiental (con la reducción de generación de desechos) y el social, (la creación de una comunidad basada en la confianza y que se nutre a través de la construcción de una reputación); además que resalta de sobremanera la importancia de tener como secundaria la idea de la posesión de activos (Valor, 2014).

Según Cañigüeral, este modelo se divide en cuatro dimensiones que se pueden extender hacia diferentes tipos de tendencias colaborativas. Estas son: consumo, finanzas, conocimiento y producción (Cañigüeral, 2014).

El consumo colaborativo, hoy en día es el de mayor desarrollo y credibilidad en el mercado. Este proceso implica desde el acceso a bienes y servicios, por medio de plataformas web gratuitas, hasta la creación de modelos de negocios, que sin importar si son con o sin lucro buscan lo mismo: el compartir y crear relaciones personales. Ejemplos muy ilustrativos son las plataformas Uber, Couchsurfing, Airbnb.

Las finanzas colaborativas describen las transacciones financieras informales, realizadas en base a plataformas y tendencias nuevas como son crowfoundig, lending club etc.

El conocimiento colaborativo es la promoción, difusión y uso de la información de forma libre y sin barreras. De la misma forma que las otras dimensiones, la creación de una red de usuarios o comunidad es básica. Toda esta información y herramientas se trasladan hacia el usuario en forma de conocimiento, y que coexiste con las ideas de negocio a beneficio de una comunidad.

La producción colaborativa es considerada como el intercambio de conocimientos, bienes y/o servicios. Este tipo de colaboración intensifica la interacción entre grupos profesionales y de gestión, dando pie a la inserción de la comunidad dentro de la economía por medio de la interacción corporativa, subcontratación y asesorías externas. Por medio de la producción colaborativa se tiene un “mercado de talento” más amplio y objetivo, reduciendo los costos y generando mayor eficiencia en la inversión (Alegre, 2015).

La tendencia colaborativa ha entrado al mercado para plasmar una idea en la cual se pretende romper la idea de la posesión y propiedad ante el consumidor, e implantar una imagen de forma disruptiva que es el consumo colaborativo, y que a través de este tipo de intercambio se den lugar nuevas transacciones, monetarias o no. Esta tendencia nace y se desarrolla a partir de la presencia de tres factores: cultural (mediante la difusión masiva de redes sociales y una comunidad de fácil acceso a información), tecnología (a partir del uso masivo de internet y el salto abismal de la tecnología y comercio hacia la era de e-commerce) y económico (los beneficios económicos que llegan a un usuario inmerso dentro de una crisis mundial) (Cañigüeral, 2014).

Hoy en día, la sociedad se encuentra en medio de una ola socioeconómica en la que crear propiedad ha dejado de ser la respuesta a la satisfacción de necesidades, ya que las mismas pueden ser satisfechas por medio de diferentes opciones colaborativas, a un precio

más accesible, creando un valor rentable -como es una reputación- e introduciéndonos dentro de una comunidad.

Son varios los modelos de negocios a los que como consumidores podemos acceder, y mucho más profesionalizados serán estos espacios si se trata de una empresa o unidad de negocio.

“La opción inteligente hoy en día: no poseer. Compartir” (Today’s Smart Choice: Don’t Own. Share). (Walsh, 2011)

2.2 Mercado laboral actual y nuevas tendencias laborales

El mercado laboral se encuentra en un constante cambio producido por las exigencias de los clientes internos (empleados), que se pueden segmentar a través del factor generacional, siendo este el que de origen a la definición de nuevas tendencias laborales. A continuación se describen los factores generacionales.

Hoy en día la sociedad laboral se encuentra conviviendo entre cuatro generaciones con diferentes características, habilidades, competencias y requerimientos. Las generaciones se describen por línea de tiempo: Tradicionalistas, Baby Boomers, Generación X, Generación Y. Según Chirinos (2009) las generaciones se encuentran definidas de la siguiente forma:

Los Tradicionalistas, nacidos hasta 1945, se educaron en tiempos violentos, depresión e hiperinflación, su forma de vida fue sin lujos y en base al ahorro, de ahí que su lógica laboral se orienta hacia el sacrificio, compromiso con la empresa y el respeto a la autoridad.

La generación Baby Boomers, nacidos entre 1946 y 1960, es considerada como una generación de cambios sociales, a raíz de la llegada de la televisión, dando como resultado la modificación de patrones de comportamiento y la introducción de nuevos símbolos de

comunicación. En este grupo generacional se destacan valores idealistas y optimistas. En la actualidad ocupan altos puestos gerenciales, y son los mentores de la Generación X.

En la Generación X, nacidos entre 1961 y 1980, se resalta un suceso trascendental que es la inserción laboral femenina y, con el paso del tiempo, el acceso al poder laboral. Este grupo generacional se distingue por ser más independiente desde la niñez, y en su etapa laboral ir en contra de los valores implantados por la generación de Baby Boomers, ya que frente a una economía desacelerada se rompe la línea de fidelidad laboral y empieza a generarse una búsqueda de mejoras salariales, ruptura de formalismos, tendencia a estructuras empresariales horizontales, y el desarrollo de emprendimientos ante las miradas escépticas de la generación anterior.

La Generación Y o también conocidos como “Millenials”, está compuesta por los nacidos entre 1980 y 2000. Este grupo ha tenido experiencias de vida muy diferentes a las de sus padres, ya que es su gran mayoría crecieron con una vida planificada, favorecidos por el movimiento motivacional y de autoestima, con vivencias tecnológicas y su capacidad de interacción, y en su gran mayoría con mayor preparación educativa. Esta generación está marcada por el desarrollo que modificaría la vida de todos los grupos generacionales: Internet; hecho que se volvió parte esencial de la comunicación, de lo laboral, lo académico y se implanto dentro de la rutina de vida. Esta generación se distingue por buscar un equilibrio entre la vida personal y el trabajo, por lo que pueden ser considerados como poco comprometidos con lo laboral. Los Millenials se enfocan en el rendimiento de las demás personas y aceptan las diferencias, son reconocidos por ser entusiastas y buscar desafíos. Dependen mucho del estímulo externo, por lo que el reconocimiento pasa a ser un aspecto fundamental dentro del campo laboral. Pese a la gran motivación existente, requieren de un constante feedback y apoyo por parte de su generación mentora, la generación “X”.

El libro Grown Up Digital, concluye que existen unas características distintivas que describen las diferencias respecto a las generaciones anteriores (Tapscott, 2009). Éstas características son:

Libertad (“...want freedom...”)

Personalización (“...love to customize, personalize”)

Indagar (“...the new scrutinizers”)

Integridad (“...look for corporate integrity...”)

Entretenimiento (“...wants entertainment...education, and social life”)

Colaboración (“...the collaboration and relationship generation”)

Velocidad (“...a need for speed”)

Innovación (“...the innovators”)

Frente a estos cambios intergeneracionales se hace necesario modificar y adaptar el modelo actual de Recursos Humanos (Reclutamiento, Entrenamiento, Supervisión y Retención) a los requerimientos sociales y laborales actuales. El nuevo modelo que debería adoptarse implicaría: Iniciar, Participar, Colaborar y Desarrollar (Tapscott, 2009).

La ilustración 1 muestra una tabla comparativa intergeneracional, en la cual Chirinos (2009) hace referencia a aspectos sobresalientes en cada una de ellas, como ser: personalidad, fortalezas de liderazgo, desafíos de liderazgo y clases de motivación.

Ilustración 1: Tabla comparativa entre generaciones. Comparativo de Generaciones

	Baby Boomers	Generación "X"	Generación "Y"
Personalidad	<ul style="list-style-type: none"> - Optimista - Idealista - Conducido 	<ul style="list-style-type: none"> - Escéptico Ferozmente independiente - Trabajo /Balance de Vida 	<ul style="list-style-type: none"> -Confidente -Pensamiento social - Estructurado / Planeado - Actitud desafiante y retadora
Fortalezas de Liderazgo	<ul style="list-style-type: none"> - Estilo participativo - Liderazgo con corazón - Experiencia Política 	<ul style="list-style-type: none"> - Adaptación al cambio - Competente & Franco - No intimidado por la autoridad 	<ul style="list-style-type: none"> - Dedicado - Optimista ante situaciones difíciles
Desafíos de Liderazgo	<ul style="list-style-type: none"> - Dominio de habilidades de liderazgo - Trato directo con conflicto - Práctica lo que dice 	<ul style="list-style-type: none"> - Tacto vs. Honestidad brutal -Políticas corporativas 	<ul style="list-style-type: none"> - Intimidado por el conflicto - Necesita supervisión y estructura - Falta de resiliencia
Claves de Motivación	<ul style="list-style-type: none"> - Reconocer su experiencia y contribución - Proporcione oportunidades de volver 	<ul style="list-style-type: none"> - Crear una participación de trabajo flexible - Proveer entendimiento y planes de desarrollo 	<ul style="list-style-type: none"> - Ayudarle a ver el significado con su trabajo - Proporciona oportunidades de ascender a la escala corporativa y contribuir a su negocio - Se preocupan más por el dinero

(Chirinos, 2009)

2.3 ¿Qué es el coworking?

A fin de definir el término coworking, es necesario mencionar a varios especialistas y consolidar todos sus aportes en un solo concepto.

El Coworking es un estilo de trabajo en el que profesionales y emprendedores se reúnen en un espacio común de trabajo, y se fortalecen a través de la comunicación activa, actitud colaborativa e intercambio de conocimiento e información (Satani, Nakaya & Fujiki, 2012 citado en (Capdevila, 2015). Además es un método de dar a las personas la oportunidad de trabajar en sus proyectos y a la vez participar de una comunidad, generar sinergias y evitar el aislamiento, todo dentro del mismo espacio físico, en el que la colaboración es la consecuencia inmediata y natural de la interacción. En términos económicos se lo puede considerar como la “evolución de la oficina compartida”, en la que además se marca un importante ahorro y reducción en costos laborales (Prieto, 2011).

Según Deskmag (Foertsch & Cagnol, 2013), los sucesos importantes relacionados al coworking y presentados en forma cronológica son los siguientes:

1995: Se funda en Berlín el primer espacio hackerspaces (C-Base), considerado como un espacio de coworking.

1999: Brian Dekoven identificó con la palabra coworking a las reuniones de trabajo colaborativas.

1999: Se inauguró el primer estudio coworking en la ciudad de New York, su nombre es “42 West 24”. Entre los años 2002 y 2005 se inauguraron los primeros centros en Viena, Dinamarca y Londres.

2005: El 9 de agosto del 2005, a partir de la apertura de un espacio por Brad Neuberg en San Francisco, se define como el día del coworking.

2006: Hat Factory abre sus puertas como el primer coworking de tiempo completo.

2007: La palabra “coworking” pasa a ser tendencia en la base de datos de Google y Wikipedia. Se abre el primer espacio en Barcelona.

2009: Se publica el primer libro en referencia al coworking: I’m out here, escrito por ToddSundsted.

2010: Según el conteo realizado hasta el mes de octubre, existen 600 espacios de coworking a nivel mundial, de los cuales más del 50% están localizados en Norteamérica y Europa.

2012: Se organizan conferencias profesionales en España, Japón y varios encuentros oficiales en más de 34 países. Se realiza un conteo en el mes de octubre según el cual existen más de dos mil espacios a nivel mundial. La Ilustración 2 indica la forma en la que se encuentran distribuidos en cada continente.

Ilustración 2: Cantidad de espacios coworking a nivel mundial



(Foertsch & Cagnol, 2013)

2013: A nivel mundial, son más de 110 mil personas las usuarias de los espacios coworking. Diariamente se abre un promedio de 4.5 nuevos espacios de coworking en el mundo, con presencia en más de 81 países.

2015: Wikipedia ofrece información relacionada al coworking en más de 23 idiomas.

2017: Según el Global Coworking Survey, relevamiento realizado en septiembre del 2016, existen alrededor de 14 mil espacios a nivel mundial, con una proyección de usuarios de más de 1.2 millones de personas para finales del 2017 (Foertsch, 2017).

2.4 Características de los espacios coworking:

Según el estudio realizado por (Spinuzzi, 2012), aplicado en casos reales, la autora define las siguientes como las principales características de los espacios coworking:

) Comunicación activa, actitud colaborativa:

Los espacios de coworking están creados bajo la premisa de construcción de comunidad y de sostenibilidad, se alimenta y se nutre de la voluntad colaborativa de cada miembro usuario, conocido como “coworker”. La interacción entre miembros no siempre es en el espacio de trabajo, incluso los usuarios pueden contrariarse al sentirse obligados a colaborar y compartir. La existencia de espacios físicos de uso común y de esparcimiento, permiten y motivan a que las conexiones e interacciones se vayan generando por si solas. Mucho depende de la actitud colaborativa del usuario, el que comprenda que el espíritu de un espacio coworking es crear una comunidad, mas no ser un negocio inmobiliario o un medio de ahorro de costos.

) Intercambio de conocimiento:

La eficiencia en un espacio de coworking está muy relacionada con los profesionales que hacen uso de este espacio, es por ello que existen lugares que se especializan o se enfocan en un grupo profesional determinado. Más allá de los beneficios relacionados específicamente con el espacio físico, los coworkers también están buscando beneficios cualitativos, como pueden ser la confianza, la interacción, el aprendizaje, la revisión y la generación de comunidad.

) Interacción:

Muchas de las personas usuarias manifiestan el deseo de interactuar y socializar con más personas. No necesariamente debe existir una relación laboral, pero se abre el horizonte, se ejercita el área de relaciones humanas y se crea una red de contactos.

) Revisión:

La revisión o retroalimentación (*feedback*) que buscan los usuarios puede ser tomada desde varios puntos de vista, como es el compartir experiencias de otras personas y a partir de ellas buscar soluciones a algo específico; o bien, el buscar ideas y opiniones de profesionales en diferentes áreas o industrias, quienes, con una visión diferente, pueden aportar enfoques alternativos ante dudas que surjan.

) Confianza:

El coworker aprende a desarrollar relaciones interpersonales y a generar confianza, además de sentirla hacia los demás integrantes del espacio. Las ideas en un espacio colaborativo fluyen y se consolidan con las opiniones y aportes de las demás personas, y

sobre todo se crea un ambiente de respeto eliminando la idea común a nivel empresarial de una competencia. Los negocios fluyen en base a la confianza.

) Aprendizaje:

Todos los participantes se nutren del conocimiento y aportes de los demás en una charla o reunión en la que, además de asesorías y direccionamiento, se pueden generar negocios. El tener contacto y haber generado un ambiente de confianza da la apertura para que se creen temas de conversación nutritivos. A más del aprendizaje profesional que se puede tener, las personas aprenden y manejan de mejor forma las habilidades blandas, se mejora el trato interpersonal, se controla el tono de voz, se aprende a respetar opiniones.

) Generación de comunidad:

Es una de las características a nivel grupal más importantes, ya que es la finalidad del coworking, generar comunidad. Las empresas pueden generar metodologías diferentes que contribuyan a la creación y fortalecimiento de una comunidad; entre ellas, el generar actividades en las que los integrantes se vean interesados de participar. De igual forma, actividades de formación y actualización profesional e incluso el uso de plataformas virtuales en las que se requiera algún tipo de interacción. Toda forma de creación de comunidad genera, de forma implícita, un banco de profesionales con diferentes conocimientos e intereses, disponibles para la prestación de servicios.

) Nuevo modelo de oficina compartida:

Pese a que un espacio coworking no está creado como un negocio con finalidad inmobiliaria como tal, en este tipo de espacios se renta una oficina, escritorio, salas de reuniones, etc., por un tiempo, periodicidad y/o franja horaria convenidos entre las partes.

Los espacios coworking, dependiendo del segmento profesional al que apunten, están equipados con tecnología, herramientas de oficina, espacios destinados a reunión, cocina o cafetería, espacios lúdicos, estacionamientos, etc. Además del espacio físico “inmobiliario” se ofrecen servicios de atención personalizada al coworker, como es servir de domicilio fiscal, recepción corporativa, actividades de estímulo y formación profesional, asesorías, etc.

