



Universidad de San Andrés

Departamento de Ciencias Sociales

Licenciatura en Comunicación

**El Coworking en Argentina: Un nuevo modo de trabajo
colaborativo**

Autor: Greta Gawianski

Legajo:25103

Mentor: Roberto Dvoskin

Buenos Aires, 2017

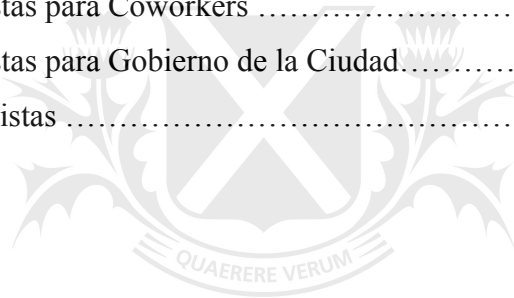


Universidad de
San Andrés

Índice

0) Resumen ejecutivo	4
1) Introducción	5
1.1) Objetivo del trabajo y preguntas de investigación	7
1.2) Tipo de investigación	8
1.3) Justificación	9
2) Marco conceptual	9
2.1) ¿De qué hablamos cuando hablamos de “Coworking”?	10
2.2) Un poco de historia... ..	12
2.3) Antecedentes: Investigaciones realizadas sobre coworking	18
2.3.1) Merkel (2015): “Coworking in the city”	18
2.3.2) Rus y Orel (2015): “Coworking: a community of work”	19
2.3.3) Spinuzzi (2012): “Working alone together as emergent collaborative activity”	20
2.4) “Comunidad” o “Comunidad de Trabajo”	24
2.5) Proyecciones: hacia un coworking corporativo	27
2.6) Las formas del capital, Pierre Bourdieu	28
2.7) Segmentación de mercado	30
3) Diseño de Investigación	32
3.1) Encuestas	32
3.2) Participantes	32
4) Resultados	34
4.1) Por qué se elige trabajar en un espacio de coworking	34
4.1.1) Formas de Capital de Bourdieu en espacios de coworking	43
4.1.2) Comunidad de trabajo en los casos estudiados	45
4.2) Aspectos mínimos que debe tener un espacio para ser un “Coworking”	50
4.3) El Mercado de Coworking	52
4.3.1) Quién consume coworking	52

4.3.2) Segmentos de coworkers	54
4.4) Configuración en términos de Spinuzzi	56
5) Conclusión	60
5.1) Consideraciones finales	61
6) Referencias Bibliográficas	63
7) Anexos	65
7.1) Tabla comparativa de resultados “Porqué se elige trabajar en un espacio de coworking?” ..	65
7.2) Guía de Entrevistas	66
7.2.1) Guía de entrevistas para Propietarios de espacios de coworking	66
7.2.2) Guía de entrevistas para Coworkers	67
7.2.3) Guía de entrevistas para Gobierno de la Ciudad.....	70
7.3) Transcripción de entrevistas	72



Universidad de
San Andrés

0. Resumen Ejecutivo

En el presente trabajo de graduación se buscará dar luz sobre el concepto de Espacios de Coworking en Buenos Aires, Argentina. Se trata de un fenómeno totalmente disruptivo en lo que respecta a los espacios de trabajo que ha tomado cada vez más fuerza en los últimos años. Su potencial de crecimiento indica que se trata de una tendencia que llegó para quedarse y seguir evolucionando.

A fines prácticos, se decidió centrar el objetivo de esta investigación en primer lugar en indagar sobre las motivaciones que llevan a los “coworkers” a elegir alquilar sus oficinas en estos espacios. En segundo lugar, en encontrar una posible “definición mínima” para identificar a los espacios de coworking de las oficinas tradicionales. En tercer y último lugar, en identificar posibles segmentos de consumidores de Coworking.

Con este propósito, se utilizó como metodología entrevistas en profundidad, realizadas a dueños y coworkers de cinco espacios de coworking con sede en la Ciudad de Buenos Aires: HIT Cowork, La Maquinita, Urban Station, Area Tres y el Centro Metropolitano de Diseño (CMD).

Como resultado se encontró, en primer lugar, que los motivos para elegir trabajar en un espacio de coworking son muy variados, y abarcan desde las necesidades y comodidades físicas del espacio hasta beneficios por la socialización que se verifica dentro de estos. En segundo lugar, se identificaron como aspectos mínimos que un espacio de coworking debe contar con una modalidad de contratación flexible y/o poseer una “comunidad” entre sus integrantes. En tercer lugar, se encontraron tres posibles segmentos de consumidores: Emprendedores y Startups, Freelancers y autónomos, y Grandes empresas o PyMEs.

Palabras clave: Coworking, Espacios de Coworking, Segmentación de Mercado, Emprendedores, Freelancers, Empresas, Oficinas, Oficinas Temporales, Tendencias, Futuro del Trabajo.

1.Introducción

“Creo que lo que los une (a los que eligen trabajar en un espacio de coworking) es que buscan algo más allá de la sola oficina estática: buscan aprovechar la energía, las pilas, la buena onda profesional, que al final del día, por lo menos los que toman las decisiones de venir acá entienden que hay 24 horas de un día. De esas 24 horas dormís 6, 8, 10 horas, y te deja el resto de las horas que vos estás despierta, y pasas la gran mayoría de esas horas trabajando, no con tus amigos, no bailando: trabajando. Porque la vida es así,

¿Qué peor cosa puede haber que despertarte cada día y decir “*la #%\$ madre, tengo que ir a la oficina*”? Este proyecto nació así. Porque yo por varios años me despertaba y decía eso. “*Uff, mañana es lunes, hoy es domingo*” y ya me empezaba a deprimir porque al día siguiente tenía que ir a la oficina, a un lugar que no me inspiraba, lleno de gente que iban por la vida medios muertos.

Y dije un día: la vida no puede ser así. No me puedo imaginar que por 30 o 40 años más de lunes a viernes esa va a ser mi existencia. Para eso me ahorro ahora. Quise crear el lugar opuesto a eso. Que el domingo diga “*qué bueno, ¡mañana es lunes! ¡Me encantan los lunes!*” Porque voy a un lugar que me copa, pero más allá del lugar, me copa la energía, la vibra, la gente que está ahí”.

Martin Frankel, Fundador de AreaTres

El mundo del trabajo está cambiando. La llegada de la generación *millennial* a la fuerza laboral está transformando la forma de vivir y entender el trabajo. Poco a poco, va comenzando a diluirse el límite, hasta el momento tan marcado, entre el “trabajo” y la “vida”. Comenzamos a comprender que la gran parte del día lo dedicamos al trabajo, por lo que es importante trabajar de algo que nos guste, nos apasione, y en un ambiente agradable y cómodo.

“Hay un nuevo espíritu moviendo a la sociedad y desatando una cultura que enaltece la creatividad y la innovación como cimientos fundamentales para la nueva sociedad” (Muñoz, 2016, p. 102). La mentalidad está cambiando a nivel mundial de la mano de la tendencia de la *sharing economy* o “economía colaborativa”. Se toma cada vez más conciencia a la hora de efectivizar los recursos, y se ha dejado de tener miedo a compartir, desde objetos y espacios físicos, hasta conocimientos e información. A esto se suma el avance tecnológico, que permite a los trabajadores poder trabajar desde cualquier lado, necesitando solamente una computadora y conexión a internet.

En este contexto es que surge el coworking como una solución integradora para las múltiples necesidades de espacios de trabajo. En este trabajo de graduación se buscará entender este fenómeno en mayor profundidad.

La presente investigación se enfocará en cinco espacios de coworking con sede en la Ciudad de Buenos Aires, Argentina. Estos son HIT Cowork, La Maquinita, Urban Station, Area Tres y el CMD (Centro Metropolitano de Diseño). Para comprender las dinámicas que se verifican dentro de cada uno de estos espacios se realizaron entrevistas semi-estructuradas con los dueños o miembros del staff y con “coworkers” (clientes) de cada uno de los espacios. Además, para una mejor comprensión se tuvieron en cuenta otros materiales, como el uso de redes sociales y las páginas webs de cada espacio.

Se comenzará el trabajo exponiendo a modo de marco teórico los conceptos fundamentales para una mayor comprensión sobre el fenómeno del coworking. Para esto se incluirá en primer lugar una descripción de lo que sucede en estos espacios. Luego, una breve historia, destacando las tendencias que impactan a nivel global en el mundo del trabajo y llevan al surgimiento de los Espacios de Coworking. En tercer lugar se expondrán algunas investigaciones previas realizadas en otras partes del mundo: Merkel (2015), quien se enfocó en el rol de los propietarios de los espacios de coworking, realizada en Berlín, Nueva York y Londres; Rus y Orel (2015) quienes estudiaron la comunidad que surgió en “Creative Centre Poligon”, un espacio de Ljubljana, Eslovenia; y Spinuzzi (2012) cuya investigación abarca a los espacios de coworking de Austin, Texas.

Una vez desarrollado a grandes rasgos el concepto de “Coworking”, se profundizará en el concepto de comunidad desde un punto de vista sociológico, que será importante para luego analizar qué sucede en las comunidades de los espacios de coworking de Buenos Aires, Argentina. Siguiendo en esta línea, se recurrirá a la obra de Pierre Bourdieu y sus “Formas del Capital”, que se utilizará para comprender en mayor medida por qué las personas eligen trabajar en un espacio de coworking.

Para concluir el Marco Teórico, se describirán los pasos a seguir a la hora de realizar una Segmentación de Mercado, según Dvoskin (2004), para identificar de un modo correcto posibles segmentos de consumidores de este servicio.

Una vez expuesta la teoría que guiará la presente investigación, se describirá el diseño de investigación, explicando en mayor detalle la metodología utilizada, y justificando la elección de la misma.

Para continuar, se presentarán los resultados encontrados a partir de la investigación, que serán discutidos en la sección siguiente. Finalmente, se presentarán las conclusiones y las reflexiones finales, el detalle de la bibliografía consultada y los anexos, entre los cuales se incluirá la guía de pautas utilizada y la transcripción de las entrevistas.

1.1) Objetivo del trabajo y preguntas de investigación

Las preguntas de investigación que orientarán la presente investigación son: “¿por qué se eligen los espacios de coworking?”, “¿qué es el coworking?” y “¿quién consume coworking?”. Estas preguntas están basadas en de la investigación de Spinuzzi (2012) realizada en Austin, Texas, para comprender qué sucede con éstas en la Ciudad de Buenos Aires.

El objetivo general por lo tanto será dar luz sobre el concepto de los espacios de coworking en Buenos Aires.

Las **preguntas específicas** que se buscará responder son:

- ¿Qué buscan y/o valoran los coworkers al momento de elegir trabajar en un coworking?
- ¿Cuales son los aspectos mínimos que debe tener un espacio para que pueda ser denominado coworking?
- ¿Qué target consume coworking? ¿Podemos identificar distintos segmentos de consumidores de coworking a raíz de lo que encontramos que los coworkers buscan en estos espacios?

Además, se buscará relacionar las formas de capital propuestos por Bourdieu (2001) con lo que los coworkers buscan en estos espacios. Se intentará comprender de qué hablamos cuando hablamos de “comunidad de coworking”.

Finalmente, se tendrán en cuenta las configuraciones propuestas por Spinuzzi (2012) para identificarlas en los espacios de Buenos Aires, y se buscará identificar si existe alguna configuración que este autor no consideró.

1.2) Tipo de investigación

La presente investigación tendrá un enfoque cualitativo. Según Hernández Sampieri (2003) un enfoque cualitativo “utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación” (p. 7).