2.5 ¿Quién es el usuario de los espacios Coworking?

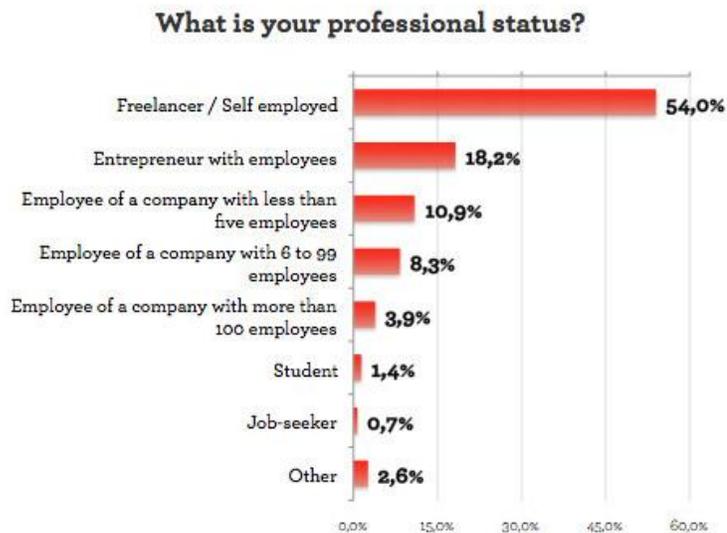
Existen muchos adjetivos que ayudan a definir a un coworker y a un espacio coworking: creativo, sociable, productivo, colaborador, relajado, innovador, flexible, ser un punto de apoyo, ser eficiente, enérgico, etc. El intentar describir un modelo de persona que sea calificado como coworker lleva a convenir que la persona debe tener una sola cualidad que engloba todas las otras necesarias: espíritu colaborativo.

Como indican los resultados de Global Coworking Survey realizado en el año 2012 (Foertsch, 2013), hay varios motivos que llevan a un individuo a relacionarse con un espacio coworking:

-) Atmósfera sociable
-) Una comunidad
-) Interacción con otros
-) Buena infraestructura y herramientas
-) Compartir conocimiento
-) Cercanía a lugar de residencia
-) Posibilidad de nuevas oportunidades
-) Trabajo interdisciplinario y grupal

La mayoría de coworkers se encuentran entre los 25 y 40 años, de los cuales el 54% son FreeLancer, 20% son emprendedores, 20% trabaja como un empleado permanente en pequeñas compañías, y el 6% está compuesto por nuevos profesionales y trabajadores que visitan varias ciudades. Ver Ilustración 3. Tomado de la Encuesta de Coworking a nivel Mundial, año 2016. (Deskmag, 2017).

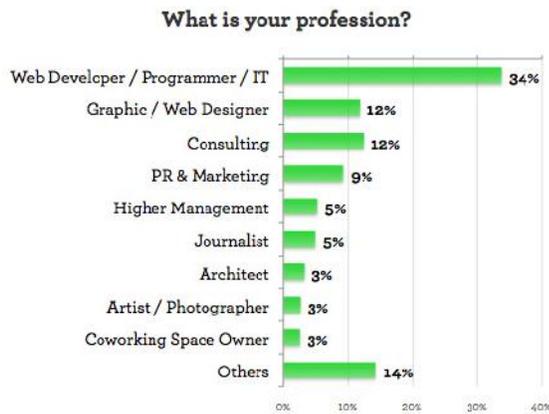
Ilustración 3: Estado Profesional (%)



(Deskmag, 2017)

Dentro de todos los usuarios de estos espacios, la gran mayoría son profesionales respaldados con títulos universitarios, y entre ellos las profesiones más comunes son las relacionadas a la industria creativa y tecnológica, como ser: diseñadores, desarrolladores y programadores. Otro grupo de profesionales importante está en el área de Marketing y Dirección, y uno más pequeño se compone por escritores, periodistas y arquitectos. Ver Ilustración 4. Tomado de la Encuesta de Coworking a nivel Mundial, año 2016. (Deskmag, 2017).

Ilustración 4: Profesiones recurrentes



(Deskmag, 2017)

2.6 Enfoques del Coworking

Según lo indica Spinuzzi, el coworking se encuentra diseñado con dos enfoques. Estos enfoques son: Buen vecino y Buen compañero (Spinuzzi, 2012).

) Buen vecino: “Es un nexo con las actividades externas, que hasta el momento han permanecido desvinculadas”. Está diseñada para aquel coworker que realiza sus actividades empresariales por medio de reuniones constantes con clientes, estas actividades se realizan en el espacio coworking, al igual que todas las demás actividades de trabajo. Se busca presentar hacia los clientes un escenario empresarial y profesional.

La idea que centra esta modalidad es el mantenimiento de relación de vecindad, no centrarse en el trabajo individual, sino generar apoyo paralelo hacia los demás.

) Buen compañero: “Es el nexo de grupos de trabajo compuestos por especialistas”.

En esta configuración, se hace referencia la forma de resolución de problemas compartidos que no tiene como objetivo presentar un escenario al cliente. Esta resolución de problemas se hace desde backstage. En este tipo de modalidad se agrupan los profesionales que son el soporte de varios clientes por medio de redes y que no necesitan su presencia física, pero su apoyo, soporte y nivel de respuesta es muy importante. El coworker hace una conexión entre su vida laboral y personal, siendo el espacio de coworking el escenario propicio para que esta sinergia ocurra.

2.7 Tipos de Coworking:

Frente a la gran expansión a nivel mundial de los espacios coworking, se crearon varios tipos de espacios coworking con diferencias en cuanto a espacio, servicios y nivel de rotación. Estos se encuentran regidos por las características de la comunidad de profesionales al que va dirigido. Según lo descrito en la revisa on-line de la comunidad de coworkers en España, se definen así (CoworkingSpain, 2014):

) Coworking Didáctico:

Conformado por los centros que promueven el intercambio de conocimiento a través de la creación de actividades formativas para sus usuarios. De la misma forma, se hace uso de los espacios comunes para dar apertura a externos a través de la organización de actividades abiertas al público. Estas pueden ser jornadas formativas organizadas por el espacio o de difusión de marcas o productos promovidas por los propios usuarios.

) Coworking Incubadoras:

Son creados con la idea de ser un acelerador de negocios. Los emprendedores con una idea de negocio participan en actividades de formación de la idea clara, reciben asesorías en las que se busca profesionalizar, impulsar y apoyar al desarrollo de una idea naciente.

) **Coworking Makers:**

Estos espacios están dirigidos a los usuarios con mayor interés y conocimiento en innovación tecnológica, electrónica, robótica, creatividad 3D, etc. Cuentan con equipos, herramientas y asesorías especializadas dirigidas a la tendencia “make”.

) **Coworking por sector específico:**

Agrupación de forma heterogénea a los profesionales en determinada área afín, buscando siempre que se pueda obtener el objetivo del coworking, como la creación de sinergias y por consecuencia la creación y crecimiento de negocios.

) **Pop-up Coworking:**

Espacios coworking creados y gestionados dentro de otros espacios, generalmente temporales, con fecha de inicio y fin. Un ejemplo claro, con los espacios coworking creados dentro de ferias o encuentros profesionales o sectoriales.

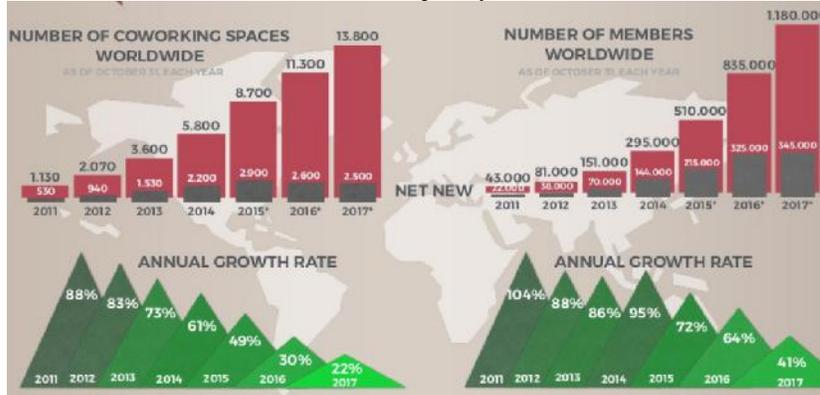
) **Coworking Endogámicos:**

Son los centros que abrieron sus puertas con un sentido más de beneficio económico que de creación de comunidad. No promueve el desarrollo de actividades comunes, creando una micro comunidad entre grupos específicos y reducidos.

2.8 Coworking en la actualidad

Según los últimos resultados obtenidos del Global Coworking Survey 2016, los espacios de coworking a nivel mundial eran 11.300 (datos a octubre de 2016), con una proyección para el año 2017 de 13.800 espacios. De la misma forma, el crecimiento de miembros usuarios de coworking para el 2016 fueron 83.5000 personas y con una proyección para el 2017 de 1.180.000.(Foertsch, 2017). Ver Ilustración 5.

Ilustración 5: Cantidad de espacios y usuarios



(Deskmag, 2017)

Pese a la gran cantidad de espacios y de miembros en la actualidad, la tasa de crecimiento anual ha descendido notablemente en el año 2016, siendo la mitad del crecimiento sucedido en el año 2014. Las estimaciones de crecimiento son menores en relación a la expectativa de los años 2012 al 2014. De la misma forma esta disminución del crecimiento se comprueba con la asistencia de los usuarios a los espacios, de los cuales el 40% de ellos asisten todos los días laborales, pero el 30% solo asiste 3 veces por semana. Esto demuestra que solo se utiliza el 60% de la capacidad total de los espacios. Ver Ilustración 6.

Ilustración 6: Uso de los espacios de coworking por semana

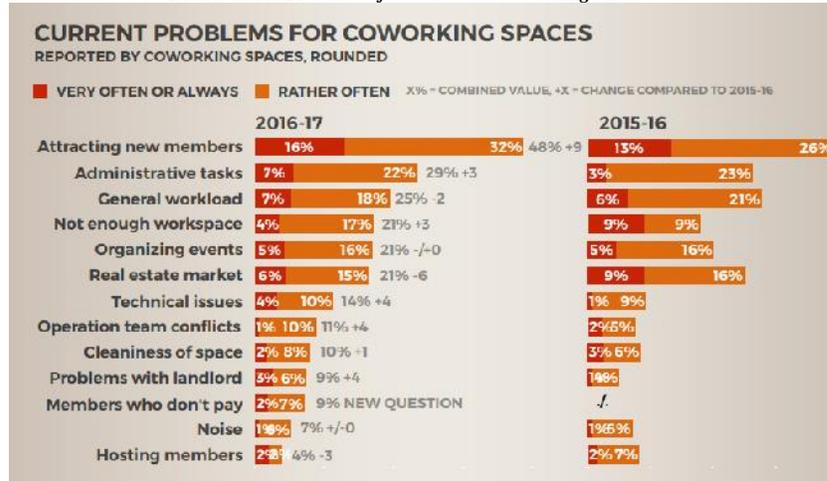


(Deskmag, 2017)

Los propietarios del espacio coworking se enfrentan a una continua revisión de objetivos, replanteamiento de metas y búsqueda de soluciones a los retos que se presentan. La atracción de nuevos miembros es el reto más importante dentro de lo reportado por los propietarios en los últimos años de la encuesta, considerando que se han incrementado los

espacios en cantidad y tamaño. Le siguen en orden de importancia los retos referidos a las tareas administrativas y cargas laborales y en tercer lugar se presentan los retos relacionados a espacio y organización. Ver ilustración 7.

Ilustración 7: Problemas frecuentes del Coworking



(Deskmag, 2017)

3. Metodología

Este trabajo de tesis ha sido elaborado en base a dos tipos de diseño en cuanto a la metodología a aplicar. Para la confección del Marco Teórico se procedió a un *análisis documental*, mientras que la investigación propiamente dicha responde a un *diseño descriptivo*.

3.1 Análisis Documental

Como se dijo, el marco teórico ha sido desarrollado en base al análisis documental, a partir de la recopilación de documentos escritos, lectura, resumen, fichas de apoyo, etc. (Rojas-Crotte, 2011). En este apartado se busca dejar constancia del proceso metodológico mediante el cual se confeccionó el mismo. Las bases de datos visitadas fueron repositorios académicos (Redalyc, Dialnet, Google Académico) y páginas web corporativas de información pública (Deskmag, Revista Forbes, Coworking España, entre otras).

Fichas de Apoyo:

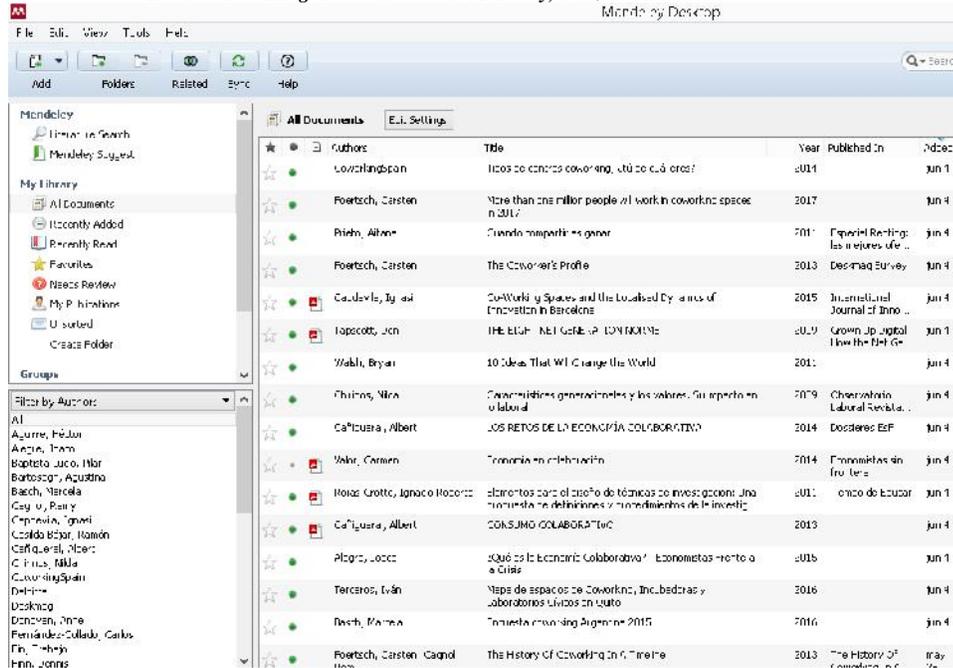
Se elaboró una ficha de autoría personal, la cual es una base de datos propia de toda la información utilizada y de interés para la elaboración del trabajo de tesis. Esta ficha contiene la siguiente información, la cual está segmentada según el tema principal a fin de que brinde una búsqueda fácil y organizada.

LINK	TITULO	AUTOR	PALABRAS CLAVES
------	--------	-------	-----------------

Fuente: Elaboración propia

Adicionalmente, se ha trabajado el formato de citas y el manejo y organización de archivos por medio del programa Mendeley, en el cual se formó un repositorio personal de todos los archivos, documentos, trabajos y publicaciones que han sido parte fundamental para el desarrollo de todo el proyecto.

Ilustración 8: Imagen de contenido en Mendeley, utilizado en esta tesis



3.2 Diseño Descriptivo:

El tipo de investigación que se llevó adelante corresponde a un diseño descriptivo de tipo comparado. La población bajo estudio son las empresas de coworking de las ciudades de Buenos Aires (Grupo 1) y Quito (grupo 2).

Es requisito fundamental para poder desarrollar este método de manera exitosa comprobar que los grupos a evaluar sean equivalentes; es decir, que posean características similares. Una de las varias formas de verificar la equivalencia inicial es el emparejamiento, lo que permite relacionar a los grupos en aspectos específicos. (Hernández-Sampieri, Fernández-Collado, & Baptista-Lucio, 2006). En el presente trabajo de tesis, se verificó que los grupos a evaluar (Espacios Coworking en la ciudad de Buenos Aires y Quito) sean equivalentes y comparables relacionando los siguientes aspectos:

Superficie geográfica de la ciudad

Cantidad de habitantes en la ciudad (Población Urbana)

Porcentaje de Población Económicamente Activa empleada y desempleada

Áreas económicas de impacto

Cantidad de espacios coworking sobre el año de comparación

El enfoque metodológico que se plantea para este trabajo es el desarrollo de un proceso mixto: cuantitativo y cualitativo. El proceso mixto ayuda a explotar de mejor forma la información recolectada, genera información nutritiva y variada, y sobre todo contribuye a la mejor interpretación y conclusión de resultados sobre temas dinámicos (Hernández-Sampieri et al., 2006). Los instrumentos utilizados para la recolección de datos fueron: Entrevista Cualitativa y Encuesta Cuantitativa.

3.2.1 Entrevista Cualitativa:

La fase inicial de la recolección de información fue realizada en base a la aplicación de una entrevista cualitativa abierta fundamentada en una guía y con suficiente flexibilidad de manejo, la cual permite el intercambio de información entre el entrevistado y entrevistador (Hernández-Sampieri et al., 2006). Para su aplicación se siguieron las principales recomendaciones del autor:

- El inicio y fin de la entrevista no están claramente definidos.
- Las preguntas, orden, ritmo y dirección de la entrevista se adecuaron a los participantes.

Se realizaron en un contexto social y amistoso (fundamental para la interpretación de la información).

Las preguntas base elaboradas fueron propuestas a forma de dar respuesta a los objetivos planteados, y además de promover que el encuestado pueda exponer libremente su punto de vista sobre el tema.

Se realizaron dos tipos de entrevistas. La primera a informantes clave y la segunda a gestores de espacio de Coworking.

) **Entrevista a Informantes Clave**

La entrevista dirigida a los informantes clave de cada una de las ciudades da respuesta al primer objetivo específico planteado, el cual busca conocer información relevada de años anteriores.

Objetivo específico 1:

Analizar y comparar la información relevada correspondiente a los espacios coworking de las ciudades de Buenos Aires y Quito en los años 2015 y 2016.

Para el Grupo 1: Se realizó una entrevista a la periodista Sra. Marcela Basch, directora de Plan C, quien realizó y publicó las encuestas anuales de coworking en los años 2014, 2015 y 2016. Por medio de esta entrevista se pudieron obtener los datos informativos a cerca de la información relevada en la ciudad de Buenos Aires para el año 2016, la misma que fue trabajada y expuesta, pero hasta el momento de la investigación no fue publicada ni difundida.

Para el Grupo 2: Se realizó una entrevista al Máster y Sociólogo Iván Terceros, director del espacio MediaLab del Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, en Quito (Ciespal), quien en junio del 2016 realizó un relevamiento de información parcial, la cual fue complementada con la recolección de información desarrollada de forma exploratoria en este trabajo de tesis.

) **Entrevistas a Gestores**

Escuchar y analizar las respuestas y criterios de los gestores de los espacios coworking en cada una de las ciudades permite que se tenga una guía para dar respuesta al segundo y tercer objetivo específico planteados.

Objetivos específicos 2 y 3:

Analizar los factores que permitieron el crecimiento acelerado y permanencia de los espacios coworking en las ciudades de Buenos Aires y Quito entre los años 2015, 2016 y 2017.

Identificar las estrategias que fomentan el incremento del potencial colaborativo dentro de los espacios coworking en las ciudades de Buenos Aires y Quito entre los años 2015, 2016 y 2017.

En la ciudades de Buenos Aires y Quito, se contactó por medio de correos electrónicos a todos los espacios coworking, solicitando se conceda un espacio para realizar una entrevista de todos los espacios contactados se obtuvo respuesta de 7 espacios en la ciudad de Buenos Aires y de 14 espacios en la ciudad de Quito, los cuales van a ser referidos de forma anónima en este trabajo de tesis.

En la ciudad de Quito las entrevistas fueron realizadas durante el mes de diciembre del año 2016, mientras que en Buenos Aires se realizaron en el mes de junio del año 2017.

Los temas abordados en la entrevista fueron:

Motivación para la creación del espacio coworking

¿Cómo define el gestor al Coworking: un lugar de trabajo o un estilo de trabajo?

¿Qué tipo de profesionales se involucran en este entorno?

¿Cuáles son los beneficios de trabajar en un espacio coworking?

¿Cuáles son las estrategias para la permanencia del usuario en el espacio coworking?

Para facilitar el procesamiento de las entrevistas fueron grabadas con autorización del entrevistado y fueron procesadas mediante transcripción a texto, a fin de poder determinar categorías y subcategorías, eliminar redundancia y poder construir una codificación que dé respuesta a los objetivos planteados. (Hernández-Sampieri et al., 2006).

3.2.2 Encuesta Cuantitativa:

Con la intención de dar respuesta al primer objetivo específico planteado, es necesario tener información real y actual -y de fuente directa- acerca de los espacios coworking. Es por ello que se escogió como actores principales de este relevamiento de información a los gestores de estos espacios.

Primer Objetivo Específico:

Relevar información cuantitativa y cualitativa de los espacios coworking en la ciudad de Buenos Aires y Quito del año 2017.

La recolección de información es de forma cuantitativa y será desarrollada de acuerdo al método selección de muestra, recolección y análisis (Hernández-Sampieri et al., 2006).

) Selección de Muestra

Con el objetivo de relevar la información correspondiente al año 2017 para los dos grupos se hizo una búsqueda general en internet de todos los espacios coworking tanto de la ciudad de Buenos Aires como de la ciudad de Quito.

El padrón de los espacios en cada una de las ciudades se encuentra organizado en una tabla plantilla, la cual contiene datos como: Nombre de espacio, Dirección, Teléfono de contacto, E-mail, Sitio web corporativo. Con la base de esta tabla plantilla se pudo elaborar un mapa de geolocalización, ubicando por medio de código postal a cada uno de los espacios dentro del mapa de la ciudad, con el uso de la aplicación web gratuita Batchgeo.

Localización:

Grupo 1: En su gran mayoría los espacios coworking se encuentran ubicados en la zona norte de la ciudad de Buenos Aires y el barrio de Palermo, siendo el sector de mayor movimiento empresarial.

Grupo 2: La mayor parte de espacios se encuentran ubicados a los alrededores de “La Carolina”, norte de la ciudad, conocida durante años por ser una zona corporativa y empresarial, otra de las zonas recorridas para la implantación de los espacios coworking es “La Floresta”, zona universitaria ubicada en el centro – norte de la ciudad. Por otro lado la zona centro – sur cuenta con muy pocos espacios, debido a que es una zona residencial, con poco espacio para infraestructura nueva y con poca facilidad para la movilidad.

Es importante aclarar que este trabajo no busca hacer un análisis económico y demográfico en las zonas específicas de la ciudad de Buenos Aires y Quito, el cual podría ser estudiado en una próxima investigación.

Método:

La recolección de datos se realizó a través del diseño de un formulario en encuesta Web Google (ver Anexo1), la cual fue enviada a cada espacio coworking vía e-mail. Esta base de datos se obtuvo de la página web corporativa de cada espacio.

La encuesta está planteada de acuerdo a lo señalado por Sampieri, quien afirma que el instrumento de medición debe tener estos tres requisitos esenciales: confiabilidad, validez y objetividad. (Hernández-Sampieri et al., 2006).

Confiabilidad:

Las preguntas planteadas en la encuesta son de opción múltiple o de selección, a fin de determinar que las repuestas obtenidas en la encuesta sean confiables y no dejen espacios abiertos a interpretaciones incorrectas de información.

Validez de contenido:

Teniendo en cuenta que el objetivo es comparar la situación actual de los espacios coworking en las ciudades, es importante determinar también la situación actual de la ciudad de Quito, para lo que se utiliza varios de los temas de evaluación que fueron aplicados en el relevamiento realizado en la ciudad de Buenos Aires. De esta forma se puede asegurar que la información obtenida es relevante y comparable.

Objetividad:

En busca de generar objetividad en el tema de investigación, las preguntas realizadas tanto en las entrevistas cualitativas como en las encuestas cuantitativas se han formulado por igual a cada uno de los encuestados y entrevistados, sin distinguir entre rango de edades, género, preparación académica o posición dentro de la empresa. De esta forma, la información obtenida producto de los instrumentos de investigación resulta ser lo más cercana posible a la realidad dentro del entorno coworking.

) **Recolección**

La encuesta fue enviada al total de la población, es decir los espacios de coworking existentes hasta el momento de realizar el padrón (mes de junio 2017). Esta población está compuesta por 38 espacios en la ciudad de Buenos Aires y 27 en la ciudad de Quito. En Buenos Aires, 14 espacios respondieron la encuesta. En Quito, 15 espacios. Ambos corresponden a una muestra del 36.84% y 55.56% respectivamente.

) **Análisis:**

El análisis e interpretación de la información recolectada toma forma al expresar las conclusiones obtenidas de estas entrevistas personales.

Los datos recolectados en la encuestas son preparados para su posterior análisis en una matriz de datos.

4. Análisis Situacional:

La presentación de los resultados obtenidos está ordenada cronológicamente según fue recolectada la información, primero las entrevistas y luego las encuestas.

4.1 Resultados de Entrevista:

Las categorías mencionadas a continuación son producto del análisis efectuado luego de la transcripción a texto de las entrevistas. Tal como se indica en el apartado de Metodología, se determinaron categorías y subcategorías, y se trabajó sobre la frecuencia con la que fueron mencionados por los entrevistados con la finalidad de construir la codificación.

) Motivación para la creación de espacios coworking

La razón que motivó la creación de los espacios coworking, según la mayor frecuencia de los discursos de los entrevistados, corresponde en primer lugar a “Impulsar la innovación y crear un espacio de trabajo colaborativo”, seguido por “la profesionalización del coworker”.

Con menor frecuencia, pero con gran relevancia, se encuentran las siguientes razones: Generar conexiones y comunidad, Desarrollar capacidades y herramientas personales y Motivar al rescate de valores y mejorar la calidad de vida del coworker.

En la tabla que se presenta a continuación, se describe en relación porcentual la frecuencia de repetición de cada motivo anteriormente señalado.

<i>Categoría</i>	<i>Subcategoría</i>	<i>Frecuencia de repetición (Cantidad)</i>	<i>% frecuencia</i>
<i>Motivación inicial</i>	<i>Impulsar la innovación y crear un espacio de trabajo colaborativo</i>	<i>19</i>	<i>92%</i>
	<i>Profesionalización del coworker</i>	<i>5</i>	<i>23%</i>
	<i>Generar conexiones y comunidad, desarrollar capacidades y herramientas personales</i>	<i>3</i>	<i>15%</i>
	<i>Motivar al rescate de valores y mejorar la calidad de vida del coworker</i>	<i>2</i>	<i>8%</i>

Fuente: elaboración propia

) **Crecimiento del espacio coworking**

En lo relacionado a los factores que han permitido el crecimiento de los espacios de coworking, gran parte de los entrevistados indicó que el lugar bajo su dirección logró un crecimiento luego de una reestructuración del espacio, y con menor frecuencia en las entrevistas fue nombrado el crecimiento paulatino de los mismos. A continuación se profundiza sobre estos resultados y luego se presenta la tabla porcentual que hace referencia a los valores indicados.

Crecimiento luego de una reestructuración del espacio:

Esta categoría engloba a los gestores que manifestaron que la creación del espacio coworking, por diferentes motivos, tuvo relación con un replanteamiento de objetivos generales del espacio.

Una parte de los gestores indicaron que el coworking fue naciendo de forma evolutiva dentro de una empresa previamente creada, la cual al enrolarse y motivarse con la idea de economía colaborativa tomó la decisión de una transformación positiva, dando como resultado la creación del espacio coworking.

Por otro lado, un segundo grupo de gestores supo indicar que si bien el espacio coworking había sido creado inicialmente, tuvo una fase de replanteamiento de

servicios ofertados, segmentación de mercado y hasta de visión del área de gestión. Dentro de este grupo se repitió con gran frecuencia la siguiente frase (que a modo de graficar la cuestión, aquí se comparte): “la solución para uno, no es la solución para otros”.

Crecimiento paulatino del espacio:

La segunda categoría manifestada con frecuencia por los entrevistados fue indicar que sus espacios han presentado un crecimiento importante desde al año de creación hasta el momento de la entrevista. Este crecimiento está acompañado y justificado con el incremento de espacios para trabajo, el aumento porcentual de ocupación de los espacios y del nivel de usuarios promedio mensuales en los espacios, todos estos datos se muestran en forma porcentual con la presentación de datos de la encuesta en el siguiente apartado.

<i>Categoría</i>	<i>Subcategoría</i>	<i>Frecuencia de repetición (Cantidad)</i>	<i>% frecuencia</i>
<i>Factores de crecimiento</i>	<i>Crecimiento luego de una reestructuración del espacio</i>	<i>13</i>	<i>62%</i>
	<i>Crecimiento paulatino</i>	<i>8</i>	<i>38%</i>

Fuente: elaboración propia

) Percepción del espacio coworking

Los entrevistados supieron manifestar sus diferentes percepciones en lo referente al coworking como concepto. Con mayor frecuencia dentro de sus discursos se manifiesta que el coworking es un espacio que a partir del desarrollo de lo laboral, busca la interrelación personal, la búsqueda y rescate de valores y creación de comunidad. Con la misma cantidad de repeticiones entre los entrevistados el coworking es un estilo de trabajo que promueve profesionalización y conexión entre

emprendedores, el mismo que va de la mano con la creación de un entorno de conocimiento. A continuación la tabla porcentual explicativa.

Categoría	Subcategoría	Frecuencia de repetición (Cantidad)	% frecuencia
Percepción de espacio coworking	Estilo de trabajo que promueve profesionalización y conexión entre emprendedores	18	85%
	Espacio que a partir del desarrollo de lo laboral, busca la interrelación personal, la búsqueda y rescate de valores y creación de comunidad	18	85%
	Creación de un entorno de conocimiento	10	46%

Fuente: elaboración propia

) **Beneficios que otorga el trabajar en un espacio coworking**

Según el criterio de los gestores que fueron parte de la entrevista existen varios beneficios que tiene el coworker al ser parte de un espacio coworking. Entre los principales y según la frecuencia con la que fueron repetidos, se encuentran los nombrados a continuación:

-) Conexión con más emprendedores / creación de sinergia
-) Profesionalización de las actividades y servicios relacionados
-) Desarrollo de capacidades - crecimiento personal y profesional
-) Reducción de costos operativos e incremento en facturación
-) Mejor calidad de vida y mejor distribución de su tiempo

Categoría	Subcategoría	Frecuencia de repetición (Cantidad)	% frecuencia
Beneficios	Charlas semanales gratuitas	3	15%
	Acceso del emprendedor artístico y	3	15%

cultural a espacios físicos aptos para su profesión		
Conexión con mas emprendedores / creación de sinergia	15	69%
Profesionalización de las actividades y servicios relacionados	15	69%
Reducción de costos operativos e incremento en facturación	2	8%
Desarrollo de capacidades - crecimiento personal y profesional	11	54%
Mejor calidad de vida y mejor distribución de su tiempo	2	8%

Fuente: elaboración propia

) Estrategias que buscan la permanencia del coworker en el espacio

En vinculación con la categoría de respuestas a la pregunta anterior referida a los beneficios para el coworker, se puede mencionar algunas de las estrategias que plantea el espacio de coworking en busca de la permanencia del usuario.