El alcance de la investigación será en principio exploratorio (Hernández Sampieri, 2003, p. 76), dado que se trata de un tema hasta el momento poco estudiado. El coworking en Argentina es un fenómeno que todavía no ha sido investigado académicamente, o al menos no en gran medida. El único antecedente que se puede encontrar sobre el tema es una encuesta realizada por El Plan C realizada en el año 2015 a los propietarios de los espacios de coworking en el país, que se analizará en el marco teórico. Por otro lado, suelen asumirse algunas “ventajas” que aporta el trabajo en un espacio de coworking, pero existen pocas investigaciones cualitativas realizadas que busquen comprobar estas hipótesis a través de un estudio empírico.

Por lo tanto, el presente trabajo de graduación buscará familiarizarse con el concepto de coworking. No se intentará sacar conclusiones definitivas, sino identificar tendencias para sentar las bases para futuras investigaciones.

1.3) Justificación

Resulta relevante un análisis del fenómeno en Buenos Aires, Argentina debido al crecimiento exponencial que el fenómeno ha verificado en los últimos años (estimando actualmente más de 60 espacios de coworking en el país, de los cuales más de un 30% son en la Ciudad de Buenos Aires)¹.

Además, este fenómeno recibe un gran apoyo por parte de las autoridades de la Ciudad, quienes están enfocando muchas energías en fomentar la cultura emprendedora como motor de crecimiento para el país, y el surgimiento de espacios de coworking es uno de los engranajes fundamentales para impulsar y a su vez retener talento en el país. Podemos ver en la página oficial del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires (GCBA), al describir su programa “Ciudad Emprendedora” que uno de los tres ejes centrales es, justamente, “impulsar el desarrollo de espacios de coworking”². Actualmente fomentan el desarrollo de este negocio de espacios de coworking desde actividades de difusión del concepto, la generación de un espacio público y gratuito, hasta la creación de una Ley de Coworkings enfocada en desarrollar una entidad jurídica para dar un marco legal en las habilitaciones de estos espacios.

2. Marco conceptual

El marco conceptual elegido para el presente trabajo se basa fundamentalmente en una revisión literaria sobre los (escasos) papers escritos hasta la fecha sobre el fenómeno del coworking, para intentar comprender el concepto en profundidad, repasando brevemente su historia y las tendencias globales que llevaron a su surgimiento y desarrollo. Esto ayudará a “detectar conceptos claves que no habíamos pensado” y a “nutrirnos de ideas en cuanto a métodos de recolección de datos y análisis” (Hernández Sampieri, 2003, p. 369).

Además, se incluyeron algunas teorías sociológicas para buscar abordar el coworking desde la sociología contemporánea. Por un lado, se incluyó una descripción sobre los Tipos de Capital de

¹ Según El Plan C, ver: <http://elplanc.net/>

² Para más info: <http://www.buenosaires.gob.ar/innovacion/emprendedores/red-de-emprendedores>

Pierre Bourdieu, y por otro, conceptos para buscar comprender qué tipo de comunidad es aquella que surge en los espacios de coworking.

Por último, se describirán los conceptos fundamentales que deben ser tenidos en cuenta a la hora de realizar una segmentación de mercado. Estos resultarán importantes para organizar nuestros resultados.

2.1) ¿De qué hablamos cuando hablamos de “Coworking”?

“La primera impresión (...) es de algo nuevo y diferente. Algo nada fácil de describir. Cuando preguntan qué es coworking, suelo recomendar que vayan a verlo por su cuenta” (Butcher, 2013, p.3).

A simple vista, un espacio de coworking es un lugar físico para trabajar, en el que se encuentran escritorios compartidos y oficinas privadas, junto con una gran cantidad de “amenities” compartidos, como salas de reunión, impresoras, fotocopiadoras, scanners, cocinas, máquinas de café, o sectores recreacionales. En algunos casos se pueden encontrar artefactos más específicos, como impresoras 3d, maquinaria o “data storage” (Petch, 2015). Quienes eligen trabajar en un espacio de coworking pueden alquilar un plan de modo flexible, por períodos que pueden ser por día, semana o mes, y poseen distintos planes adaptables a la necesidad de cada consumidor.

Sin embargo, estos espacios “simboliza(n) algo diferente a los otros espacios de trabajo. Se trata de un lugar alternativo donde los miembros pueden trabajar de maneras que no serían posibles en cualquier otro lado (Butcher, 2013)”. “Coworking es una atmósfera, un espíritu, un estilo de vida” (Moriset, 2013, p.6), que responde a una serie de valores que emergen en el tiempo: apertura, comunidad, accesibilidad, sustentabilidad, colaboración (Petch, 2015).

Coworking no es por lo tanto solamente un espacio físico, sino que “es una nueva práctica social urbana que caracteriza nuevas formas de organización del trabajo y permite apoyo mutuo” entre quienes allí trabajan (Merkel, 2015, p.122, traducción propia). Estos espacios suelen ser

diseñados con el fin de fomentar y acelerar la “serendipia”³, es decir los encuentros fructíferos que se dan “por casualidad”, generando un ambiente que favorezca el encuentro y la colaboración (Moriset, 2013). Kenline (2012) sostiene, de hecho, que las personas son el recurso más importante que tienen los espacios de coworking.

La página oficial de la semana del coworking 2016⁴ de Argentina, evento organizado por la “Red de Coworkings” del país, define al coworking como:

“Un movimiento global que está cambiando el modo en que los que emprendedores, profesionales independientes y freelancers, teletrabajadores y empresarios interactúan y trabajan entre sí, siendo parte de una comunidad que los conecta y crea oportunidades profesionales y personales entre ellos.

La gran diferencia del Coworking respecto a las clásicas oficinas compartidas es el espíritu de colaboración: los espacios de trabajo colaborativo potencian la creatividad, la innovación y la generación de una red más amplia de contactos con profesionales de diferentes disciplinas. Son un reflejo de la aparición de nuevos modelos de trabajo y nuevas expectativas de crecimiento en el mundo de los negocios. (...) El Coworking es el futuro del trabajo” (Red de Coworkings, 2016).

Los espacios de coworking pueden ser pensados como un “Third place”, según el término definido por Oldenburg (1989) para describir “lugares fuera de casa y de la oficina donde las personas suelen encontrarse y socializar en un modo libre e informal” (Moriset, 2013, p.6).

Según Spinuzzi (2012), el concepto de coworking es más complejo de lo que parece, ya que puede ser pensado como un “servicio que los propietarios proveen indirectamente, al ofrecer un espacio en el que los coworkers pueden hacer networking e interactuar con sus pares” (traducción propia, p. 431). No existe por el momento una definición aceptada unánimemente sobre

³ Del inglés *serendipity*. Según la RAE “Hallazgo valioso que se produce de manera accidental o casual”.

⁴ <http://www.semanadelcoworking.com/#about>

“coworking”. Se trata de un concepto muy nuevo, y todavía en desarrollo y cambio constante. A su vez, cada espacio puede ser distinto, puede tener distintas configuraciones, y distintas definiciones. Probablemente siga modificándose, ya que se trata de un “fenómeno emergente” (p.433). Dadas estas complejidades, en la presente investigación se buscará identificar las características mínimas que debe tener un espacio de trabajo para poder ser considerado hoy en día un “espacio de coworking”.

2.2) Un poco de historia...

El primer espacio de coworking fue fundado por Brad Neuberg en el 2005 en San Francisco bajo el nombre de “Spiral Muse”. La idea surgió como reacción a la necesidad de combatir la improductividad de trabajar desde casa (Deskmag.com, 2013; Botsman & Rogers 2011; Hunt 2009 citado en Capdevila), como así también la frustración y aislamiento que produce trabajar de modo independiente.

Sin embargo, hay quienes sostienen que su mayor desarrollo se podría identificar en el contexto de la crisis de 2008, dado los reducidos precios que ofrece para el alquiler de espacios de trabajo en comparación con las oficinas tradicionales. De hecho, permite minimizar los riesgos individuales (Merkel, 2015) gracias a su flexibilidad de contratación.

Surge como una solución “bottom-up” para los cambios estructurales en el mundo del trabajo y el conocimiento (Merkel, 2015). Las tendencias globales impactan desde el concepto hasta la demanda y el comportamiento de los consumidores dentro de los espacios de coworking.

En los últimos años, las nuevas formas de empleo no tradicional se volvieron lo “normal” en un mercado de trabajo altamente individualizado (Cappelli and Keller, 2013; Merkel, 2015; Moriset, 201). Cada vez hay más trabajadores móviles, basados en proyectos, freelance, auto-empleados, equipos virtuales, producción entre pares, y las empresas tienden cada vez más a tercerizar la mayor parte de sus actividades (Petch, 2015).

La digitalización de la economía lleva a la ubicuidad tecnológica (gracias a herramientas como el software on-demand y el “cloud computing”), y permite que los trabajadores no tengan que transportar softwares pesados ni databases, lo que vuelve a los dispositivos más portátiles (Moriset, 2013). La oficina se desmaterializa, deja de depender de un lugar físico y por lo tanto los trabajadores pueden vivir y trabajar desde cualquier lado, solamente con una computadora y acceso a internet (Moriset, 2013). A estos trabajadores se los suele llamar *lone eagles* (Beyers and Lindahl, 1996; Moriset, 2013), que suelen ser el target principal de los espacios de coworking (Merkel, 2015).

Esto impacta fundamentalmente en la creciente *clase creativa*, es decir todos los trabajadores para quienes la creatividad resulta un factor fundamental, independientemente de su profesión (Florida, 2002; Petch, 2015; Moriset, 2013; Merkel, 2015). Las ciudades que reúnen a trabajadores con estas características se denominan *ciudades creativas*, y son a su vez aquellas con una mayor concentración de espacios de coworking (algunas de estas son San Francisco, Berlín, Londres, Paris, Amsterdam, Barcelona). Estas ciudades, como también así los espacios de coworking, deben cumplir los requisitos necesarios para lograr retener el talento y continuar fomentando (Moriset, 2013).

Por otro lado encontramos la tendencia al consumo cada vez más colaborativo (Petch, 2015; Bostman and Rogers, 2010), en la que se verifica un cambio de foco. Se pasa de centrarse en la posesión de un objeto para enfocarse en el acceso a este. Es decir, se vira del consumo tradicional hacia el colaborativo. Esto genera un estilo de vida colaborativo, que se ve claramente en quienes eligen trabajar en espacios de coworking: las personas forman una comunidad donde intercambian ideas en un espacio colaborativo. Los coworkers comparten tanto recursos tangibles (espacio, amenities) como también algunos menos concretos (conocimientos y contactos) (Petch, 2015). La colaboración viene de la mano con la *sharing economy* (Gansky, 2010; Matzler, Veider & Kathn, 2015; Rus y Orel, 2015; Bostman and Rogers, 2011) y del *open source movement*.

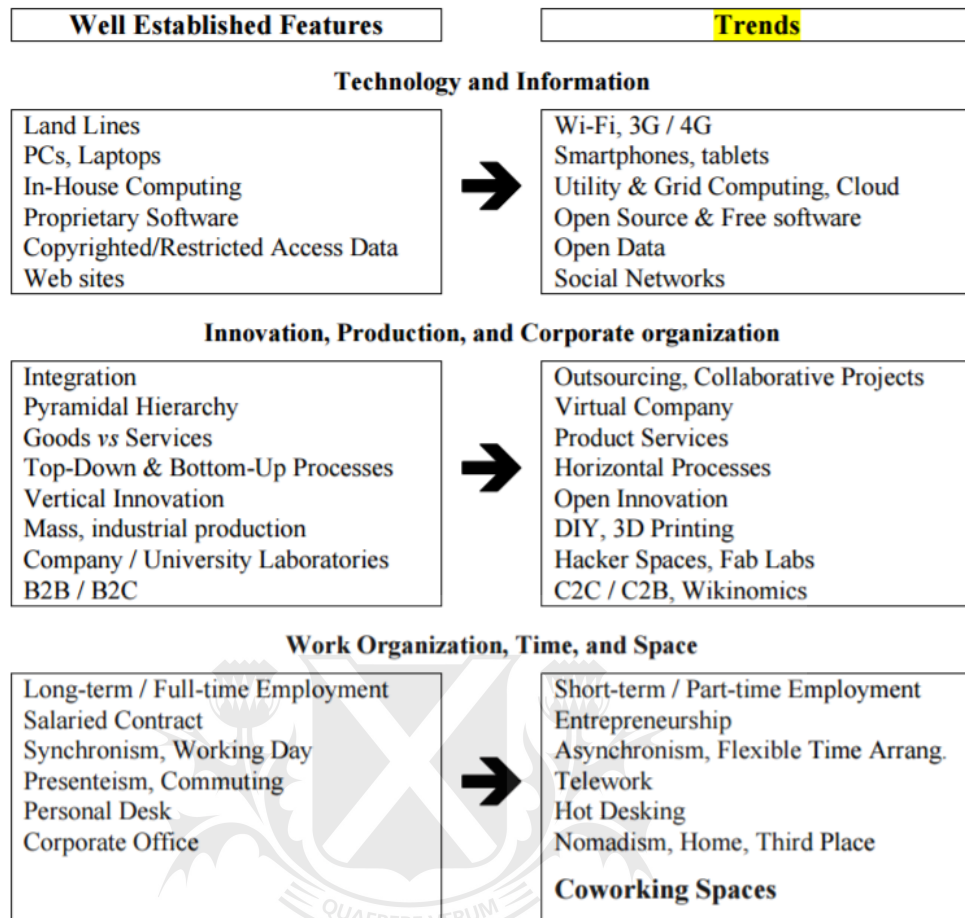


Imagen 1. Tabla de tendencias (Moriset, 2013, p.18)

Drew Jones (2016), por su parte, en su paper “The Coworking Industry” realizó un análisis de la evolución del movimiento “Coworking” a lo largo del tiempo. Para esto, tuvo como referencia la curva del ciclo de vida propuesta por Geoffrey Moore, que consiste en 5 fases: “innovators”, “early adopters”, “early majority”, “late majority” y “laggards”.

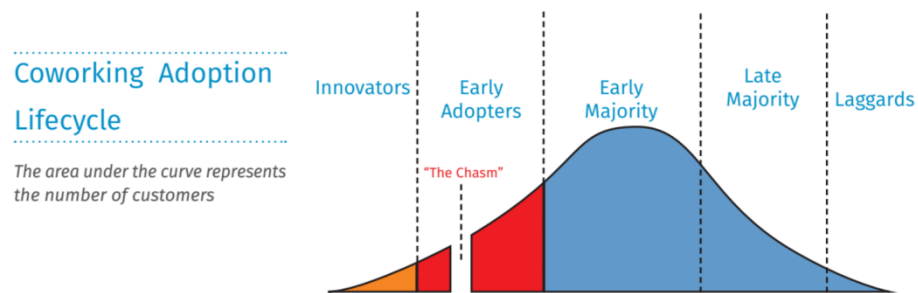


Imagen 2: “The Coworking Adoption Lifecycle” (Jones, 2016, p.7).

Según él, en la fase “Innovators”, el coworking fue principalmente un “movimiento social”, cuyo target principal se centraba en los freelancers y a las pequeñas startups de emprendedores. El foco, por lo tanto, se daba en la comunidad, en la amistad, y en crear estructuras que permitan ayudarse mutuamente.

En la segunda fase, “Early Adopters”, se comenzó a comprender que el coworking no era un movimiento pasajero y poco rentable, y su modelo de negocio comenzó a virar. Es en esta época que surgió, por ejemplo, Green Desk, que luego pasaría a ser WeWork, el coworking más reconocido a nivel global, actualmente valuado en 16 billones de dólares⁵. Quienes tuvieron éxito, encontraron el modo de utilizar los elementos “cool” de la primera etapa, y reinventarlos, a través de los elementos de diseño y eventos sociales, para conquistar a un público más vasto.

Según Jones (2016), el coworking se encuentra en la actualidad en la fase de “Early Majority”, en la que cada vez una mayor cantidad de trabajadores y empresas se interesan en esta opción para sus oficinas. Luego, el autor realiza algunas predicciones sobre un posible futuro, que comentaremos más adelante.

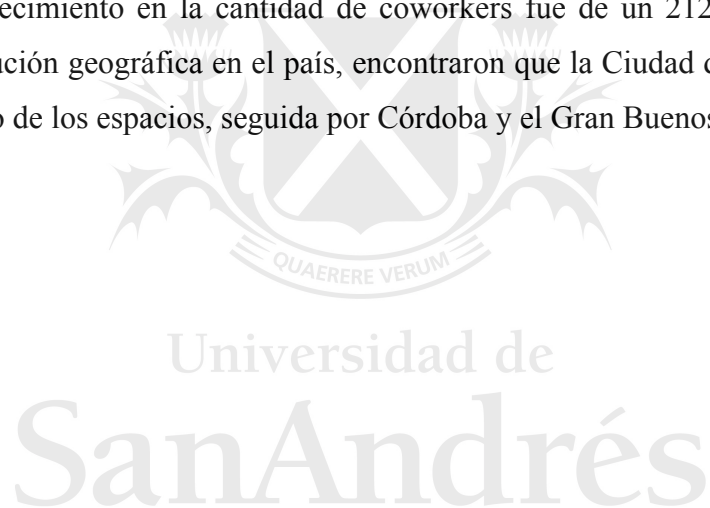
Desde su surgimiento, el movimiento del coworking ha crecido exponencialmente. DeskMag⁶, la revista online especializada en el tema, realiza anualmente, desde 2010, una encuesta sobre los espacios de coworking a nivel global. En su último estudio, realizado en el 2016 y en el

⁵ Información extraída en Febrero de 2017, de: <https://grupo4s.com/2016/06/27/el-efecto-we-el-secreto-del-futuro-inmobiliario/>

⁶ <http://www.deskmag.com/>

que participaron de la encuesta 661 personas de 24 países distintos, se encontró que el número de espacios de coworking globalmente ha aumentado de 7.800 en el 2015 a 10.100 en el 2016, y estiman que para el 2017 serán 12.700 en total. En cuanto a la cantidad de miembros que eligen trabajar en estos espacios, el número pasó de 510.000 en el 2015 a 735.000 en el 2016, con una proyección de 1.030.000 para el 2017 (Deskmag, 2016). Además, alrededor del 67% de los dueños de espacios encuestados afirman tener un plan de expansión del espacio, ya sea agrandado el actual, mudándose a uno más grande o abriendo nuevas sedes.

En Argentina, el único estudio existente sobre espacios de coworking fue realizado por El Plan C⁷, un blog nacional que escribe sobre temas relacionados con la Economía Colaborativa. Para este fue realizada una encuesta a los dueños de espacios de coworking en el país. En esa investigación se encontró que se abrieron en el 2015 un 60% más de espacios que el año anterior, mientras que el crecimiento en la cantidad de coworkers fue de un 212% (de 2196 a 6856). En cuanto a la distribución geográfica en el país, encontraron que la Ciudad de Buenos Aires es la que concentra el grueso de los espacios, seguida por Córdoba y el Gran Buenos Aires.



⁷ <http://elplanc.net/>

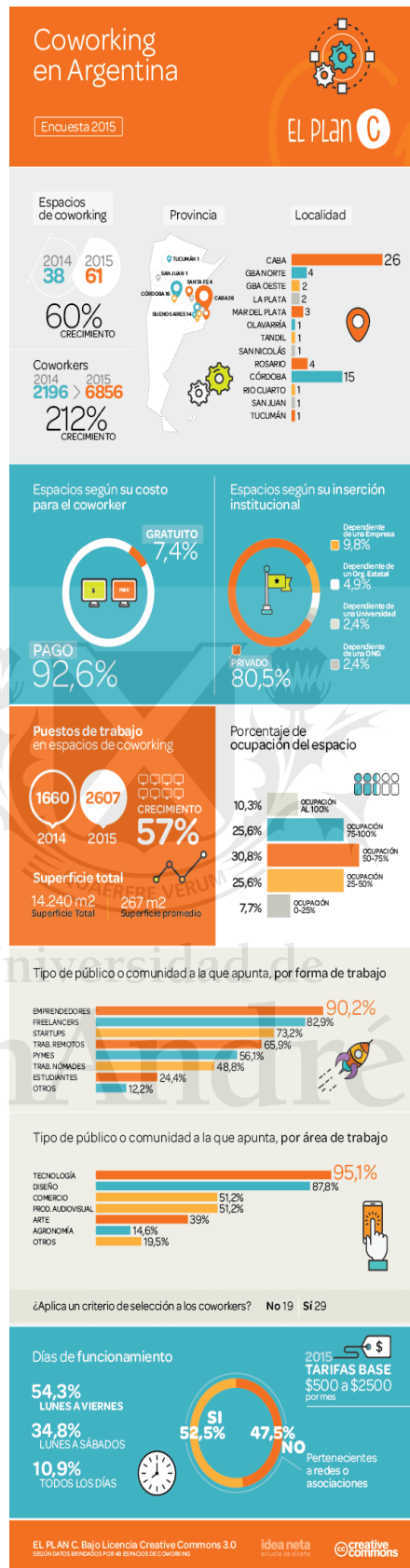


Imagen 3: Infografía Resultados de la encuesta de Coworking realizada por El Plan C (2015).

2.3) Antecedentes: Investigaciones sobre coworking

Además de los estudios cuantitativos de DeskMag (global) y de El Plan C (nacional), se han realizado en distintas ciudades el mundo algunos estudios cualitativos para indagar un poco más a fondo la cuestión. Se resumirán a continuación los conceptos generales de los estudios de Merkel (2015), de Rus y Orel (2015) y de Spinuzzi (2012) para comprender la línea en la que se ha venido estudiando el fenómeno hasta el momento.

2.3.1) Merkel (2015): “Coworking in the city”

Merkel (2015) realizó un estudio sobre el rol de los anfitriones de coworking como estimuladores del intercambio entre coworkers y en la creación de la comunidad. En este, sitúa a los espacios de coworking como una “práctica social en formas contemporáneas de urbanismo” y los considera un nuevo tipo de infraestructura urbana sociomaterial que crea redes.

La metodología que utilizó consiste en 25 entrevistas semi-estructuradas con propietarios de espacios de coworking en Berlín, Nueva York y Londres, y utiliza también contenidos de internet (como blogs y sitios web).

Encontró que el rol de los propietarios de coworking es más complejo de lo que parece. La cercanía física no necesariamente lleva a la interacción, la colaboración y las relaciones cercanas (Ibert, 2010 en Merkel, 2016). Son por lo tanto los anfitriones los que deben crear atmósferas que faciliten los encuentros y la confianza entre los miembros. Identifica dos tipos de propietarios, los “proveedores de servicios”, quienes buscan facilitar un buen ambiente de trabajo y proveer buenos servicios, y los “visionarios”, que se centran en los aspectos “co” (comunicación, comunidad, colaboración). También sostiene que el diseño físico del espacio juega un rol importante en el comportamiento y las interacciones, como por ejemplo la disposición de las mesas. Sin embargo, deja abierto a un estudio enfocado en los consumidores del coworking.