La realización de eventos inclusivos de gran concurrencia y que promuevan el desarrollo, del tipo talleres, los foros y capacitaciones, son tomados como una de las estrategias aplicadas con mayor frecuencia entre los gestores encuestados.

En segundo lugar de frecuencia de menciones por parte de los entrevistados se encuentran la atención personalizada al coworker, el garantizar comodidad, tranquilidad y libertad en el desarrollo de sus actividades profesionales.

El direccionamiento al usuario hacia programas y métodos específicos para su actividad profesional y el generar contacto, capacitación, conocimiento y logro de objetivos, se ubican en la tercera categoría con mayor número de repeticiones entre los gestores.

Otras estrategias importantes, con menor cantidad de repeticiones, son la importancia de ubicación y accesibilidad de espacio, la atención específica por rubros

profesionales, las alianzas estratégicas para difusión con medios de comunicación y el desarrollo de proyectos con impacto social.

Categoría	Subcategoría	Frecuencia de repetición (Cantidad)	% frecuencia
Estrategias de permanencia	Atención personalizada al coworker - garantizar comodidad, tranquilidad y libertad	10	46%
	Talleres y capacitaciones - eventos inclusivos de gran concurrencia y que promuevan el desarrollo	13	62%
	Ubicación y accesibilidad	6	31%
	Direccionar al usuarios hacia programas y métodos específicos	8	38%
	Atención específica por rubros	3	15%
	Alianzas estratégicas para difusión con medios de comunicación	2	8%
	Contacto, capacitación, conocimiento y logro de objetivos	8	38%
	Desarrollo de proyectos con impacto social	2	8%

Fuente: elaboración propia

) **Mayores logros de un espacio coworking**

Con el claro objetivo de generar comunidad y sinergias profesionales, entre los gestores participantes hubo gran orgullo al mencionar que, con arduo trabajo, se están promoviendo fuertes alianzas entre coworkers para servicios en otros espacios coworking, que han llegado a ser nombrados como “Co-pass”, ya conocido en algunos lugares del mundo y ahora con presencia tanto en la ciudad de Buenos Aires como en Quito. También se están concretando transferencias entre espacios en las que el usuario está habilitado para hacer uso de las instalaciones de diferentes establecimientos que previamente han acordado algún tipo de convenio.

Otro gran logro que motiva a gestores y usuarios es trabajar y ser parte del desarrollo de proyectos ganadores de premios nacionales y reconocimientos financieros.

La realización de eventos inclusivos de gran concurrencia, además de abrir las puertas a más coworkers, procuran la asistencia de posibles nuevos usuarios que están insertándose por primera vez en la comunidad colaborativa.

Categoría	Subcategoría	Frecuencia de repetición (Cantidad)	% frecuencia
Logros	Alianzas entre coworkers para servicios en otros espacios coworking	5	23%
	Proyectos ganadores de premios nacionales	5	23%
	Eventos inclusivos de gran concurrencia	3	15%

Fuente: elaboración propia

4.2 Resultados de Encuestas

Estado del coworking en Buenos Aires y Quito

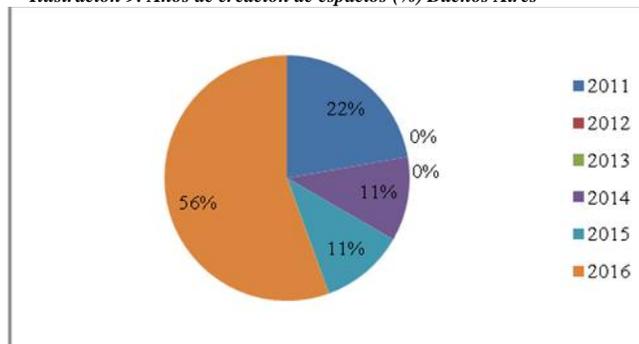
) Estado del coworking en Buenos Aires

Los resultados que se presentan a continuación son producto de la encuesta aplicada en el mes de junio de 2017 a los espacios coworking en la ciudad de Buenos Aires.

) Ubicación:

En la ciudad de Buenos Aires, hasta el mes de junio 2017, se reportan 38 espacios coworking, de los cuales el 33% fueron creados entre los años 2011 y 2014, el 11% se creó en el año 2015 y el 56% en al año 2016.

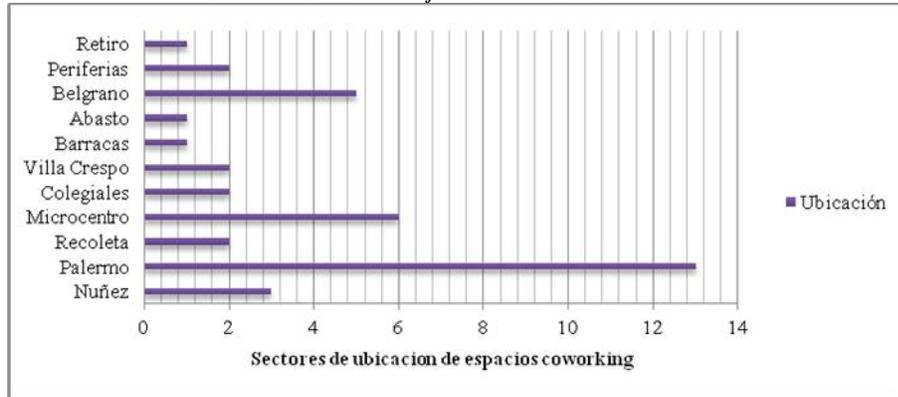
Ilustración 9: Años de creación de espacios (%) Buenos Aires



Fuente: elaboración propia

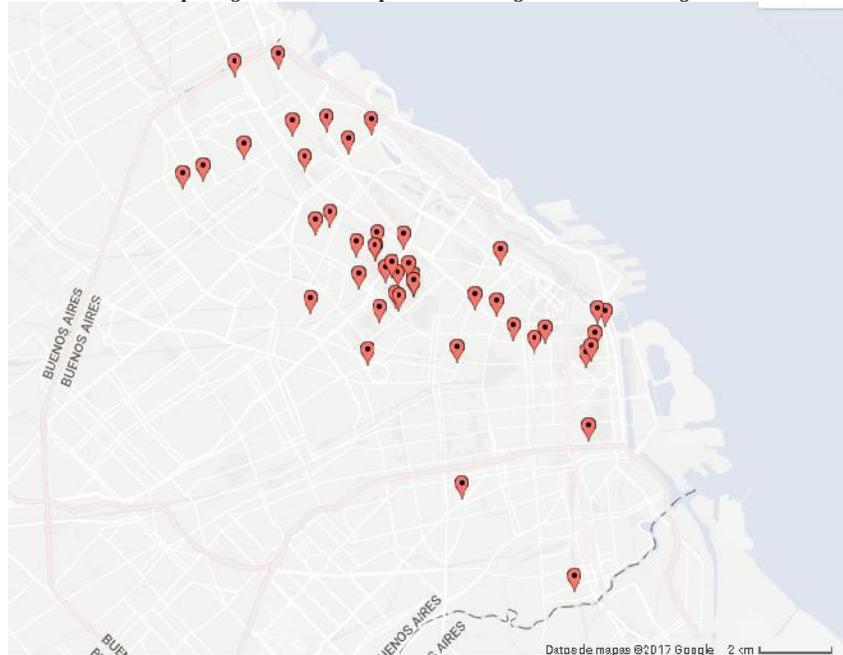
Mediante esta encuesta se puede determinar que el 62% de los espacios coworking se encuentran concentrados en Palermo (13 espacios), Microcentro (6) y Belgrano (5), dejando el 38% restante de los espacios distribuidos casi de forma equitativa en zonas de la ciudad como Núñez (3), Recoleta (2), Colegiales (2), Villa Crespo (2), Barracas (1), Abasto (2), Retiro (1) y las periferias (2). En la siguiente imagen se muestra la descripción porcentual y el mapa de geolocalización.

Ilustración 10: Ubicación física en Buenos Aires



Fuente: elaboración propia

Ilustración 11: Mapa de geolocalización espacios coworking Buenos Aires – Argentina



Fuente: elaboración propia

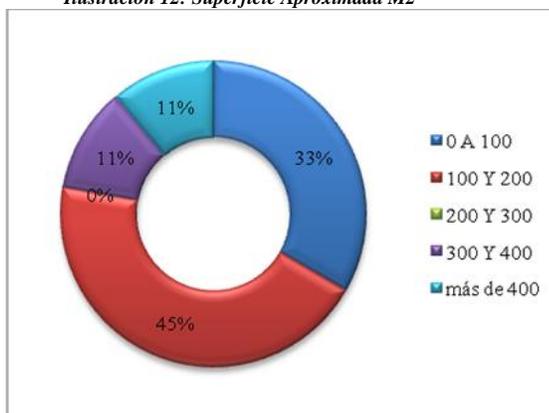
Siguiendo el link que se indica a continuación se puede acceder al mapa web de elaboración propia que incluye la ubicación de cada uno de los espacios, nombre del lugar, dirección, teléfono y un correo electrónico para contacto.

<https://es.batchgeo.com/map/be756ff1e60a86b2b0e6f67993037326>

) **Capacidad:**

De entre los gestores encuestados, se reportan un promedio de 279 metros cuadrados por cada espacio coworking, los cuales se distribuyen entre: espacios para escritorios y oficinas, salas de capacitación y reuniones, cafeterías y áreas lúdicas y espacios verdes. Cabe remarcar que en este cálculo no se ha tomado en cuenta los metrajes de los espacios coworking que corresponden a las grandes franquicias, a fin de no distorsionar el metraje promedio real. Como dato adicional relevado, el 33% de los espacios posee un lugar físico de menos de 100 metros cuadrados, el 44% indican ser gestores de lugares entre los 100 y 200 metros cuadrados, mientras que solo el 11% se encuentran en el rango de entre 300 a 400 metros cuadrados, mientras que un 11% final supera los 400 metros cuadrados.

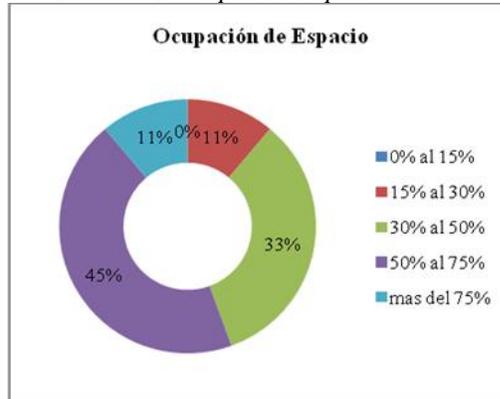
Ilustración 12: Superficie Aproximada M2



Fuente: elaboración propia

El 11% de los gestores participantes indican que sus espacios tienen un rango de ocupación de más del 75%, el 44% indican que sus espacios se encuentran en un rango de ocupación de entre el 50% y el 75%, el 33% de los espacios se encuentran ocupados entre el 30% y 50%, mientras que el 11% restante manifiesta ocupación de entre el 15% y el 30%.

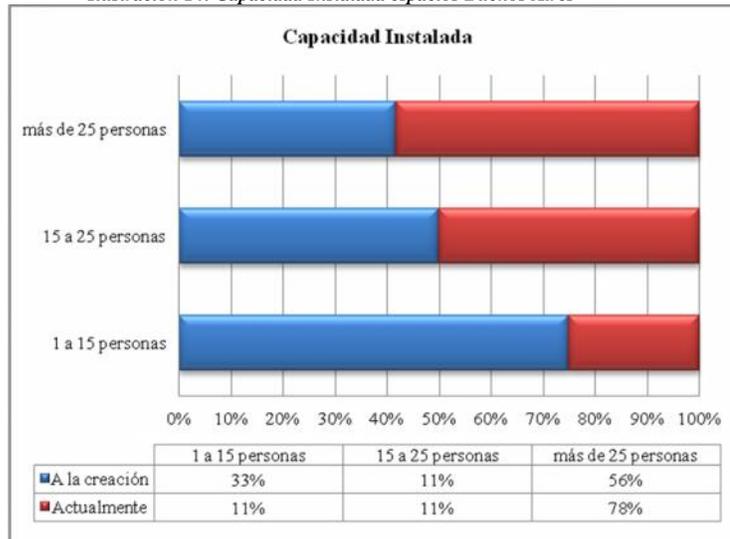
Ilustración 13: Ocupación del espacio



Fuente: elaboración propia

El 33% de los espacios encuestados indicaron que al momento de la creación la capacidad instalada de los mismos era para grupos de entre 1 a 15 personas, esta cifra desciende notoriamente a un 11% al analizar la capacidad instalada actual. Por otro lado, la capacidad de más de 25 personas que al momento de la creación de los espacios represento un 56% del total, asciende al 78% en la actualidad. Este incremento en la capacidad instalada de los espacios denota un crecimiento y expansión en la mayoría de ellos.

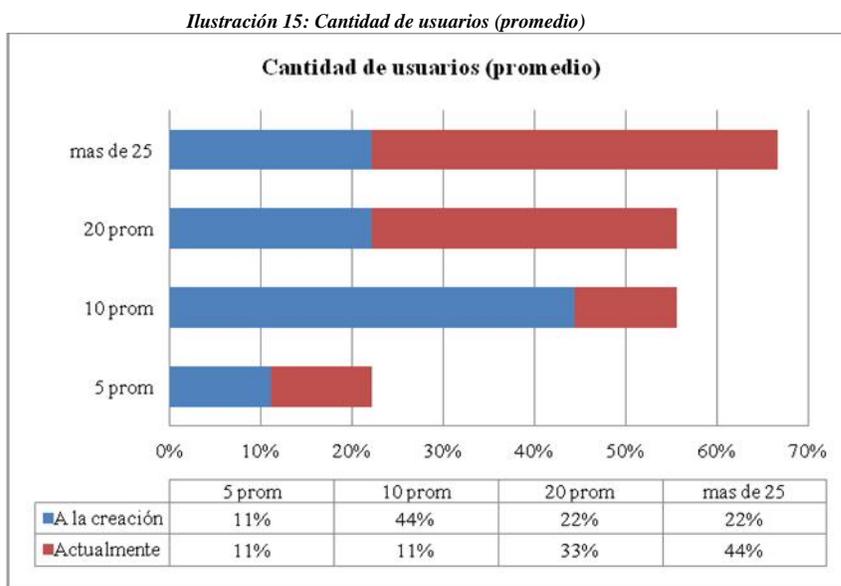
Ilustración 14: Capacidad Instalada espacios Buenos Aires



Fuente: elaboración propia

El crecimiento de los espacios coworking también se justifica con el incremento de la cantidad de usuarios desde el momento de apertura hasta la fecha de la encuesta.

En su apertura, el 44% de espacios contaba con 10 usuarios en promedio, seguido de 20 y 25 usuarios en promedio con un 22% cada uno, y la cifra más baja fue de 11%, con 5 usuarios. Frente a estos datos, actualmente se mantiene el 11% de espacios con un promedio de 5 usuarios, seguido del 11% con 10 usuarios en promedio y elevando cifras de usuarios al 33% con 20 usuarios, siendo la cifra más alta con el 44% de espacios que atienden más de 25 coworkers.



Fuente: elaboración propia

Según lo informado por los gestores encuestados, el 67% de los coworkers permanecen un promedio de entre 6 a 12 meses como usuarios del espacio coworking, el 22% permanecen de 4 a 6 meses en el espacio y el 11% de los usuarios permanecen por el período de un mes. Adicionalmente a estos resultados, los gestores indicaron que el 41% del promedio de ocupación corresponde a espacios flexibles, mientras que el 59% de los espacios ocupados corresponden a espacios fijos.

Ilustración 16: Tiempo promedio de permanencia del usuario

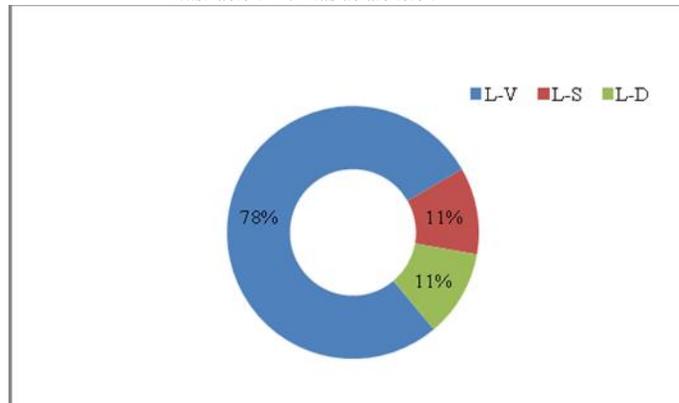


Fuente: elaboración propia

) Política de atención, Servicios ofrecidos:

El 78% de los espacios coworking de la ciudad de Buenos Aires ofrece atención entre los días lunes a viernes, el 11% de lunes a sábado y el 11% restante tiene un formato de atención de 24 horas los 7 días a la semana.

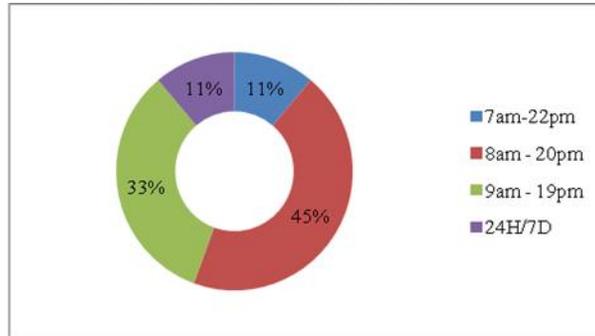
Ilustración 17: Días de atención



Fuente: elaboración propia

Los horarios de atención son diversos y dependen mucho de la zona en la que se encuentran ubicados y el público al que se atiende. Los horarios extendidos de 7am a 22pm y el formato 24 horas / 7 días abarcan el 11% de los espacios coworking cada uno, mientras que el 44% de gestores indican tener el horario de 8am a 20pm, con el 33% restante indicando tener un horario de 9am a 19pm.

Ilustración 18: Horarios de Atención

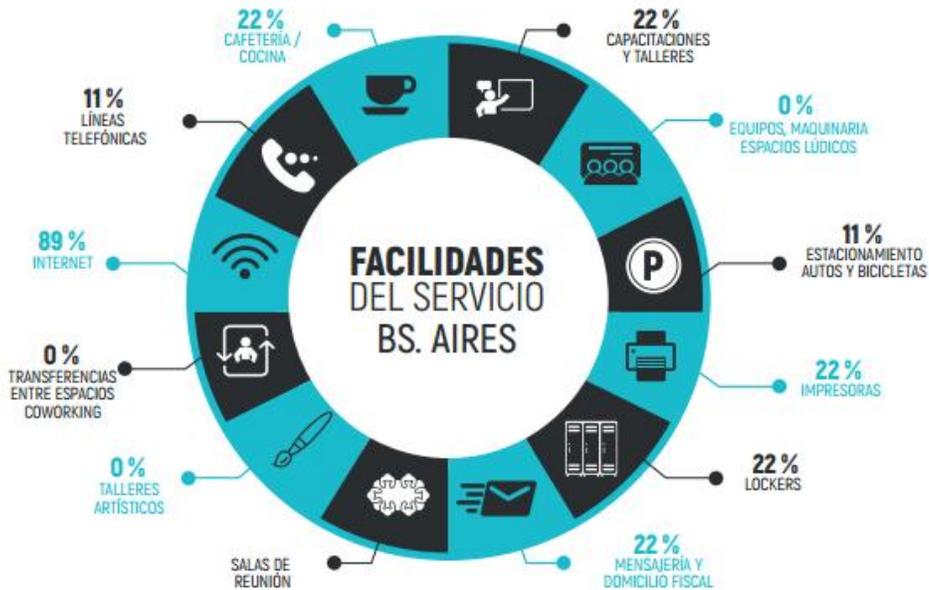


Fuente: elaboración propia

) Público y Precios:

Las facilidades y servicios que ofrecen los espacios coworking en la ciudad de Buenos Aires se encuentran descriptas en el siguiente gráfico.

Ilustración 19: Facilidades que ofrecen los espacios en Buenos Aires



Fuente: elaboración propia

El 100% de espacios coworking indican que realizan eventos, talleres o capacitaciones en sus instalaciones.

El 89% de los gestores de los espacios coworking indican que la difusión por medio de redes sociales es una gran herramienta a fin de llegar al usuario, acompañado además por el 79% que indica realizar promoción en sitios de internet, mientras que el 67% de los gestores indica que los coworkers llegan a sus espacios a través de referencias personales y/o profesionales.

La ciudad de Buenos Aires posee un gran porcentaje de los espacios coworking que son de origen privado, esta cifra asciende al 87% del total, también es importante indicar que el sector educativo está presente dentro de esta nueva tendencia aportando al 8% del total de espacios en la ciudad, y con una menor representación el 5% de espacios que son dependientes de alguna entidad estatal. De estos espacios, el 10% ofrecen sus servicios de forma gratuita, mientras que el 90% de los mismos lo hace de forma paga.

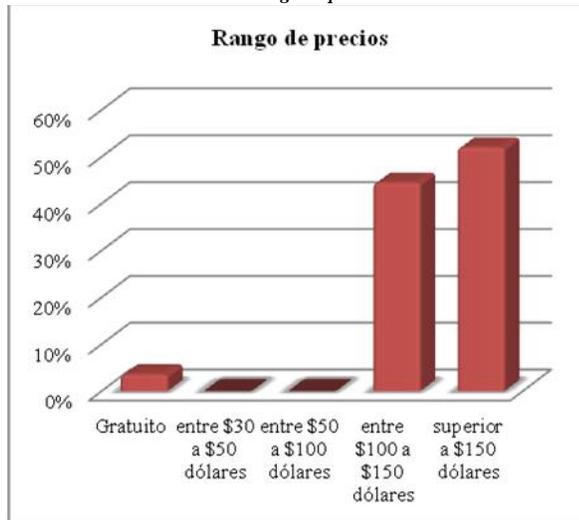
Ilustración 20: Origen oferta de servicios



Fuente: elaboración propia

El precio promedio mensual predominante se sitúa dentro de dos rangos: entre \$100 a \$150 dólares mensuales en un 44% de los espacios, y superior a \$150 dólares en el 52% restante. Los gestores indicaron también que pese a la cantidad de usuarios y al notorio crecimiento de este sector, los espacios de coworking no son por el momento un negocio rentable: el 66% de los encuestados indicaron que la gestión de espacios es algo rentable, frente a un importante 34% que indica que no es rentable o que solo cubre los gastos de operación.

Ilustración 21: Rango de precios

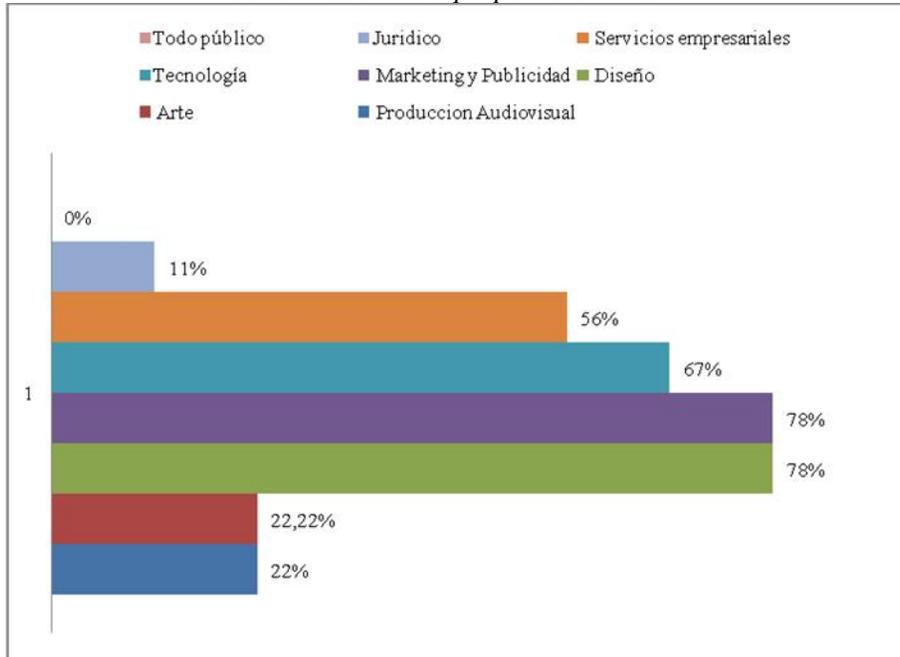


Fuente: elaboración propia

En los espacios encuestados predomina el usuario que escoge trabajar bajo un plan mensual, con una representación del 67% para este segmento; en segundo lugar se encuentran el 22% de los usuarios que realizan contratos por horas, y por último el 11% de coworkers prefiere un plan diario.

La edad promedio del coworker en la ciudad de Buenos Aires es de 29 años. Entre las varias profesiones recurrentes en los espacios coworking, los de mayor frecuencia -con 78%- corresponden a una preparación profesional como Diseñador, Marketing y Publicidad; el 67% se encuentran relacionados en el área de Desarrollo de Tecnología, seguidos del 56% correspondiente a los Servicios Empresariales y por ultimo con un 19% en promedio entre las áreas de Producción Visual, Artes y Jurídicas.

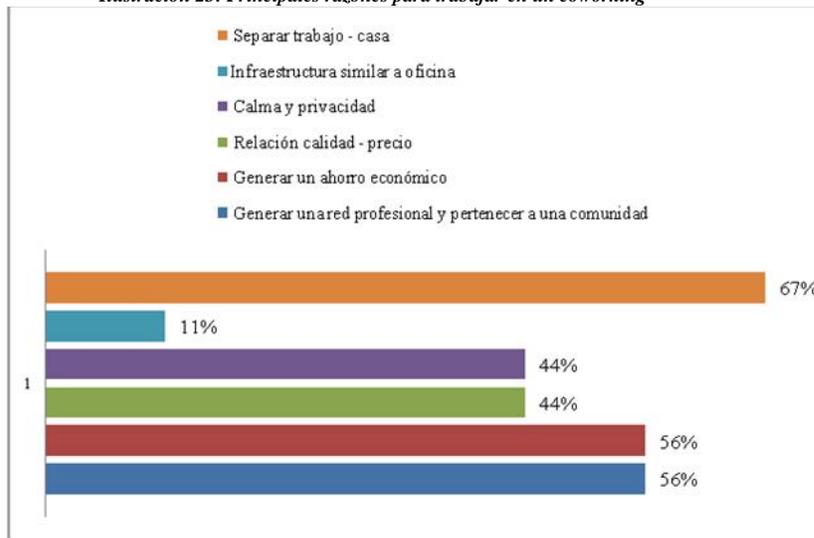
Ilustración 22: Público al que apunta en Buenos Aires



Fuente: elaboración propia

En este gráfico se detallan varias de las principales razones que, a criterio de los gestores, tienen los coworkers para escoger trabajar en un determinado espacio:

Ilustración 23: Principales razones para trabajar en un coworking



Fuente: elaboración propia

) Estado del coworking en Quito

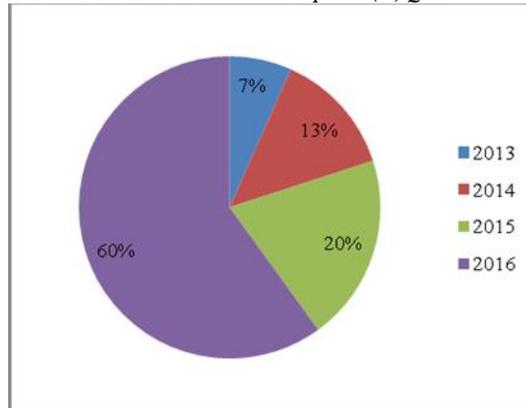
La ciudad de Quito, con una superficie de 372,39 km² y una población económicamente activa y con empleo de 830 mil personas en promedio, en los años 2015 y 2016, ha contribuido con el 26% de esta cantidad de población para las ramas de la economía que hacen relación al caso de estudio, como son los Servicios Empresariales y Servicios de esparcimiento, culturales y deportivos, según la información que refleja el Instituto Nacional de Estadística y Censos de Ecuador (INEC).

En la ciudad de Quito, al momento no existe ningún tipo de información oficial previa que emita algún dato cuantitativo acerca del entorno coworking, por lo cual la información que será utilizada en el presente trabajo de tesis es producto del relevamiento de datos realizado en el mes de junio del año 2017, según la encuesta aplicada a los espacios coworking, la cual arroja los siguientes resultados porcentuales:

) Ubicación:

De entre los participantes que voluntariamente respondieron la encuesta se puede identificar que el 7% de estos fueron creados en el año 2013, el 13% se fundaron en el 2014, el 20% indicaron haberse creado en el año 2015 y el 60% restante se creó durante los primeros meses del año 2016. La cantidad de espacios desde sus inicios en los años 2013-2014 hasta el momento se ha triplicado, indicando un notorio avance en el desarrollo de esta tendencia.

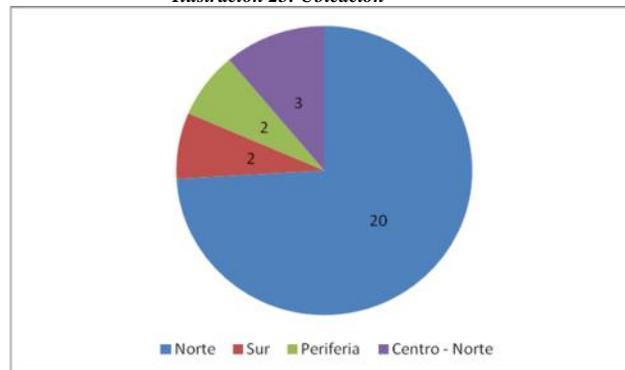
Ilustración 24: Años de creación de espacios (%) Quito



Fuente: elaboración propia

De los 27 espacios coworking ubicados en la ciudad de Quito, 20 de ellos que corresponden al 75% del total, se encuentran ubicados en el sector norte la ciudad y de forma específica en la zona de La Carolina, el 11% (3 espacios) se localizan en la zona centro-norte, el 7% (2 espacios) se ubican en las periferias como son el Valle de los Chillos y Cumbayá y otro 7% (2 espacios) de los espacios se ubican en el sector sur de la ciudad de Quito.

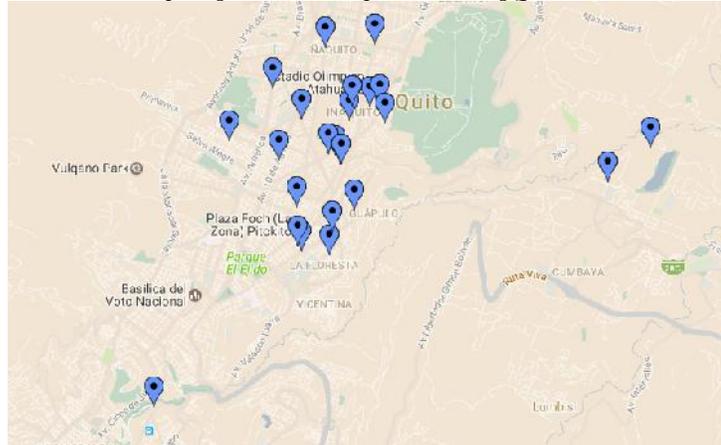
Ilustración 25: Ubicación



Fuente: elaboración propia

A continuación se presenta el mapa de geolocalización de los espacios coworking en la ciudad de Quito hasta el mes de junio del año 2017.