2.3.2) Rus y Orel (2015): “Coworking: a community of work”

Rus y Orel (2015), por su parte, se preguntan qué es lo que acelera el crecimiento y de dónde surge la demanda por los espacios de coworking. Para responder a la pregunta de investigación, analizan las necesidades específicas de la creciente “clase creativa” (trabajadores independientes que suelen trabajar desde sus casas o desde los espacios de sus clientes, pero ninguno de los dos casos ofrece la socialización y el intercambio de información que esta clase necesita para su éxito, por lo que poseen esta necesidad insatisfecha. Se trata de una clase con un crecimiento exponencial en los últimos años).

Su estudio se centra en el análisis de un espacio en particular, llamado “Creative Centre Poligon”, ubicado en la ciudad de Ljubljana, Eslovenia. Se trata de un estudio exploratorio, por lo que los resultados son válidos por el momento sólo para ese espacio en particular. Realizaron una observación participante longitudinal, siguiendo el caso desde la planificación hasta la implementación, gracias a que uno de los autores es co-fundador del coworking.

Los autores creen que la “comunidad” es lo central dentro del coworking, por lo que centran su investigación en este punto. Profundizaremos este tema en el apartado “Comunidad o Comunidad de trabajo”. Según Rus y Orel (2015) el atractivo del coworking se da en la cultura del intercambio, que promueve la circulación de ideas, información y conocimiento, no el espacio en sí: para esto es necesario crear una comunidad de trabajo.

Se tendrán en cuenta los descubrimientos de Rus y Orel (2015) en el apartado “Comunidad o Comunidad de trabajo”, y servirán para buscar comprender de qué tipo de comunidad hablamos al referirnos a las comunidades que surgen en los espacios de coworking.

2.3.3) Spinuzzi (2012): “Working alone together as emergent collaborative activity”

Como se dijo previamente, el coworking es un fenómeno muy nuevo y cambiante, y por lo tanto no tiene una definición precisa y única.

Spinuzzi (2012), de hecho, realizó una investigación sobre “qué es el coworking?”, entrevistando tanto a propietarios de espacios como a los que trabajan en ellos -los consumidores- para investigar qué entendía cada uno sobre este servicio. Y, de hecho, encontró muchas contradicciones entre ambos puntos de vista. Esto nos refleja claramente que se trata de un concepto todavía en desarrollo. Además, sostiene que el concepto de coworking se construye a través de géneros dispersos, como páginas web, planes de negocio, guías, reviews, entre otros.

Se podría sostener que la investigación de Spinuzzi (2012) es la más respetada por el momento en la literatura sobre coworking. Se trata de un análisis del coworking utilizando como marco teórico la teoría de la actividad en cuatro generaciones (o 4GAT por sus siglas en inglés), a la que describe como “sistemas de actividad que comparten objetos colaborativos que son “bounded hubs of concentrated coordination efforts” (Egestrom, 2009, p.310).

Su estudio fue realizado en los espacios de Austin, Texas. Lo que se propuso investigar fue cómo los “coworkers” (usuarios) y los propietarios definen al coworking, quienes consideran que consumen coworking, y por qué creen que lo hacen? Para esto, llevó a cabo entrevistas semi-estructuradas a los propietarios de los 9 espacios de la ciudad de Austin, y a 17 usuarios de los tres coworkings más “populares”. No se concentró en lo que realmente hacen, sino en cómo describen lo que hacen. También analizó algunos textos, como contenidos web, planes de negocios, perfiles de LinkedIn, etc. Lo interesante fueron las contradicciones que encontró entre las respuestas dadas, porque el modo en el que los propietarios entienden el concepto va a determinar el modo en el que arman la estructura, el diseño, los muebles, etc. mientras que quienes los consumen van a buscar y esperar encontrar algunos aspectos en particular, que pueden ser distintos a los ofrecidos. Según el autor, encontró “tantas contradicciones que podrías sospechar que coworking ni siquiera describe un fenómeno coherente” (p.428).

A la pregunta “¿qué es el coworking?” los propietarios dieron respuestas como “espacios de

trabajo comunitarios”, “unoffices” (lo que serían oficinas que no son sólo un espacio físico, sino que focalizan en la interacción y la colaboración, buscan socialización entre los miembros el networking y el intercambio de ideas), “federated spaces” (por el contrario, un formato más centrado en las colaboraciones formales, que busca desarrollar vínculos de negocios más que personales). Los coworkers por su parte lo explicaron como “coworking como espacio” (oficina alternativa, más fácil, pero similar a las oficinas: 15 de 17 entrevistados); “como alternativa barata” (3 de 17 entrevistados); “social hub” (o espacio social, 9 de 17 entrevistados); colaboración (5 de 17 entrevistados); como separación de la casa (2 de 17 entrevistados).

En el caso de “¿quién consume coworking?”, los propietarios sostuvieron que el target al que apuntan es necesariamente el de trabajadores que pueden elegir donde trabajar. El ideal es aquel que hacía home office o trabajaba en cafés, y se cansó. Luego va a analizar a qué se dedican los coworkers. Encuentra que todos tienen un componente tecnológico en sus negocios, pero hay que tener en cuenta que la muestra no necesariamente es significativa.

Frente a ¿por qué consumen coworking? Encontró que todos los coworkers entrevistados habían intentado trabajar desde sus casas, pero encontraban distracción, problemas de motivación y aislamiento. También encontró respuestas como la importancia de la funcionalidad y el confort; la necesidad de una imagen más profesional (el “wow factor”), la disponibilidad de espacios para eventos, la flexibilidad, la ubicación cerca de sus casas, sus clientes, o de algún amenitie; los beneficios, la interacción, el “feedback”, la confianza, el aprendizaje y el compañerismo.

Sin embargo, encuentra una contradicción en los resultados: por un lado, algunos coworkers buscaban “trabajar en paralelo” mientras que otros preferían “trabajar en cooperación”. A partir de esto, identifica dos posibles configuraciones que podrían tomar los espacios de coworking, apuntando a estos dos segmentos.

Quienes buscaban “trabajar en paralelo”, según Spinuzzi (2012) esperan que el coworking les permita a cada uno trabajar en lo suyo. Para esto, interactuar socialmente con los otros coworkers para generar confianza y poder dejar sus cosas desatendidas, o recibir feedback, pero fundamentalmente necesitan un espacio que les de una imagen profesional y les permita recibir a sus clientes en el lugar. Según el autor, esto lleva a una configuración de los espacios de coworking

a la que denomina “Buenos vecinos”, en el que la colaboración entre los coworkers se basa justamente en mejorar las condiciones para mejorar el desempeño del “trabajo en paralelo. Este modelo se ve reflejado desde la propuesta de los propietarios de los espacios hasta las actitudes de los coworkers. Los objetos, actores y resultados (en términos de la teoría de la actividad) tienen sentido si se piensa el coworking como un simple nexo entre actividades que en otras condiciones estarían separadas. Según el autor el espacio de coworking actúa como un “*front stage* de profesionalismo que es apropiado para el encuentro con clientes” (p. 428) en términos de Goffman (1978).

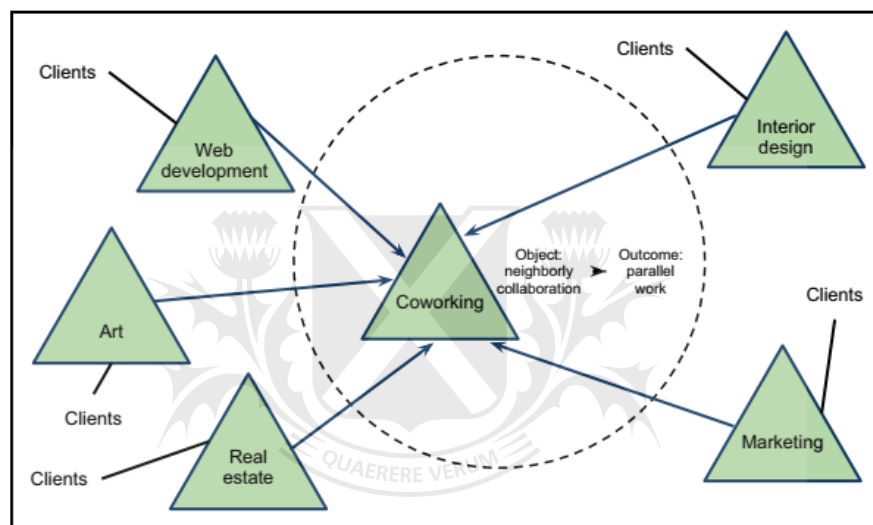


Imagen 4: “La configuración ‘Good-Neighbors’ (buenos vecinos)” (Spinuzzi, 2012).

Quienes buscaban “trabajar en cooperación”, en cambio, lo que esperan es generar confianza profesional con otros coworkers para generar posibles asociaciones, y buscan poder aliarse para brindar un servicio en conjunto a clientes externos. No suelen recibir a sus clientes en los espacios, por lo que dan menos importancia a la imagen profesional de los espacios, lo que a veces lleva a un ambiente “extremadamente relajado” (p. 428). En este caso la configuración del espacio es la de “Buenos Compañeros”. Los coworkers se encuentran en los espacios de coworking para enfrentar problemas compartidos. El objeto central es fomentar el networking para facilitar y acelerar los trabajos en conjunto. En términos de Goffman, el espacio de coworking funciona en esta configuración como un “backstage para que estas configuraciones sucedan” (p.430).

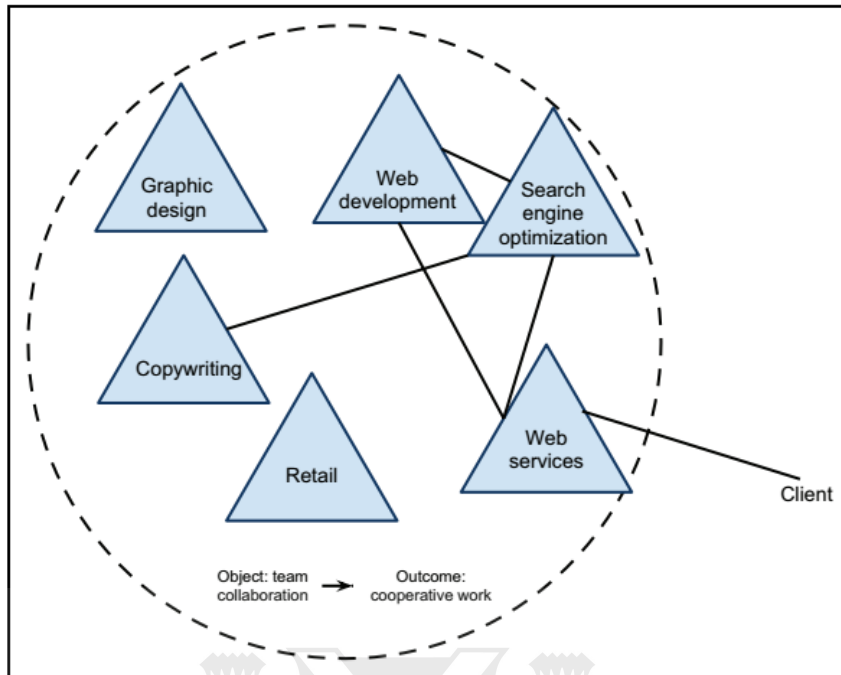


Imagen 5: “La configuración ‘*Good-Partners*’ (buenos compañeros)” (Spinuzzi, 2012).

A causa de estas dos configuraciones se dan tensiones, debido a que, a pesar de que en algunos espacios predomina una en particular, suelen manifestarse ambas, y chocar.

Spinuzzi (2012) sostiene que pueden encontrarse otros tipos de configuraciones, por lo que se buscará analizar qué sucede con esto en los espacios de Buenos Aires, Argentina, y si con cinco años de diferencia han surgido nuevas posibles configuraciones que el autor no ha descrito en su paper.

Además, este texto será retomada como modelo para definir la metodología y las preguntas de investigación del presente trabajo de graduación.

2.4) “Comunidad” o “Comunidad de Trabajo”

“La principal diferencia entre un espacio de coworking con una oficina tradicional es la comunidad que lo integra”, suelen proclamar los dueños de los espacios, las redes sociales, los símbolos dentro de los espacios, y hasta los autores académicos sobre el tema.

El concepto “comunidad” ha sido muy tratado por la sociología a lo largo de la historia. Pero, ¿de qué tipo de comunidad estamos hablando cuando nos referimos a la que se forma dentro de los espacios de coworking? Si nos remontamos a las definiciones de la sociología clásica que trató este tema las similitudes no resultan muy claras, al menos a primera vista.

Bauman (2003), por su parte, habla de una comunidad, a la que describe como “un lugar ‘cálido’, un lugar acogedor y confortable” (p. 7), que te protege de los peligros que se encuentran en el exterior. Mientras fuera de la seguridad que esta nos brinda tenemos miedo, estamos desprotegidos, y debemos tener cuidado al hablar con alguien que no forma parte, dentro de la comunidad estamos protegidos, y podemos estar seguros que todos nos desearán lo mejor, y podemos confiar en ellos. “Si tropezamos y caemos otros nos ayudarán a volvernos a levantar. Nadie se burlará de nosotros” (p.8).

Sin embargo, Rus y Orel (2015), en su texto “Coworking: una comunidad de trabajo”, hacen una interesante descripción de las características fundamentales que posee una comunidad como la que estamos estudiando, a diferencia de las comunidades tradicionales analizadas por la sociología clásica. Esta nueva forma de comunidad se basa en nuevos tipos de estructuras.

Según estos autores, a pesar de que la comunidad de coworking se caracteriza por sentimientos de colaboración, pertenencia, reciprocidad y confianza, no se cierra y autoexcluye del exterior, ni marca los límites tan definidos, sino por el contrario se abre a nuevas personas, nuevas ideas, a la innovación y a otras comunidades (Rus y Orel, 2015). Butcher (2013) sostiene algo similar cuando afirma que en los espacios de coworking, la “armonía, cooperación y reciprocidad reemplaza el conflicto, la competencia y la explotación (después de Kanter, 1972)” (p.7).

Durkheim (2013) dice que hay dos tipos de cohesión social, es decir, dos motivos por los que

las personas se mantienen unidas en comunidades. En primer lugar, se encuentra la “Solidaridad mecánica”, en la que los integrantes son semejantes, realizan tareas similares, y tienen los mismos valores y costumbres. En segundo lugar, está la “Solidaridad orgánica”, donde lo que une a los miembros es, por el contrario, la dependencia mutua. Todos realizan funciones distintas, y se necesitan uno a otro.

En el caso de la comunidad que surge en un espacio de coworking, los miembros suelen ser diversos y heterogéneos, con conocimientos y capacidades diferentes. La solidaridad en términos de Durkheim (2013), por lo tanto, se basa en la interdependencia entre los miembros (Rus y Orel, 2015).

Sin embargo, es posible que existan algunos valores y estilos de vida en común entre quienes elijan ser parte de un espacio de coworking. Pais (2012), según Arvidsson e Colleoni (2015), enfatiza en el hecho de que el sentido de comunidad que poseen los coworkers no representa solamente el hecho de compartir un tipo de profesión, sino una afiliación principalmente ideológica.

En un mundo del trabajo donde el estilo tradicional sigue teniendo una impronta muy fuerte, es probable que aquellos que deciden dedicarse a un camino alternativo, de manera autónoma, freelance, o llevando un propio emprendimiento, necesiten o prefieran juntarse en comunidad con personas que piensan de un modo similar. Los espacios de coworking serían los lugares ideales para reunirse. Será interesante investigar si existen otras características que “unen” a la comunidad que se forma dentro de estos espacios de trabajo.

Según Rus y Orel (2015), la razón fundamental para fomentar la creación de estas comunidades parte del hecho que, para la clase creativa (target central de los espacios de coworking) el recurso más importante es el “libre flujo de información”. En esta misma línea, Arvidsson e Colleoni (2015) citan a Riva (2014), quien sostiene que la “comunidad colaborativa responde a la exigencia actual de formación y rápida difusión del conocimiento” (p.10). Para que el intercambio de conocimiento suceda, las personas requieren un ambiente de confianza. La creación de una comunidad por lo tanto fomenta este entorno y crea solidaridad y colaboración mutua entre los miembros (Rus y Orel, 2015).

Por otro lado, Arvidsson e Colleoni (2015) sostienen que existe un intercambio de un tipo de

conocimiento, al que denominan “tácito”, que se da a través de interacciones sociales físicas. Lo consideran un elemento “crucial para el proceso creativo e innovador” (p.17), y sostienen que no puede ser codificado ni compartido en internet, sino que, por el contrario, “necesita un intercambio físico y continuo” (p.17). Los espacios de coworking pueden configurarse, según los autores, como lugares que favorezcan y generen mayor difusión de este tipo de conocimiento. De hecho, aclaran que es un tipo de conocimiento que anteriormente se transmitía en las empresas, pero que en el caso de los freelance, por ejemplo, no tienen esta posibilidad, por lo que los coworking surgen como una solución interesante.

Es por las razones propuestas en este apartado que los propietarios de espacios de coworking suelen buscar desarrollar al interno de sus espacios un sentimiento de “comunidad”, utilizando la cultura del “sharing” (compartir) para favorecer el intercambio de conocimiento, y buscando beneficiar a los coworkers con el intercambio de ideas, conocimiento e información (Rus y Orel, 2015).

Butcher (2013), estudiando el espacio de coworking “Hub” en Melbourne, Australia, sostiene que por todos lados aparecen “símbolos” que te recuerdan que te encontrás dentro de una comunidad, desde carteles en las paredes que piden cooperación y respeto, hasta stickers o remeras con frases y logos.

Por otro lado, Bauman (2002) sostiene que en nuestro mundo, que se encuentra en un rápido proceso de globalización, “todos somos interdependientes”, y “ninguno puede ser dueño de su destino por sí solo”. Para enfrentarnos a los desafíos cotidianos, por lo tanto, debemos permanecer unidos, porque sólo actuando colectivamente es posible seguir adelante (p.175). ¿Es posible que esta interdependencia y necesidad mutua lleve a muchos a reunirse en espacios de coworking para enfrentar juntos los desafíos del mundo que se viene?

El concepto de comunidad, como notamos, es central a la hora de hablar de espacios de coworking. Por esta razón, se tendrán en cuenta estas cuestiones a la hora de analizar los espacios de coworking en Buenos Aires, Argentina.

2.5) Proyecciones: hacia un coworking corporativo

Como se comentó previamente, Drew Jones (2016) realizó un estudio de la evolución del Coworking hasta el momento según la curva de Moore (que actualmente se encontraría en la etapa de “Early Majority”), y luego buscó imaginar qué futuro tendrá el movimiento.

Haciendo proyecciones hacia los próximos años, el autor considera que el coworking dejará de ser “sobre *Millenials*, freelancers, startups y pequeños equipos” (p.12), como se conocía hasta el momento. Según él, las empresas grandes comenzarán cada vez más a comprender las soluciones que brinda esta modalidad de oficinas flexibles, entre las cuales destaca tres principales ventajas. En primer lugar, la “radical reducción de la huella (y los costos) del real estate”. En segundo lugar, la “radical mejora en la calidad de los espacios de trabajo”. En tercer lugar, el “dramático aumento en la elección y flexibilidad para los trabajadores capacitados” (p.12).

Según el Grupo 4S, de hecho, mientras el coworking era un mercado que se encontraba impulsado por freelancers o trabajadores que previamente hacían “home office”, en la actualidad los inquilinos vienen cada vez más de una oficina tradicional. Esto significa, aclaran, que el coworking “ha iniciado su penetración en el mercado corporativo” (Grupo 4S, 2016).

Cirillo (2017), por su parte, escribió un artículo sobre las “12 razones de porqué el Coworking se ha vuelto corporativo”, en el que sostiene que el coworking es cada vez más alquilado por empresas. Agrega por lo tanto que las empresas aceleran el crecimiento de los espacios de coworking. Los doce beneficios que trae el coworking a las empresas son:

- 1) Fomenta la colaboración e innovación, que ayuda a hacer crecer negocios.
- 2) Provee una red de recursos compartidos.
- 3) Las ubicaciones son accesibles y convenientes.
- 4) El uso del espacio es más económico.
- 5) Provee flexibilidad de contratos a corto o largo plazo para los ocupantes.
- 6) Agrega agilidad a los portfolios de las empresas de real estate.
- 7) Crea un ambiente más atrapante y enérgico.
- 8) Se adapta a los estilos y lugares de trabajo actuales.
- 9) Mejora la productividad

- 10) Ayuda en el reclutamiento y la retención de los trabajadores.
- 11) Es más eco-friendly.
- 12) Permite niveles más elevados de infraestructura, amenities y servicios,

Jones (2016) se imagina que en la próxima fase de la curva, por lo tanto, se desarrollarán campus con oficinas administradas por coworkings que ofrezcan espacios completos, llave en mano, a empresas grandes. Estas empresas, que actualmente tienen oficinas propias, fijas, buscarán abrirse, cambiar a opciones más flexibles, basadas en membresías, y con bases mensuales. A esto se le sumaría que, en pocos años, los *Millennials* serán la generación que predomine en el mundo del trabajo, y son quienes tienden a buscar una cultura corporativa más cercana a la “economía colaborativa”,

Es importante este aspecto para entender que el coworking no es un mercado de nicho solamente, sino que posee un potencial inmenso en el mercado corporativo. Se buscará en la presente investigación definir en mayor profundidad, por lo tanto, los distintos segmentos de consumidores a los que apuntan los espacios de coworking.

2.6) Las formas del capital, Pierre Bourdieu

Como vimos, los espacios de coworking suelen presentarse como espacios que fomentan el networking, la comunidad, y la *serendipia*, y que suelen ayudar en la formación de los trabajadores, a través de cursos y workshops gratuitos dentro de los espacios. Es por esto que resulta interesante comprender qué rol cumplen los tipos de capital presentados por Bourdieu en los espacios de coworking. y si la búsqueda de “acumulación de capital” influye a la hora de elegir trabajar en uno de estos.

Bourdieu (2001) identifica en su texto “Las formas del capital” tres tipos de “capitales” que pueden poseer las personas. Estos, regulan el mundo social, y estructuran las posibilidades, limitándolas, y evitando el “azar”, ya que facilita algunos intercambios y dificulta otros.

Los individuos buscan, por lo tanto, acumular capital, lo cual lleva tiempo, esfuerzo, y en

algunos casos dinero.

Además del capital económico, que consiste en el dinero o objetos materiales de valor, existen también otros tipos de capital: el social y el cultural.

El capital social depende de las relaciones sociales que los individuos van construyendo a lo largo de sus vidas. Se constituye por “la totalidad de los recursos potenciales o actuales asociados a la posesión de una red duradera de relaciones más o menos institucionalizadas de conocimiento y reconocimiento mutuos” (p.148). Se adquiere gracias a la pertenencia a un grupo, y la cantidad de capital social acumulado depende de cuán extensa es la red de contactos, y de qué volumen de capital social poseen estos contactos.