Ilustración 26: Mapa de geolocalización espacios coworking Quito-Ecuador



Fuente: elaboración propia

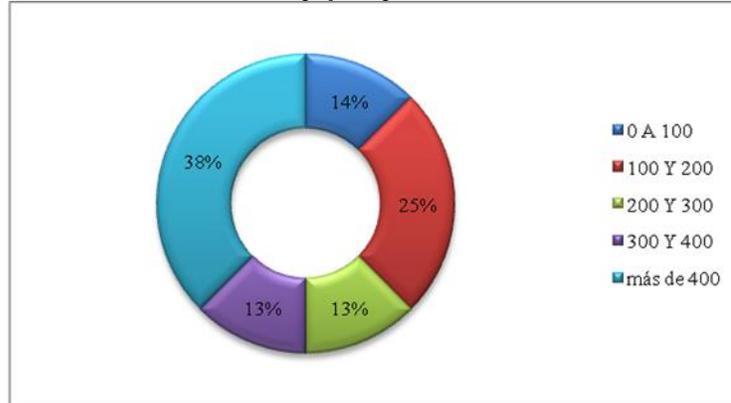
Siguiendo el link que se indica a continuación se puede acceder al mapa web de elaboración propia que incluye la ubicación de cada uno de los espacios, nombre del lugar, dirección, teléfono y un correo electrónico para contacto.

<https://es.batchgeo.com/map/b52d0e7a385f8678f5243c1aa08bed6f>

) **Capacidad:**

Entre los participantes de la encuesta, se reportan un promedio de 291 metros cuadrados por espacio coworking. Un 13% de los espacios dispone de menos de 100 metros cuadrados, 38% de los encuestados informan que sus espacios tienen un promedio de 200 y 300 metros cuadrados y el 50% aproximadamente son espacios con más de 400 metros cuadrados. Es decir los espacios coworking han realizado una gran inversión para garantizar al usuario que tiene el espacio suficiente para desarrollar sus actividades y proyectos.

Ilustración 27: Superficie Aproximada M2

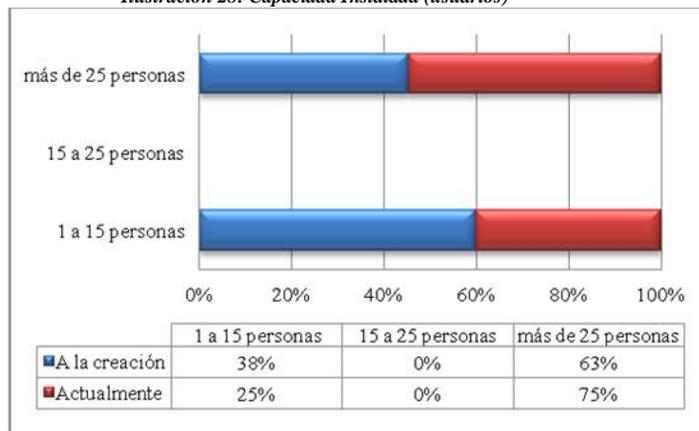


Fuente: elaboración propia

Los metrajes reportados para la encuesta comprenden espacios de escritorios compartidos, oficinas privadas, salas de reuniones, salas de capacitación y talleres, cocina y cafeterías y áreas lúdicas.

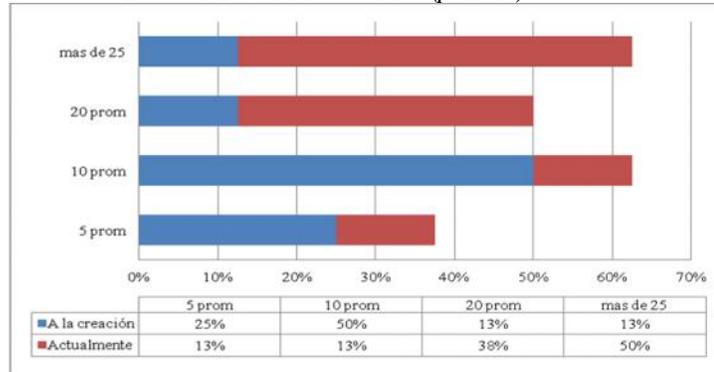
Desde su apertura hasta la fecha, los espacios han presentado un gran crecimiento y expansión. El 75% de ellos tiene capacidad para más de 25 usuarios, lo cual representa un crecimiento del 20% en comparación a la capacidad que tenían en su apertura. La cantidad de usuarios también se ha elevado de forma considerable, más del 100% en un promedio de 20 usuarios y 400% de crecimiento aproximado en un promedio de más de 25 usuarios.

Ilustración 28: Capacidad Instalada (usuarios)



Fuente: elaboración propia

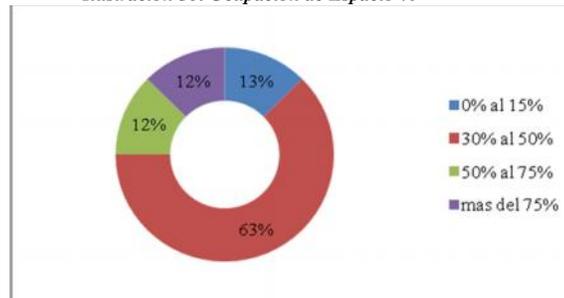
Ilustración 29: Cantidad de usuarios (promedio)



Fuente: elaboración propia

Actualmente el 75% de espacios se encuentran con una capacidad de ocupación entre el 30% y 50%, el 25% indica tener una rango de ocupación de entre el 50% y 100% y apenas el 13% de los espacios coworking indican un promedio de ocupación menor al 20%.

Ilustración 30: Ocupación de Espacio %



Fuente: elaboración propia

El 63% del promedio de ocupación corresponde a espacios flexibles, mientras que el 37% de los espacios ocupados corresponden a espacios fijos.

) Política de atención, Servicios ofrecidos:

El 60% de los espacios de la ciudad de Quito ofrece una atención de lunes a viernes, el 20% atiende entre los días lunes a sábado; de ellos el 88% de los espacios atiende desde las 8am hasta las 20pm en promedio y el 13% ofrece atención en horarios nocturnos; el 20%

restante de los encuestados ofrece atención hasta el día domingo, de los cuales en su totalidad brindan atención las 24 horas de forma ininterrumpida.



Fuente: elaboración propia

El siguiente gráfico resume las facilidades y servicios que ofrecen los espacios coworking en la ciudad de Quito.



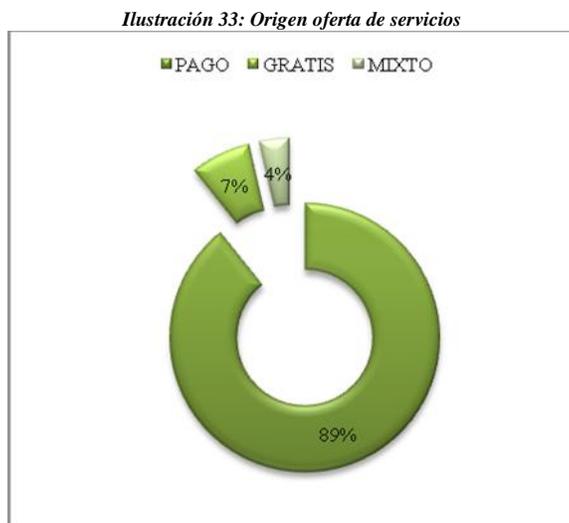
Fuente: elaboración propia

Según las respuestas brindadas por los encuestados el 100% de los espacios coworking realizan eventos, talleres o capacitaciones en sus instalaciones, los cuales son pagos o gratuitos dependiendo de la temática, expositor, cantidad de asistentes y demás que los gestores de espacios consideren.

El 88% de los gestores indicó que los espacios coworking son promocionados hacia el público por medio de redes sociales, seguido de un alto porcentaje de promoción en sus eventos y charlas (63%) y un restante 38% aplican publicidad online.

) **Público y Precios:**

En la ciudad de Quito el 14% de los espacios dependen de entidades educativas y/o estatales, por lo cual ofrecen sus servicios de forma gratuita (7%) o mixta (paga y gratuita, 4%), el 89% de espacios restante corresponde al sector privado, por lo cual el acceso al espacio coworking es pago.

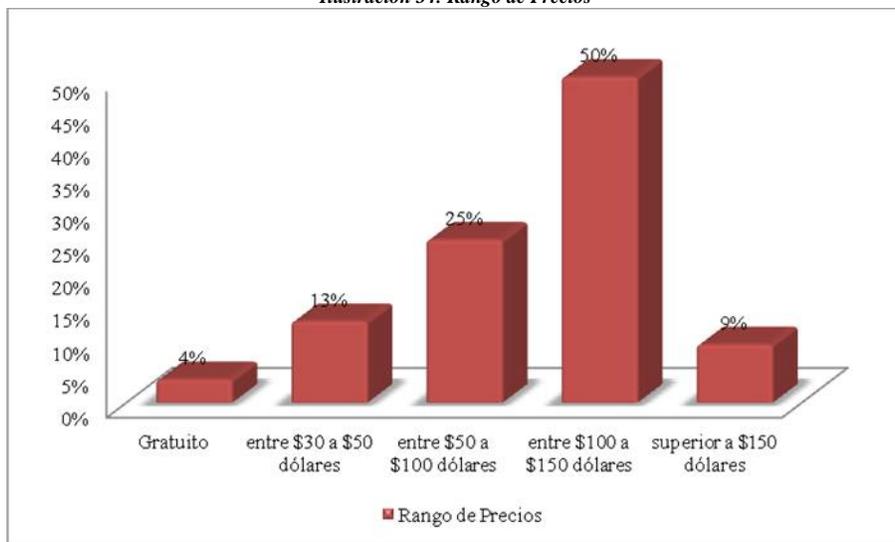


Fuente: elaboración propia

De entre los espacios que ofrecen sus servicios de forma mixta y paga, el 13% de ellos se encuentran entre un rango de precios mensuales de USD\$30 a USD\$ 50, el 25% oscila entre los USD\$ 50 y USD\$ 100, el 50% se ubica en el rango de USD\$ 100 a USD\$150 y el

9% restante se colocan en un rango superior a USD\$ 150. Sin entrar en profundidad en el tema, el cual sería propicio para una futura investigación, el 38% de los encuestados indicaron que la gestión de un espacio coworking no es rentable, y el 13% de ellos manifiestan que se encuentran en su punto de equilibrio; por otro lado el 49% evaluó la rentabilidad de su espacio como rentable o muy rentable.

Ilustración 34: Rango de Precios

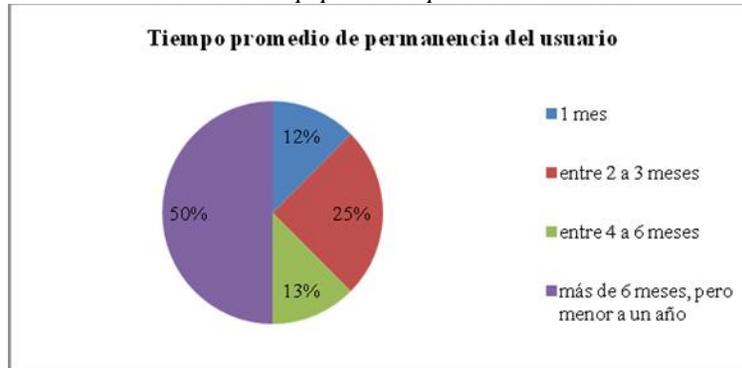


Fuente: elaboración propia

Según lo informado por los gestores participantes de la encuesta el 75% de los usuarios opta por el plan mensual que comprende desde 240 horas al mes hasta acceso 24/7 al espacio coworking, uso de espacios de reuniones y sociales, beneficios y descuentos en eventos organizados en el espacio. El 25% restante de los usuarios optan por la gran variedad de planes semanales y diarios que ofrecen los espacios.

Como es parte de la idea de esta tendencia laboral, la permanencia del usuario en los espacios coworking es muy rotativa, es por ello que el 13% de los gestores manifestaron que el tiempo promedio de permanencia de los coworkers es de 1 mes, el 25% indicó que el tiempo promedio es de 2 a 3 meses, el 13% de 4 a 6 meses, y el 50% permanecen en el espacio entre un tiempo los 6 y 12 meses.

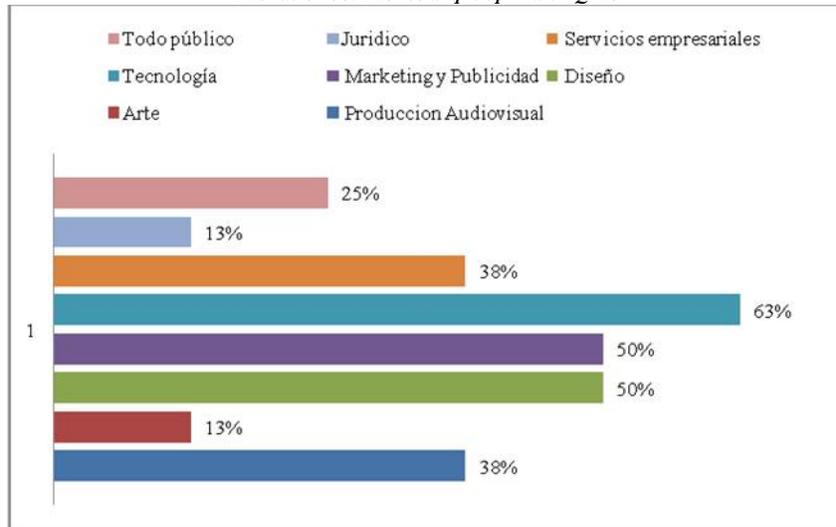
Ilustración 35: Tiempo promedio de permanencia del usuario



Fuente: elaboración propia

De entre la gran cantidad de usuarios que hacen uso de los servicios ofrecidos por los espacios coworking el rango promedio de edad se encuentra entre los 30 años. La mayor parte de profesionales pertenecen al área Audiovisual y Artística (Producción Audiovisual 38%, Diseño Grafico 51%, Marketing y Publicidad 50%), desarrollo de tecnología, software y programación con un 63% del total de coworkers, el área de Servicios empresariales con el 38% de usuarios y los Servicios Jurídicos y asesorías con el 13%.

Ilustración 36: Público al que apunta en Quito

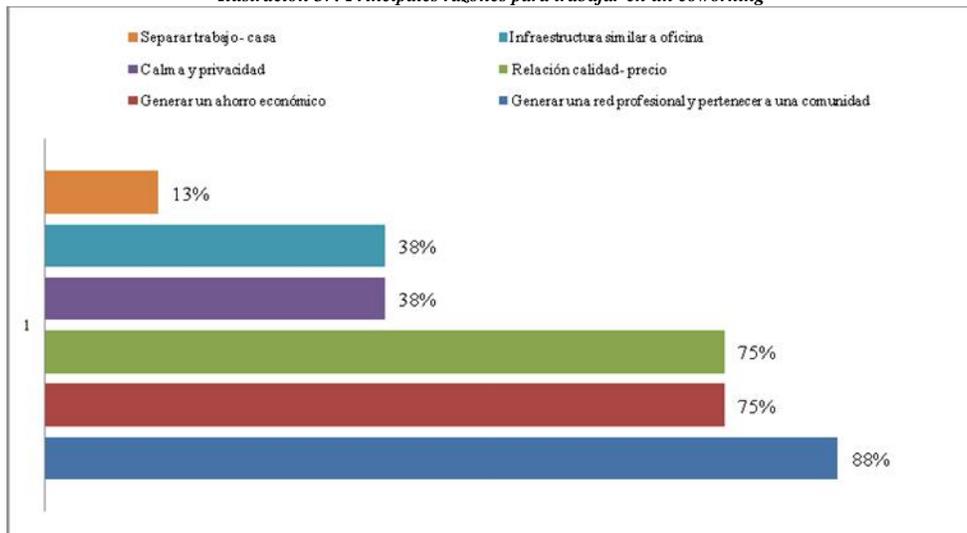


Fuente: elaboración propia

Según la percepción de los gestores, son varias las razones que tienen los coworker para elegir trabajar en un espacio coworking, estas son las principales:

Generar una red profesional y pertenecer a una comunidad	88%
Generar un ahorro económico	75%
Relación calidad – precio	75%
Calma y privacidad	38%
Infraestructura similar a oficina	38%
Separar trabajo – casa	13%

Ilustración 37: Principales razones para trabajar en un coworking



Fuente: elaboración propia

Tabla comparativa de los resultados antes expresados, tomando en base la encuesta aplicada en el mes de junio 2017.