Además, gracias a estos beneficios que se derivan de la pertenencia a un grupo, es que los miembros se vuelven más solidarios (p.150). Bourdieu (2001) habla de una “red de relaciones”, a la que define como “el producto de estrategias individuales o colectivas de inversión, consciente o inconscientemente dirigidas a establecer y mantener relaciones sociales que prometan, más tarde o más temprano, un provecho inmediato” (p. 151). Por lo tanto, este capital social puede ser utilizado para aumentar el capital económico “bajo ciertas condiciones” (p.136), ya que los contactos y conexiones que uno posee pueden en algún momento volverse útiles económicamente, como en el caso de conseguir un trabajo, por ejemplo. Bourdieu (2001) considera que “todo el periodo de socialización lo sea a su vez de acumulación” (p. 143).

Por otro lado, el capital cultural es aquel que deriva de los conocimientos y formación que cada individuo posee. Al buscar incorporar este tipo de capital, se vuelve un ‘habitus’, una “parte integrante de la persona” (p.140). No es algo que se tiene, sino algo que se “es”. Es un “capital simbólico”, ya que a diferencia del capital económico, no es visible ni palpable, pero sin embargo “sirve de base para ulteriores beneficios materiales y simbólicos” (p. 142).

Por lo tanto, se buscará comprender si los coworkers dan importancia a estos tipos de capital a la hora de elegir alquilar un espacio en un espacio de coworking, y si efectivamente logran aumentar alguno de estos capitales como consecuencia.

2.7) Segmentación de mercado

La segmentación es, según Dvoskin (2004), “la identificación de un grupo de consumidores que presumiblemente se comporten de un modo similar ante determinado producto o servicio” (p.100). Estos grupos de consumidores se denominan “segmentos de mercado”, y se pueden caracterizar con cualquiera de las siguientes variables: “deseos, poder de compra, localización geográfica, actitudes y prácticas de compra” (p.100).

Por lo tanto, la segmentación depende, por un lado, de la *necesidad* que va a satisfacerse y, por el otro, de *quién* va a ser atendido.

Para identificar a estos segmentos se debe en primer lugar definir las *bases de segmentación*. Estas son variables que ayudan a definir el perfil del consumidor, y pueden ser:

- Geográficas: La ubicación, las condiciones del territorio, el tamaño o densidad de la población, etc.
- Demográficas: La edad, el sexo, el nivel de educación, la profesión, etc.
- Psicológicas: La personalidad, la actitud hacia el servicio, las opiniones políticas, económicas, etc.
- Socioculturales: El estilo de vida, la clase social, la formación cultural, etc.
- Conductuales: Las conductas con respecto a un servicio.

En segundo lugar, se deben definir *criterios de efectividad*, para buscar adaptar las necesidades de los segmentos a lo ofrecido por el producto o servicio. Sirven para determinar “las condiciones y las pautas que dichos segmentos deben cumplir para permitir la viabilidad del negocio” (p.110). Esto lo deben hacer las empresas para decidir como orientar sus acciones de marketing y por ende su posicionamiento. Los criterios que se deben cumplir son: tamaño, identificación, mensurabilidad, respuesta, accesibilidad y estabilidad.

Una vez definidas las bases y los criterios se puede aplicar el Modelo de Kotler, que consiste en otras dos etapas:

1. Segmentación de Mercado: Para esto se realiza un *análisis de agrupamiento* que “permite sumar características esperables (...) y utilizarlas como descriptores del segmento”

(p.111); y un *análisis de discriminante* que clasifique a los individuos en grupos “mutuamente excluyente”, buscando identificar conductas de compra.

2. Selección del mercado meta: Se suelen utilizar las técnicas de *mapas perceptuales* o de *análisis de regresión*. En el primer caso se realiza un gráfico cartesiano que compara en un eje atributos del producto y en el otro beneficios esperados. En el segundo, se toma como variable dependiente una medida de frecuencia y en la independiente variables sociológicas y demográficas.

Comprender cómo realizar una segmentación de mercado ayudará a definir los distintos segmentos de coworkers según sus intereses y motivaciones a la hora de elegir trabajar en un espacio de coworking.



3) Metodología

Como se mencionó previamente, en el presente estudio se buscó estudiar qué sucede en Buenos Aires con los espacios de coworking. Para esto, se utilizó a modo de inspiración el texto de Spinuzzi (2012), quien realizó una investigación similar en Austin, Texas.

3.1) Entrevistas:

Se realizaron **entrevistas semi-estructuradas** tanto a propietarios de espacios de coworking como a “coworkers”. Las entrevistas semi-estructuradas son aquellas que se basan en una guía de preguntas, pero con la posibilidad de incluir preguntas nuevas según cada conversación (Hernández Sampieri, 2003). (Ver Guía de Pautas en el Anexo).

3.2) Participantes:

Para realizar las entrevistas, en primer lugar se seleccionaron cinco espacios de coworking. De los privados, se eligieron aquellos que poseen más de una sede en Buenos Aires: HIT Cowork, La Maquinita, Urban Station y AreaTres. También se incluyó el CMD (Centro Metropolitano de Diseño) por ser el único coworking público de la Ciudad.

De cada espacio, se entrevistó al menos a un propietario y a un coworker, pero el número varía de espacio a espacio. Es importante aclarar que con propietarios no me refiero literalmente a los dueños, sino a los representantes del espacio en cada caso (ver Tabla 1 para más detalle).

En cuanto al tamaño de la muestra elegida, no se buscó un tamaño que pretenda sacar conclusiones definitivas, sino que al tratarse de un estudio cualitativo se esperó tener “casos individuales, representativos no desde el punto de vista estadístico” (Hernández Sampieri, 2003).

Espacio de Coworking	Propietario entrevistado	Coworkers entrevistados
HIT Cowork	Uri Iskin (CEO) (A)	- German Casado de Achával (A1) - Guido Boulay (A2) - Carlos Mazzaro (A3).
La Maquinita	Daniela Gutman (Head of Community Development) (B)	- Facundo Basilico (B1)
Urban Station	Marcelo Cora (Co-Founder) (C)	- Julieta Viral (C1) - Martin Carames Abente (C2) - Angela Braun (C3)
CMD (Centro Metropolitano de Diseño)	Daniel Tricarico (Coordinador General Ciudad Emprendedora) (D)	- Bruno Di Vincenzo (D-1)
AreaTres	Martin Frankel (Fundador) (E)	- Christian Saavedra (E-1)

Tabla 1: Espacios de coworking estudiados, Propietarios entrevistados y coworkers entrevistados.

Para acceder a los coworkers, se utilizó el método de “bola de nieve”, dado que se pidió a los propietarios que nos contacten con sus coworkers. Esto puede ser pensado como una limitación en tanto pueden ser quienes tengan algún tipo de afinidad en particular con los dueños de los espacios, pero aún así resultó importante este paso, dado que esa información no suele ser pública.

El espacio HIT Cowork fue utilizado para una “prueba piloto”, y a partir de allí se mejoraron y profundizaron las preguntas para las entrevistas.

4) Resultados

A partir de los datos recabados en las entrevistas realizadas se buscará responder en los próximos apartados las preguntas de investigación propuestas al inicio, teniendo en cuenta los objetivos planteados.

En primer lugar, se buscará responder la pregunta “¿Qué buscan y/o valoran los coworkers al momento de elegir trabajar en un espacio de coworking?”. Se tendrá en cuenta a la hora de responderla el marco teórico utilizado, en particular las Formas del Capital propuestas por Bourdieu (2003) y los conceptos de Comunidad presentados.

En segundo lugar, derivada de la pregunta “¿qué es un coworking?” se intentará delinear los “aspectos mínimos” que debe tener un espacio para poder ser denominado un “espacio de coworking”, a partir de lo encontrado en la primera pregunta.

En tercer lugar, para buscar definir “¿quién consume coworking?” se realizará una segmentación de los consumidores de coworking, teniendo en cuenta la teoría incluida en el marco teórico.

En cuarto lugar, se describirá qué sucede con las configuraciones propuestas por Spinuzzi (2012) en los espacios de Buenos Aires.

4.1) Por qué se elige trabajar en un espacio de coworking:

“Coworking resuelve más de un problema. Hay varias necesidades y diferentes problemas, que el coworking se conjuga como una única solución para todo eso”, Uri (A).

Resulta muy interesante destacar el testimonio de Marcelo (C) y Martín (E) quienes abrieron los primeros espacios de coworking en el país, por 2009. “En esa época no se si existía la palabra (coworking)... ya casi 8 años atrás cuando empezamos a hablar de esto, detectamos que había un

nicho de mercado” (C). Ambos, aun dedicándose a distintas profesiones (Marcelo era consultor en una multinacional y Martín emprendedor) sintieron necesidades en primera persona con respecto al acceso de oficinas de este tipo:

“Dijimos: `acá está la oficina, y están los bares`. Uno como consultor trabaja mucho en la calle, entre cliente y cliente tenía un rato y trabajaba en un bar, hacía reuniones en un bar, mis socios más o menos lo mismo, estaban mucho en la calle haciendo cosas así, y notamos una necesidad, toda la gente estaba trabajando en bares o en lugares públicos” (C).

“Yo llegué a Argentina en el 2007, empecé un camino emprendedor con otros dos proyectos previos a AreaTres, y llegó un momento en el 2007 en el que yo necesitaba una oficina para mi, para mis proyectos. Me puse a buscar oficinas y veía que no había algo que me cerraba. Tampoco me interesaba irme a alquilar un monoambiente, encargarme de decorarlo, de hacer la inversión, y estar yo solo con una secretaria, no me interesaba. Ahí fue que dije... `a ver, si yo pudiera crear el lugar donde me gustaría ir a trabajar, ¿cómo sería?’” (E).

Esto se ve reflejado también en los coworkers, ya que muchos sostienen haber conocido el concepto “por casualidad”, tratando de resolver necesidades propias:

"Necesitaba... yo trabajo mucho en aire libre, en locaciones o estudios. Pero todo lo que es preparar una presentación para un cliente, o editar las fotos, o editar videos, todo lo que es de oficina, lo hacía en mi casa. (...) Un amigo que venía acá me contó y me pareció buenísimo el concepto de reservar una mesa (...) Y bueno, caí de casualidad, ni sabía lo que era coworking" (C-3).

“En realidad yo antes trabajaba en otra oficina, que no era de coworking, tenía otra metodología (...) estabas sola. No tenías posibilidad de hablar con otra gente, y poder compartir experiencias. Entonces me sentía como muy sola. Tenía mi emprendimiento, recién empezando, y no tenía con quién compartir ideas, con quien compartir lo que me pasa. Todos tus fracasos o las cosas buenas que te

pasan solo vos las sabes. Entonces estuve ahí tres años, y me sentía esto, muy sola, solitaria. Y empecé a investigar (...) Ahí encontré lo que serían coworking, pero que no tenía ni idea que era, ni siquiera la palabra, porque coworking no me decía nada. Hasta que bueno (...) vine un día a probar una hora a ver qué onda” (C-1).

“Conocí el concepto de coworking de casualidad, pasé un día por este edificio, y entré a preguntar si tenían oficinas. (...) No sabía que existía el coworking (...) En el inicio sentí que era igual (...) pero a 8 cuadras de mi casa” (A-1).

Diferencias con trabajar desde casa: Frente a la pregunta ¿Porqué crees que los coworkers eligen alquilar en un espacio de coworking?”, la respuesta a la que casi todos los propietarios de espacios hacen referencia es a la diferencia de estos en comparación con trabajar desde casa. Entre los coworkers no todos trabajaban en sus casas antes de optar por elegir un coworking. Pero los que sí lo hacían (C-1, C-2, C-3) respaldan estas posturas desde la experiencia propia.

Si uno trabaja en su casa, pueden surgir muchas distracciones que llevan a no producir de la misma manera que en una oficina (A, C, C-1, C-3). Daniela cuenta que, a diferencia de trabajar en tu casa, el coworking te permite “salir, cambiarse, cortar (...) es super sano y la gente lo valora mucho” (B).

“Y también hoy se usa mucho esto de trabajar desde tu casa. Y ¿qué pasa? Yo tengo una bebé, cosa que yo podría hacer esto en mi casa. Pero no puedo. Porque no es lo mismo estar pensando en qué vas a cocinar, tu nena que quiere jugar con vos, y necesitás un espacio donde el internet sea rápido” (C-1)

“Todo lo que es de oficina, lo hacía en mi casa. Cuando nació mi hija se volvió muy difícil concentrarme, y tardaba mucho tiempo para contestar un mail simplemente” (C-3).

También puede ser un poco solitario (A, C, C-2), lo que lleva a los trabajadores a “buscar

compañía de otros” (A). Marcelo sostiene que “el hombre es un ser social (...) la funcionalidad es la misma que en tu casa...(…) pero estoy solo, y no pertenezco a nada. los grupos de pertenencia afectan a las personas. La gente lo que valora es estar con otra gente” (C). Estar con otros permite estar en “contacto con el mercado (...) en tu casa no te enterás de nada (...) no sabés como está el mercado, si hay trabajo o no hay trabajo, no tenés otras personas que te pueden ayudar” (C). Uri cuenta por su experiencia en un trabajo anterior que al tener compañeros “te vas fijando metas personales de tu desarrollo en comparación con otros también, y eso creo que es positivo”. Daniel (D), también por experiencias propias de trabajos anteriores sostiene que, “a veces esta bueno (el home office) pero el resto de los días necesitas el espíritu colaborativo de trabajo, de ideas, un espíritu fresco, un lugar donde ocurran cosas”.

“Me pasaba mucho que mi casa me da como a encierro.... La verdad no sé, me da la sensación de aislamiento estar todo el tiempo en mi casa, sin tener contacto con otros” (C-2).

“Necesitás un espacio (...) donde si querés tomar un mate o esparcirse y hablar con alguien lo tenés. Un lugar lindo, donde podes compartir tus experiencias con otros. (C-1).



Diferencias del coworking con oficinas tradicionales: El coworking tiene además sus funcionalidades y facilidades en comparación con otro tipo de oficinas: “todo lo que tiene que ver con internet, con café, con limpieza, con comodidad dentro del espacio, con tener la posibilidad de dejar un rato la silla y sentarte en un sillón, o irte a una salita y tener más privacidad, es algo que la gente espera cuando viene a este tipo de lugares” (B). “Efectiviza los costos” (A, C), especialmente por su flexibilidad, que evita costos fijos cuando no son necesarios (C) y brinda la posibilidad de “achicarse o agrandarse”, que “les sirve mucho sobre todo a las empresas que están en sus primeros años de formación, o con expectativas de crecimiento” (B).

En esta línea, varios coworkers sostienen que una de las principales ventajas que les aporta el coworking es la facilidad de “pagar una sola factura” a fin de mes, y no tener que ocuparse ellos de

todos los detalles que implica tener una oficina propia (A-1, A-2, B-1, C-2, C-3). Esto les permite enfocar sus energías en su negocio, y no en las necesidades de oficina, y por lo tanto “economizar el tiempo” (C-3).

“Es más práctico, (...) no tengo que estar pensando en las oficinas, lidiar con temas de estructura, de internet, limpieza, seguridad, sin estar controlando los costos de telefonía, de conectividad, y me puedo enfocar en trabajar” (A-2).

“Busco la comodidad de pagar una sola factura y olvidarme del internet, telefono, luz, que si no me anda el aire acondicionado, como que las cosas fluyan, funcionen, y yo tenga la cabeza puesta en mi negocio, pagar mi fee mensual” (A-1).

En las empresas más grandes, sucede algo similar:

“Para una empresa la inversión en sus oficinas o *facility's* son una inversión importante, además de una preocupación por gestionar, donde para ser eficiente hace falta medir claramente la vacancia de cada espacio, sala de reuniones, comedor, etc. Además, esta inversión se convierte en un activo y como tal no sólo no se deduce de gastos sino que se activa y paga impuestos CapEx⁸. Varias empresas están innovando en tercerizar la gestión e inversión OpEx, para concentrar sus recursos en su *core business*, delegando en expertos la gestión del espacio, la inversión y flexibilizando los espacios de amenities hasta por uso por horas. En HIT Cowork, por ejemplo, tenemos empresas como Accenture, Omint, Arrow, Tech Mahindra alquilando oficinas” (A).

Algunos de los coworkers destacan también la facilidad a la hora de empezar a trabajar (A-2, A-3) y la flexibilidad de contratación (A-3, C-1), que les permite usar las oficinas solamente cuando

⁸ Ver: <https://jotaerre.net/2013/10/17/concepto-de-capex-opex/>

CapEx es cantidad de inversiones en equipos e instalaciones con el fin de mantener la producción de un producto o servicio o para mantener funcionando un negocio o un sistema particular.

OpEx se refiere a los costos asociados con el mantenimiento de equipos y gastos de consumibles y otros gastos de funcionamiento necesarios para la producción y el funcionamiento del negocio o del sistema.

las necesitan.

“Es una forma rápida y flexible de empezar a trabajar, porque llegás, contratas y empezás a trabajar, no tenés que armar una oficina (...) Es más fácil, porque para hacer un alquiler normal tenés que tener garantías, firmar contratos, etc., y de esta manera se contrata un servicio en la medida que necesitás” (A-2).

“Se trata de una propiedad de ocupación inmediata que no necesita de inversión previa cuando no se posee infraestructura, es ocupable por poco tiempo” (A-3).

“Yo viajo mucho, entonces tal vez si es un mes en el que viajo mucho alquilo horas, pero si voy a estar acá alquilo mensual. Lo que tiene es que es muy flexible, es bárbaro” (C-1).

De todos modos, llama la atención que a la hora de preguntarles a los coworkers sobre la diferencia entre el estilo de trabajo en un coworking en comparación con trabajar en una oficina tradicional, algunos hicieron referencia no al espacio en sí, sino al estilo de la empresa donde trabajan o profesión a la que se dedican, indicando lo difusa que es la barrera entre lo que el coworking provee y el estilo de quienes eligen utilizarlo:

"Un mundo de diferencias (...) Creo que casi es hasta difícil de comparar (...) La principal diferencia la hace por el estilo de trabajo en sentido más general, porque todavía la oficina tradicional al menos en Argentina tienen muchísimas cuestiones de tradicionalismo. Me refiero a una cuestión de horarios.... Me cuesta compararlo, porque yo cuando estuve trabajando en empresas fue con horario, y esto es con horarios propios. Sería comparar cosas distintas, relación de dependencia con algo más independiente” (C-2).

Sí, muchísimos. La libertad, que mientras vos hagas tu trabajo y los resultados estén bien, el método va a ser respetado ya lo sumo te darán sugerencias, pero esta muy bueno, cada uno es su propio administrador, puede dar ideas y sentirse escuchado... Y la verdad en una multinacional es totalmente distinto, la verdad si

hoy tuviese que volver a trabajar en una no me gustaría. (...) La diferencia sería sería no estar tanto en contacto con otras personas... Pero yo creo que Coderhouse siempre va a pertenecer a un espacio de coworking. Creo que es parte de la cultura de la empresa. Es parte de lo que nos inspira: estar en contacto con la gente. Nosotros con los socios y demás siempre nos gusta estar cerca” (E-1).

Hay quienes hacen referencia a la imagen corporativa que obtienen por pertenecer a un espacio de coworking:

“Te sentís como... te da otro marco digamos no? Más, si quieres llamarlo, de seriedad. Sobre todo cuando recién arrancamos. Cuando somos dos personas, dos socios, te da un marco de seriedad” (B-1).

“Me trae una imagen profesional, corporativa, que está bueno, jóven” (A-1).

Otras características que debe tener el espacio según los coworkers son: internet que funcione bien (A-2, B-1, C-2, C-3), buen café (A-1, A-2, B-1, C-1), silencio para trabajar (C-2), que sea cómodo (A-1, D-1), que sea lindo (C-1), que sea luminoso (A-2, E), que tenga salas cerradas (A-2) o salas de reunión (B-2).

También hubo quienes sostuvieron haber verificado un aumento en la productividad en sus trabajos al empezar a trabajar en un espacio de coworking:

“Me concentro mucho más viniendo acá” (B-1).

“Acá puedo poner un horario de trabajo, y es como que me obligó a venir. (...) Creo que bueno, tengo que venir a trabajar, digo... pago el lugar. Entonces prefiero trabajar y seguir creciendo que quedarme en mi casa. Entonces vengo, y ahí me acuerdo de alguna persona a la que debería mandarle un mail, esas cosas que quizás no estaría haciendo. Y naturalmente sí empezó a crecer mi trabajo. Al mes, a los dos meses iba creciendo más” (C-3).

“Bueno, en primer lugar creo que te inspiras. Ves tantas startups, tanta gente llevando adelante proyectos que decís: ‘No me puedo quedar atrás’. Y no solo a nivel laburo sino a nivel personal. Te sientes motivado a hacer cosas” (E-1).

Ubicación: De los 9 coworkers entrevistados, 5 hicieron referencia a la importancia de la ubicación a la hora de elegir un espacio de coworking (A-1, A-2, C-1, C-2, C-3, D-1). Valoran la cercanía a sus propias casas pero también la facilidad de acceso del espacio, en auto o en transporte público.

Martin (E), comentando las características que imaginó como fundamentales a la hora de crear su propio espacio de coworking, sostuvo que debía ser:

“Un lugar cerca de donde yo vivía primero, por comodidad. Vivía en Palermo en ese momento, por eso tenía que ser en Palermo. Porque el lugar que uno elige para vivir tiene las características que uno desea.(...) No elegí vivir en microcentro, no quería trabajar ahí ni mucho menos. Entonces, ya de partida el lugar de trabajo tenía que ser cerca y compartir las características con el lugar donde elijo vivir. Entonces barrio Palermo tenía que ser sí o sí” (E).

Precio: Llama la atención que solamente un coworker (A-1) hace referencia al precio como un aspecto que se busca a la hora de alquilar un espacio: “Obviamente en el medio de todo esto espero que sea más barato que alquilar una oficina, porque al ser compartida pagás entre todos el servicio de limpieza, etc, y uno abarata costos” (A-1).

Aspecto social: En cuanto a la posibilidad de conocer gente y hacer contactos más comerciales, mientras Daniel (D) lo considera uno de los motivos para elegir coworking, Daniela (B) dice no estar segura si realmente “muchas gente tiene tan claro esto de entrar en una red y conocer a otra gente”, al igual que con las actividades organizadas por los espacios. Christian (E-1) cuenta: “La gente de acá es genial (...) la verdad estoy muy conforme”.