AÑO 2017	BUENOS AIRES	QUITO
CANTIDAD DE ESPACIOS	38	27
FECHA CREACION		
2011	22%	0%
2012	0%	0%
2013	0%	7%
2014	11%	13%
2015	11%	20%
2016	56%	60%
UBICACIÓN		
Norte		74%
Sur		7%
Periferia		4%
Núñez	8%	
Palermo	33%	
Recoleta	5%	
Microcentro	15%	
Colegiales	5%	
Villa Crespo	5%	
Barracas	3%	
Abasto	3%	
Belgrano	13%	
Periferias	8%	
Retiro	3%	
ORIGEN DEL ESPACIO		
Depende de una entidad educativa	8%	4%
Depende de una entidad estatal	5%	11%
Privado	87%	86%
SUPERFICIE PROM.	278	291
SUPERFICIE POR RANGO DE METROS CUADRADOS		
0 A 100	33%	13%
100 Y 200	44%	25%
200 Y 300	0%	25%
300 Y 400	11%	13%
más de 400	11%	25%
CAPACIDAD INSTALADA (a la creación del espacio):		
1 a 15 personas	33%	38%

15 a 25 personas		11%	0%
más de 25 personas		56%	63%
USUARIOS PROMEDIO (a la creación del espacio):			
5 promedio		11%	25%
10 promedio		44%	50%
20 promedio		22%	13%
más de 25		22%	13%
CAPACIDAD INSTALADA (actualmente):			
1 a 15 personas		11%	25%
15 a 25 personas		11%	0%
más de 25 personas		78%	75%
USUARIOS PROMEDIO (actualmente):			
5 promedio		11%	13%
10 promedio		11%	13%
20 promedio		33%	38%
más de 25		44%	50%
OCUPACIÓN DEL ESPACIO:			
0% al 15%		0%	13%
30% al 50%		33%	63%
50% al 75%		44%	13%
más del 75%		11%	13%
Espacios Fijos (promedio)		59%	37%
Espacios Flexibles (promedio)		41%	63%
DÍAS Y HORARIOS DE ATENCIÓN			
Lunes a Viernes		78%	60%
Lunes a Sábado		11%	20%
Lunes a Domingo		11%	20%
7am - 22pm		11%	
8am - 18pm			88%
8am - 20pm		44%	13%
9am - 19pm		33%	
24H/7D		11%	100%
FACILIDADES QUE OFRECE EL ESPACIO			
Cafetería / cocina		22%	63%
Capacitaciones - Talleres		22%	75%
Equipos / Maquinaria especializada		0%	13%
Espacios lúdicos		0%	50%
Estacionamiento de autos y bicicletas		11%	75%
Impresoras		22%	63%

Líneas telefónicas		11%	50%
Lockers		22%	88%
Mensajería y domicilio fiscal		22%	50%
Mensajería y domicilio fiscal		22%	50%
Salas de reunión		11%	100%
Talleres artísticos		0%	50%
Transferencia entre espacios coworking		0%	38%
Internet		89%	100%
SEGÚN SU COSTO			
Pago		90%	89%
Gratis		10%	7%
Mixto		0%	4%
RANGO DE PRECIO ESTÁNDAR MENSUAL:			
Gratuito		4%	4%
entre \$30 a \$50 dólares		0%	4%
entre \$50 a \$100 dólares		0%	25%
entre \$100 a \$150 dólares		44%	50%
superior a \$150 dólares		52%	18%
CRITERIO A CERCA DE RENTABILIDAD:			
No es rentable		22%	38%
Solo se cubren gastos		11%	13%
Algo rentable		67%	38%
Muy rentable		0%	13%
TIPO DE PLAN MÁS ELEGIDO:			
Horas		22%	13%
Diario		11%	13%
Mensual		67%	75%
TIEMPO PROMEDIO DE PERMANENCIA DEL USUARIO			
1 mes		11%	13%
entre 2 a 3 meses		0%	25%
entre 4 a 6 meses		22%	13%
más de 6 meses		67%	50%
EDAD PROMEDIO DEL COWORKER			
		29,56	30,75
PÚBLICO AL QUE APUNTA			
Producción Audiovisual		22%	38%
Arte		22%	13%
Diseño		78%	50%
Marketing y Publicidad		78%	50%
Tecnología		67%	63%
Servicios empresariales		56%	38%

Jurídico		11%	13%
Todo público		0%	25%
PROFESION RECURRENTE:			
Programadores		27%	18%
Tecnología		9%	24%
Emprendedores		18%	12%
Diseñadores		18%	18%
Servicios empresariales		9%	6%
Marketing y Publicidad		18%	12%
Comunicación		0%	12%
PRINCIPALES RAZONES PARA ELEGIR TRABAJAR EN UN ESPACIO COWORKING:			
Generar una red profesional y pertenecer a una comunidad		56%	88%
Generar un ahorro económico		56%	75%
Relación calidad - precio		44%	75%
Calma y privacidad		44%	38%
Infraestructura similar a oficina		11%	38%
Separar trabajo - casa		67%	13%
¿CÓMO LLEGA EL COWORKER AL ESPACIO?			
Referencia de amigos / profesional		67%	88%
Por referencia en redes sociales		89%	63%
Búsqueda en internet		78%	50%
Transferencia entre espacios coworking		0%	13%
FORMA DE PROMOCIÓN:			
Redes Sociales		100%	88%
Difusión en eventos		13%	50%
Publicidad On-line		38%	38%
Charlas semanales gratuitas		0%	13%
PERSONAS QUE TRABAJAN EN EL ESPACIO (promedio):		6	3

Fuente: elaboración propia

Ver ANEXO2: Infografía “Coworking en la ciudad de Buenos Aires 2017”.

Ver ANEXO3: Infografía “Coworking en la ciudad de Quito 2017”.

5. Conclusiones:

Los resultados obtenidos, en función de la información de campo que se ha relevado, permiten arribar a las siguientes conclusiones de acuerdo al objeto de estudio y objetivos oportunamente formulados para el desarrollo de la presente investigación.

En términos generales, se puede afirmar que los espacios de coworking, en el ámbito de alcance de la investigación en el período de tiempo que se ha considerado, (se recuerda: las ciudades de Buenos Aires, en Argentina; y de Quito, en Ecuador) han registrado un fuerte crecimiento en cantidad, operaciones y capacidad de permanencia, considerándose como opción viable de modelo de negocio. Estos espacios se muestran a día hoy en un claro proceso de consolidación, con fuerte potencial de crecimiento y desarrollo. Los rasgos distintivos que fomentan tal potencial (por caso, lo colaborativo, lo flexible en cuanto a ritmos de trabajo, lo enriquecedor de sus flujos de información interdisciplinarios, lo certero respecto a estructuras de costos de operación) son cuestiones muy valoradas por los participantes de los distintos espacios que fueron analizados. Por su parte, el perfil de los participantes (jóvenes, emprendedores) permite pronosticar la existencia de condiciones necesarias que hagan posible a futuro una aceleración en toda la dinámica de crecimiento y desarrollo.

En concreto, el potencial que puede percibirse que tienen los espacios de coworking puede analizarse desde tres tipos de perspectivas, o en realidad haciendo foco en tres tipos de cuestiones que a ellos atañen y que se han revelado en el análisis llevado a cabo. A saber: 1) Presencia mayoritaria de *millennials*, 2) Balance entre el ámbito profesional y desarrollo personal: incremento de *home-working* y *freelancer*, y 3) Preferencia hacia el trabajo colaborativo y creación de comunidad. A continuación, se concluye con algún detalle sobre cada una de estas cuestiones.

5.1 Presencia mayoritaria de Millenials

En los espacios coworking en las ciudades de Buenos Aires y Quito existe una presencia predominante de usuarios en un rango etario de 20 a 35 años, quienes por sus características pueden ser considerados como *nativos digitales*. Tienen como rasgos en común el presentarse como un grupo muy activo de fuerte presencia en redes sociales, quienes se destacan por su afinidad hacia profesiones relacionadas con la tecnología, las distintas esferas de la comunicación y los emprendimientos creativos e innovadores.

La flexibilidad horaria, la movilidad, el reconocimiento del valor del tiempo, el desarrollo de habilidades *multi-tasking* y la mejora de la calidad de vida en el trabajo hacen de este grupo –y dado el perfil requerido por la lógica coworking- el ideal para ser el impulsor del crecimiento y desarrollo de la actividad. El que exista coincidencia entre los intereses con que se identifica al grupo de los millenials y las características que los espacios de coworking ofrecen, en cuanto a dinámicas de trabajo, permite estimar desde la perspectiva de pensar quienes son mayoritariamente sus integrantes/participantes, buenas perspectivas de crecimiento y desarrollo para estos últimos.

5.2 Balance entre el ámbito profesional y desarrollo personal:

La mencionada presencia predominante de millenials como el grupo etario predominante entre los espacios coworking puede explicar la tendencia –durante los años considerados por el estudio- hacia un crecimiento en cuanto a emprendimientos e innovaciones que se viene registrando en los mismos; y junto a ello la decisión de los integrantes/participantes de insertarse en un modelo laboral que permite obtener un balance entre los ámbitos profesional y de desarrollo personal de cada uno de ellos.

En base a los resultados obtenidos se concluye que la mayor parte de los usuarios de los espacios coworking de las ciudades de Buenos Aires y Quito, que son emprendedores, innovadores y FreeLancer, se ven atraídos por la flexibilidad horaria, accesibilidad y

ubicación que ofrecen estos espacios, además de por la libertad en el desarrollo de sus ideas y la combinación de un ambiente laboral personalizado, con el importante valor agregado que supone la oportunidad de profesionalizar sus actividades.

Por otro lado, y concluyendo sobre cuestiones bien prácticas, el enrolarse en un espacio coworking para el desarrollo de sus actividades profesionales permite que el coworker perciba claramente tanto una reducción en sus costos operativos como una mejor distribución de su tiempo.

Además, analizando lo dicho hasta este punto, se desprende que respecto del crecimiento registrado en los espacios coworking, éste se mostró en un ritmo más acelerado en los años considerados 2015 y 2016, atenuando tal crecimiento en los últimos meses de los que se obtuvieron mediciones, justo en el momento anterior al de “corte de datos” y cierre de la escritura del presente trabajo de investigación. Sin embargo, si bien se hace mención de esta desaceleración percibida, sobre la misma nada puede concluirse dado que no deja de ser insuficiente el tiempo transcurrido desde que se produjo. En otros términos, recién a futuro podrá medirse y analizarse que exista o no una desaceleración o un cambio de sentido en el crecimiento registrado por los espacios coworking (claro está, siempre considerando el ámbito de estudio limitado a las ciudades de Buenos Aires y Quito).

5.3 Preferencia hacia el trabajo colaborativo y creación de comunidad

La tendencia que en los tiempos actuales se registra hacia las distintas formas de una economía de la colaboración ha contribuido a incrementar el potencial colaborativo a nivel profesional, y de allí a fortalecer la permanencia de los coworker en los espacios coworking. La creación de comunidades a través de eventos inclusivos, la promoción de alianzas estratégicas que permiten la difusión y un continuo plan de capacitación e instrucción

especifica han permitido que el trabajo colaborativo se fortalezca, facilitando de ese modo el desarrollo de ideas y trabajos en cooperación.

En la oportunidad de realizar los trabajos de campo en busca de la información necesaria para el presente estudio, tanto en Buenos Aires como en Quito fue habitual escuchar en los distintos espacios coworking la utilización de términos de fuerte contenido identitario con la actividad que se estaba investigando y entre los miembros de la comunidad que la compone. Así, conceptos como conexión, sinergia, desarrollo, conocimiento, aprovechamiento del tiempo, enfoque interdisciplinario, recursos compartidos, esfuerzo conjunto son utilizados en el día a día de las relaciones entre los coworkers de las más variadas disciplinas. Independientemente de la obvias distinciones que existan en la naturaleza y el perfil de las disciplinas que se dan en un espacio coworking, de los proyectos que en ellos se incuban, generan y desarrollan, y del tipo de liderazgo que desempeñen los profesionales a cargo de impulsarlos, puede concluirse que la propia lógica coworking genera, estimula y retroalimenta las conductas y el “know-how” necesario para enriquecer el propio espacio y para que cada actor participante pueda realizar sus aportes, obteniendo a cambio los “beneficios del pertenecer” a la comunidad (aporta su cuota de esfuerzo a la comunidad y recibe a cambio, como compensación por ello, los beneficios de formar parte de ella). En otras palabras, el coworker aporta a la comunidad, enriqueciéndola y promoviendo su desarrollo; y la comunidad le retribuye con los beneficios de ser parte del esfuerzo conjunto, lo que le da al coworker nuevas fuerzas y nuevas ideas para seguir enriqueciéndola, en un círculo que, de este modo y cuando las condiciones se dan, se transforma rápidamente en un *círculo virtuoso* del que tanto el espacio coworking como todos los coworkers que lo integran resultan beneficiados.

A modo de líneas finales en este apartado sobre conclusiones, y en virtud de lo que surge como resultado de la investigación que se ha realizado, es opinión de la autora el que los espacios coworking tendrán a futuro un consolidado crecimiento, tanto en su estructura como en la cantidad de usuarios que los utilizan, consolidándose además como un espacio laboral que logre combinar los beneficios de una economía de colaboración con la viabilidad en tanto proyectos económicos rentables de los distintos emprendimientos que en ellos se promuevan. Se estima en este sentido que los espacios coworking transmutarán a mediano plazo a una red integrada de negocios y conocimiento, cobijo e impulso de emprendimientos sustentados en una serie de valores que en ellos ya se perciben como presentes, tal los casos de los conceptos de colaboración, competitividad, innovación, sociabilización, experiencias compartidas, efectos sinérgicos, redes de contacto locales e internacionales, etc.

Por el alcance dado al presente estudio no fue posible analizar la relación de espacios identificados en las zonas geográficas objeto de estudio (Buenos Aires y Quito) con redes existentes en otros ámbitos, así como tampoco investigar en profundidad diversos factores de impacto evidente sobre el funcionamiento de los mismos (por caso, tratamientos impositivos, estructuras de coworking de índole internacional, regímenes laborales aplicables, marcos normativos de acuerdo de colaboración, etc.); para todo lo cual bien puede considerarse el presente trabajo de investigación -que aquí concluye- como punto de partida de nuevos estudios sobre la temática que se supo abordar.

Bibliografía

- Alegre, J. (15 de 12 de 2014). *Economistas frente a la crisis*. Obtenido de <http://economistasfrentealacrisis.com/que-es-la-economia-colaborativa/>
- Barrio, Ana; Directora de Innovación de Nielsen Iberia. (29 de 09 de 2016). <http://www.nielsen.com>. Obtenido de <http://www.nielsen.com/es/es/insights/news/2016/de-la-economia-a-la-innovacion-colaborativa.html>
- Cañigual, A. (07 de 2014). *Consumo Colaborativo*. Obtenido de <http://www.leanersmagazine.com>: <http://www.leanersmagazine.com/docs/publicaciones/05-sharing-value/consumo-colaborativo.pdf>
- Cañigual, A. (2014). Los retos de la economía colaborativa. *Dossieres EsF*, 22-23.
- Chirinos, N. (2009). Características generacionales y los valores. Su impacto en lo laboral. *Observatorio Laboral Revista Venezolana*, 133-153.
- Coworking Spain. (01 de 2014). *Coworkingspain*. Obtenido de <http://coworkingspain.es/magazine/noticias/tipos-de-centros-coworking-tu-de-cuales>
- Deskmag. (6 de 12 de 2016). *www.deskmag.com*. Obtenido de <https://dl.dropboxusercontent.com/u/64387613/Coworking%20Survey%20Results/2017%20GCS%20-%20Coworking%20Forecast.pdf>
- Foertsch, C. (13 de 01 de 2013). *The Coworker's Profile, Global Coworking Survey*. Obtenido de <http://www.deskmag.com>: <http://www.deskmag.com/en/the-coworkers-global-coworking-survey-168>

- Foertsch, C. (6 de 12 de 2016). *http://www.slideshare.net*. Obtenido de First results of the 2017 Global Coworking Survey: <http://www.slideshare.net/carstenfoertsch/the-first-results-of-the-2017-global-coworking-survey/2>
- Foertsch, C. (25 de 01 de 2017). *Deskmag*. Obtenido de <http://www.deskmag.com/en/the-complete-2017-coworking-forecast-more-than-one-million-people-work-from-14000-coworking-spaces-s>
- Foertsch, C., & Cagnol, R. (02 de 09 de 2013). *Deskmag*. Obtenido de <http://www.deskmag.com/en/the-history-of-coworking-spaces-in-a-timeline>
- González, R. S. (2011). La incorporación de la Generación Y al mercado laboral. Buenos Aires: Universidad de Palermo.
- Kouhou, K. (°588). Hokkaido Oficina de Economía, Comercio y industria. *Folleto de la Asociación para el Desarrollo de Hokkaido*, 13.
- Melamed, A. (2010). *Empresas + humanas. Mejores personas, mejores empresas*. Buenos Aires: Editorial Planeta.
- Prieto, A. (2011). Cuando compartir es ganar. *Emprendedores*(168), 48-51. Obtenido de <http://www.emprendedores.es/gestion/coworking/coworking-1>
- Rojas Crotte, I. R. (2011). Elementos para el diseño de técnicas de investigación: una propuesta de definiciones y procedimientos en la investigación científica. *Tiempo de Educar*, 277-297.
- Román, J. C. (2014). Elementos esenciales del contrato de coworking. *Actualidad civil, ISSN 0213-7100*(12).
- Satani, K., Nakaya, K., Fujiki, Y., & . (2012). *Tsunagari no Shigoto-jutsu*. Yosensha Publishing Co. Ltd.
- Spinuzzi, C. (2012). Working alone together: Coworking as emergent collaborative activity. *Journal of Business and Technical Communication*, 400-441.

Tapscott, D. (2009). En *Grown Up Digital - How the Net Generation is changing your world* (págs. Cap. 3, 73-96). Mc Graw Hill.

Terceros, Iván. (06 de 07 de 2016). *www.medialabuio.org*. Obtenido de <http://www.medialabuio.org/node/33>

Valor, C. (2014). Economía en Colaboración. *Dossieres EsF*, 4-5.

Walsh, Bryan. (17 de marzo de 2011). *10 Ideas That Will Change the World*. Obtenido de [time.com:
http://content.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2059521_2059717_2059710,00.html](http://content.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2059521_2059717_2059710,00.html)

6. Anexos

) Anexo 1: Formato de encuesta aplicada

ENCUESTA 2017 - Coworking en Buenos Aires

*Obligatorio

Dirección de correo electrónico *

Tu dirección de correo electrónico

Nombre espacio: *

Tu respuesta

Fecha de Creación *

En caso de no recordar la fecha exacta, colocar solo el primer día el mes, Ej. 01/09/2016

Fecha

dd/mm/aaaa

Superficie aproximada (m2)

Tu respuesta

El espacio coworking es: *

- Pago
- Gratuito
- Pago y Gratuito

Días de atención: *

- Lunes
- Martes
- Miércoles
- Jueves
- Viernes
- Sábado
- Domingo

Horario de apertura: *

Horario de cierre: *

Hora

En que sector/barrio de la ciudad se encuentra el espacio? *

Tu respuesta

Su espacio de coworking es: *

- Privado
- Depende de una empresa
- Depende de una entidad estatal
- Depende de una entidad educativa
- Depende de una ONG

**¿Cuántos usuarios pueden utilizar el espacio al mismo tiempo?
(al momento de su creación) ***

- 1 a 15 personas
- 15 a 25 personas
- más de 25 personas

Cómo promociona el espacio? *

- Redes Sociales
- Publicidad On line
- Publicidad en medios
- Difusión en eventos
- Otros: _____

**En qué rangos de precios se ubica un espacio standar mensual?
(Expresado en Dólares)**

- Gratuito
- entre \$30 a \$50 dólares
- entre \$50 a \$100 dólares
- entre \$100 a \$150 dólares
- entre \$150 a \$250 dólares
- más de \$250 dólares

Cómo evalúa la rentabilidad de su espacio? *

- No es rentable
- Solo se cubren gastos
- Algo rentable
- Muy rentable

**Cuántas personas trabajan en el espacio coworking?
(empleados, colaboradores) ***

Tu respuesta _____

Qué facilidades ofrece el espacio? *

- Internet
- Computadores
- Líneas telefónicas
- Impresoras
- Lockers
- Cafetería
- Cocina
- Mensajería y domicilio fiscal
- Estacionamiento de autos y bicicletas
- Salas de reunión
- Auditorios
- Talleres artísticos
- Espacios lúdicos
- Equipos / Maquinaria especializada
- Acceso a Software especializado
- Transferencia entre espacios coworking
- Capacitaciones - Talleres

El espacio hace eventos o capacitaciones?

- Sí
- No

COWORKER

Tipo de público al que apunta (por área) *

- Tecnología
- Diseño
- Marketing y Publicidad
- Servicios empresariales
- Produccion Audiovisual
- Arte
- Otra...

Edad promedio de sus coworkers *

Texto de respuesta breve

Edad promedio de sus coworkers *

Texto de respuesta breve

Profesión recurrente de los coworkers *

Texto de respuesta breve

Razones principales para elegir trabajar en un espacio coworking *

- Infraestructura similar a oficina
- Calma y privacidad
- Interacción y Trabajo en equipo
- Relación calidad - precio
- Flexibilidad horaria
- Generar un ahorro económico
- Generar una red profesional y pertenecer a una comunidad
- Separar trabajo - casa

Cómo llega el coworker a tu espacio? *

- Referencia de amigos / profesional
- Por referencia en redes sociales
- Búsqueda en internet
- Transferencia entre espacio coworking
- Otra...

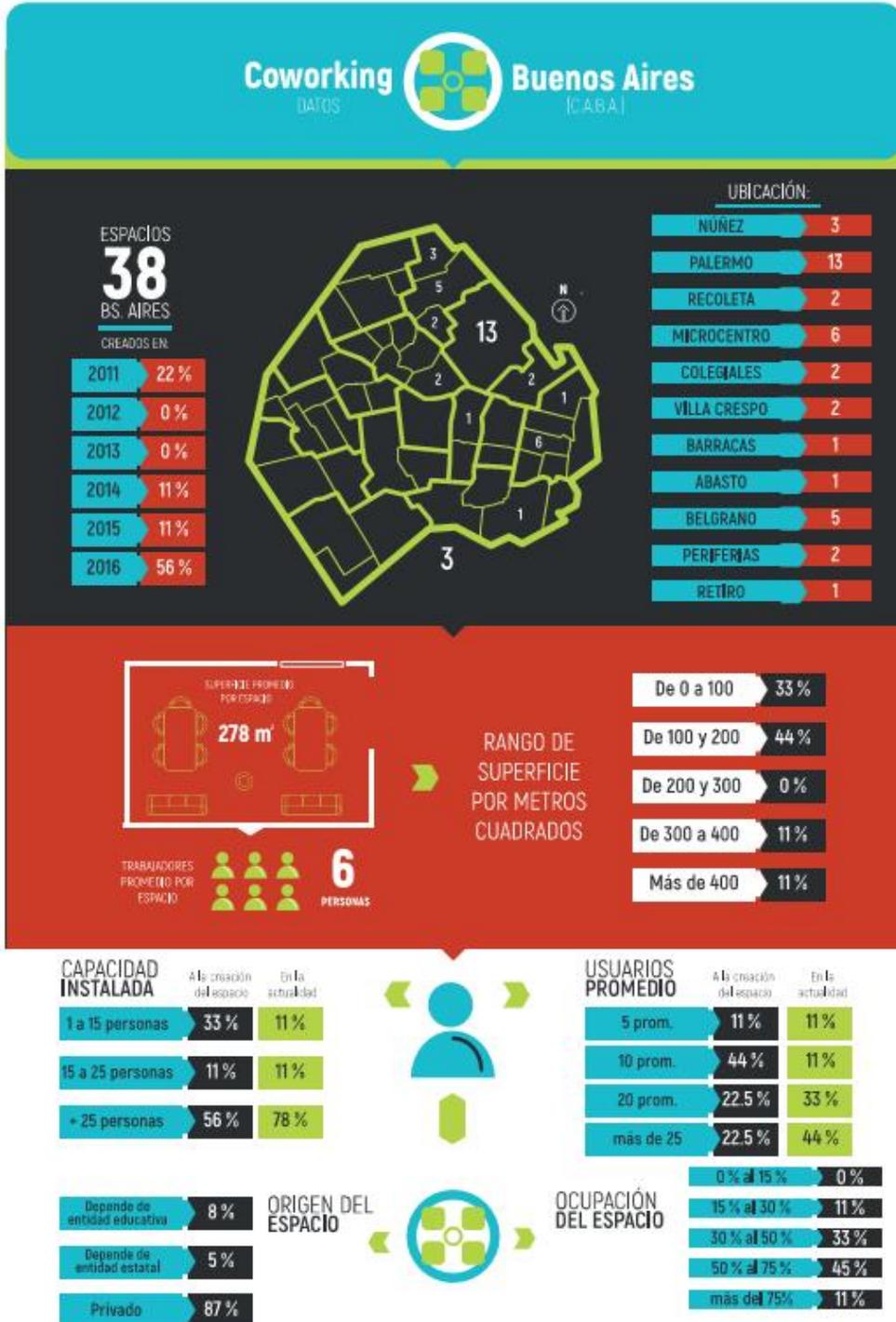
De los planes que ofrece tu espacio, cuál es el más elegido? *

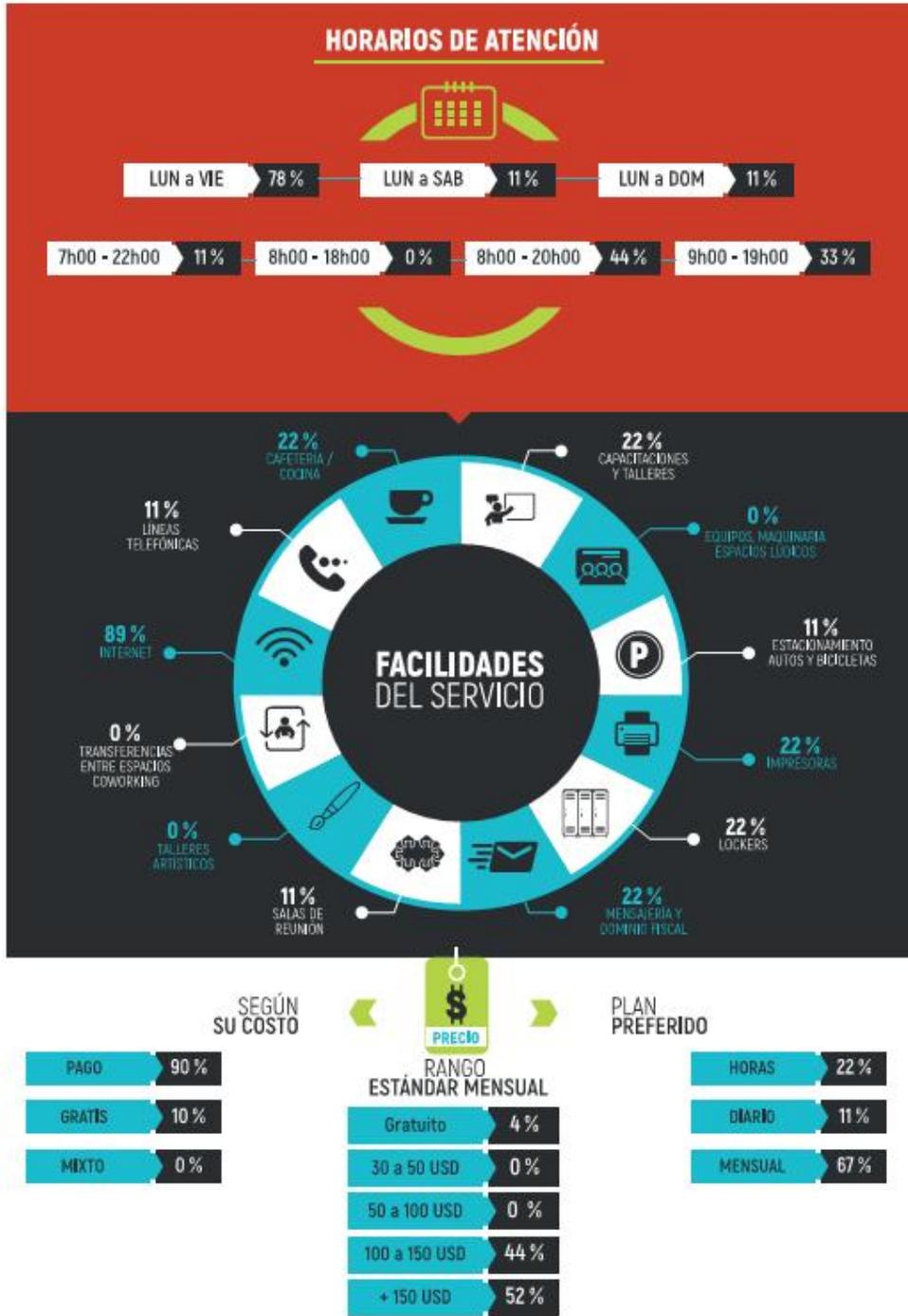
- Horas
- Diario
- Mensual

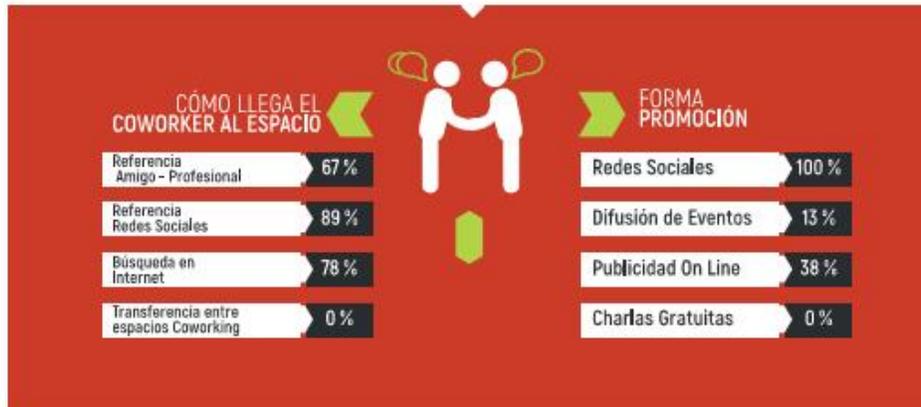
Cuál es el tiempo promedio de prestación del servicio al coworker? *

- 1 mes
- entre 2 a 3 meses
- entre 4 a 6 meses
- más de 6 meses

) Anexo2: Infografía “Coworking en la ciudad de Buenos Aires 2017”.







) Anexo3: Infografía “Coworking en la ciudad de Quito 2017”.