Los coworkers que trabajan de manera freelance o autónoma afirmaron estar contentos de haber conocido gente porque sienten que, en algún punto, son como compañeros de trabajo (A-1, C-

1, C-2, C-3):

“Y... va de a poco. El primer mes estás muy focalizada con las cosas que tenés que hacer para tu trabajo. Y después te empezás a abrir, y te das cuenta que esta bueno compartir, y esto que te decía, del hecho de poder compartir tu experienci con otros que están en la misma que vos... O poder tener tus “compañeros de trabajo”; poder irse a almorzar con otros, y no estar sola. Por más que hagamos cosas distintas, son tus compañeros de trabajo, cosa que yo por años no tuve. Porque cuando sos independiente es así, tenes que ir viendo como te vas sintiendo. Pero está bueno, con tus compañeros de trabajo puedes salir a comer algo, podés charlar, ir a un after office, a tomar algo, podés compartir tu vida” (C-1).

“Compartimos mucho tiempo, salimos a almorzar juntos, afters...” (C-3).

“Tengo relaciones con todos los otros coworkers. Generamos las relaciones en el living, el espacio común. A medida que iba ingresando un coworker nuevo nos invitamos los jueves a tomar algo y a organizar un evento privado que armamos nosotros. Ahora lo fomenta más el edificio. Desde ese entonces cambiaron algunos coworkers, hay 4 que no están más, los que entraron después no se integraron tanto porque son una empresa más grande, pero la relación esta, nos cruzamos, charlamos... Buscamos socializar bastante, tenemos un whatsapp grupal, o almuerzo al mediodía” (A-1).

Networking: Es un aspecto importante también, profundizaremos más este en los apartados de “Tipos de Capital” y “Configuración en términos de Spinuzzi”.

Ambiente: Algunos coworkers pueden elegir trabajar en un espacio de coworking también por el ambiente moderno y relajado que se respira en estos espacios. Martin Frankel (E) afirma desde su experiencia en AreaTres que “capaz llegan por lo estético. Se quedan porque la energía esa y los beneficios (...) Buscan aprovechar la energía, las pilas, al buena onda profesional”.

4.1.1) Formas de Capital de Bourdieu en espacios de coworking

Como comentamos en el marco teórico, Bourdieu sostiene que existen tres tipos de capital: el capital económico, el capital cultural y el capital social.

Como vimos, los usuarios eligen utilizar los espacios de coworking por motivos muy variados. Sin embargo, podemos pensar que la búsqueda de acumulación de capital, en términos de Bourdieu, cumple un rol fundamental en la decisión de elegir utilizar un espacio de coworking en lugar de tener una oficina propia, hacer *home-office* o trabajar desde un bar.

Capital Social: Una de las funciones centrales del coworking es la de permitir y fomentar el networking, la socialización, y la formación de una “comunidad”. Quienes destacaron este aspecto, lo que buscan en definitiva es expandir su propia red de contactos, y por lo tanto aumentar su capital social. De hecho, 7 de los coworkers entrevistados sostuvieron haber aumentado sus contactos desde que iniciaron a trabajar en un coworking.

Muchos sostienen haber utilizado estos contactos para hacer consultas laborales, pedir feedback, compartir contactos, asesoramiento en distintas circunstancias:

“Lo que hay es que hay alguien que está ahí al lado y le hacés una pregunta. Y eso es difícil por ahí de darle entidad para explicarlo, pero a veces tiene muchísimo valor. Por ejemplo, yo hago informática. Si tengo un problema legal, digamos, o de marketing, es muy común que en estos lugares haya gente que haga eso. Y a veces unas pequeñas preguntas valen mucho. Es difícil marcar cual es la forma que toman (...) efectivamente en un espacio en el cual hay gente que hace muchas cosas distintas uno en general se beneficia de ese contacto con gente que no hace lo mismo que vos. Porque efectivamente te abre puertas a cosas que vos no tenés acceso común” (C-2).

“Suelo pedir feedback, me junté en más de una oportunidad con Pablo, para ver de preguntarle en cuanto a lo que es expansión, que ellos ya son cuatro personas, cómo lo hizo, cómo llevó adelante la sociedad, si incorporó a algún

miembro de su equipo como socios...” (A-1).

“Me hicieron una propuesta de trabajo y muchas veces la conversó con alguno de acá y me asesoran, como que se arma un debate...” (C-3).

Hay quienes consiguieron trabajo gracias a otros coworkers (B-1, C-2), quienes se asociaron con otros coworkers (B-1), quienes intercambian trabajo (C-3). Profundizaremos en estas relaciones en el capítulo “Configuraciones del espacio en términos de Spinuzzi”.

A pesar de que no todos lograron concretar relaciones comerciales con otros coworkers, varios de ellos admiten haber buscado, o utilizan expresiones del tipo “por ahora”, lo que indica su intención de que suceda.

“Busqué relaciones comerciales, pero los que están en mi piso son empresas más chicas en general, y por ahí mis servicios pasan a ser caros” (A-1).

“Hicimos relaciones laborales, algunas se concretaron, otras no, pero siempre están ahí para en cualquier momento...” (C-3).

Capital Cultural: En cuanto al acceso de charlas y cursos, los espacios de coworking también facilitan capacitaciones y acceso a conocimientos actualizados y novedades para ayudar a los coworkers en sus proyectos personales:

“Tenemos también capacitación profesional, porque nos interesa también proporcionarles herramientas para que hagan crecer sus carreras, sus proyectos, etc.” (B).

“Hacemos charlas temáticas, de interés para la comunidad. Ponele, las típicas que están orientadas a los freelancers o startups, como por ejemplo “Cómo manejar las redes sociales para tu emprendimiento”, “Cuáles son las tendencias en tecnología”; cosas así” (C).

Esto brinda, por lo tanto, la posibilidad de acceso a mayor **capital cultural**, el cual no suele encontrarse ni en una oficina privada ni en un bar, y menos al trabajar desde casa. Una de las entrevistadas, de hecho, sostiene que: “Acá me entero bastantes cosas que de no venir no me enteraría” (C-3).

Capital Económico: Quienes sostienen que eligen los espacios de coworking por el precio inferior a una oficina tradicional (dado que los amenities y servicios son compartidos, y por lo tanto los precios divididos entre todos) (A-1), en última instancia, buscan reducir costos para preservar su **capital económico**, o utilizar los ingresos de la empresa para invertirlos en otra cosa. En este sentido, el coworking permite eficientizar costos, utilizando solo lo que se necesita (C, C-1). Una de las entrevistadas cuenta que “naturalmente sí empezó a crecer mi trabajo. Al mes, a los dos meses iba creciendo más. También porque yo lo buscaba más, me di cuenta que el hecho de venir y sentarme me obligaba a buscar y conseguir más clientes” (C-3).

Además, aumentar el capital social y el capital cultural suele traer como consecuencia un aumento (o un potencial aumento) también del capital económico, ya que al aumentar la red de contactos se obtiene mayor difusión de tu servicio, y hay quienes pudieron sumar clientes.

4.1.2) Comunidad de trabajo en los casos estudiados

Entonces... ¿De qué hablamos cuando hablamos de una “Comunidad de Coworking”? Según Daniela (B) “Para empezar es una comunidad de profesionales. creo que en ese sentido se diferencia, para empezar, de otro tipo de comunidades (B)”.

En el marco teórico citamos la idea de Pais (2012) en la que propone que la comunidad de los espacios de coworking puede no depender de la profesión sino de una afiliación ideológica. A partir de está, supusimos que quienes hoy en día deciden llevar estilos de trabajo “alternativos”, por llamarlos de algún modo, eligen los coworking para reunirse con otras personas con intereses similares.

Al realizar la investigación empírica llamó mucho la atención la reiteración de este concepto por parte de los entrevistados. Según Daniel (D), el “hilo conductor (del coworking son) personas que buscan algo diferente” (D). Daniela (B) opina que los coworkers “entienden el trabajo de una manera no tan tradicional, y eso es algo que los conecta ya de por sí. Osea, el tener una visión distinta, del trabajo de 9 a 18, del trabajo que capaz uno hace porque hay que trabajar...” (B).

El hecho de reunirse con personas que tengan un estilo y valores similares, al menos en lo que respecta al ámbito laboral, se vuelve una necesidad para algunos coworkers. Esto se debe particularmente a que siendo emprendedor o autónomo, además de las necesidades de socialización, necesitás rodearte de gente similar, que pase por lo mismo, para comprenderse, apoyarse mutuamente y compartir las distintas etapas:

“Por ejemplo en mi caso mis amigas son todas profesionales y todas trabajan en mega empresas. Y yo no puedo conversar con ninguna de ellas. Porque yo soy la única emprendedora un grupo de 12 amigas en el cual todas hablan de su jefe, y a mi no me dan un auto, y yo tengo que pagar mi obra social, la nafta de mi auto... porque es otro tipo. Entonces, cuando vos estás rodeada de gente que está en la misma que vos es distinto, porque vos compartís desde otro lugar. Y podés generar redes y para compartir negocios con otro que necesite de tu servicio. Porque con mis amigas estamos en otra sintonía. Vos podés compartir con la misma gente cosas que a vos te pasan” (C-1).

“Yo creo que nos unimos porque estamos en la misma... Por el solo hecho de decir *‘sé por lo que estás pasando’*” (C-1).

“Es atractivo el tema de que hay gente que tiene alguna similitud, de algún estilo. Se trabaja en distintas cosas (...) pero más allá del tema de la profesión, también como que hay un estadio digamos entre el rol profesional trabajando como empleado para una empresa, y el emprendimiento, que por lo general es gente que suele estar en esa franja, con la cual hay cierta afinidad en ese estado” (C-2).

De hecho, Facundo (B-1) sostiene que desde que entraron empresas más grandes no se siente

formar parte de una comunidad como sucedía al principio:

“Al principio sí, ahora ya no tanto... Éramos más pocos, eran más los miembros fundadores, ya nos conocíamos todos. Ahora más o menos, lo que pasa es que acá entraron muchas más empresas que emprendedores. Empresas normales digamos, que no siguen tanto el ecosistema que a mi me gustaba de antes” (B-1).

En última instancia, se trata de la necesidad de un “sentido de pertenencia”, que probablemente suceda en mayor medida a quienes hoy trabajan por su cuenta que no pertenecen a una empresa. En este sentido, es posible que la comunidad de los espacios de coworking venga a suplantar a una “comunidad laboral” que se pierde al ser autónomo:

“Es un sentido de pertenencia. Como te decía, cuando uno es independiente está solo, ALONE, con tus fracasos y con todo lo que lograrás. Y el hecho de poder compartirlo te sentís parte de algo. Y el ser humano necesita! Vivimos en sociedad. Si no estaríamos en una isla solos... Uno necesita sentirse parte. Y cuando sos independiente, y todavía no la pegaste del todo, necesitás de estar acompañado. Porque, ya te digo, somos seres humanos que necesitamos estar cerquita de otros”(C-1).

“El que buscamos acá es una persona o una empresa que está buscando pertenecer a algo. Así que el target realmente es amplio (...) pero todos comparten este elemento de que les interesa estar acá más allá de la oficina o el espacio físico. Eso para mi es un poco el filtro” (E).

“La clave está siempre en la comunidad, en `yo soy parte de x porque me da x`o `porque tal fue y a tal le fue bien habiendo sido parte de eso`” (A).

También citamos en el marco teórico a Rus y Orel (20xx) quienes sostienen que la formación de este sentimiento de comunidad sirve para generar una confianza que permita el flujo de información. Esto es nombrado también por los coworkers entrevistados. Martin (C-2), por ejemplo, habla de la importancia de “tener alguna relación mínima(...) como para poder acercarte

desde algún lugar de más confianza o intimidad” a la hora de tener que pedir información o recomendaciones. También sostiene que “efectivamente en un espacio en el cual hay gente que hace muchas cosas distintas uno en general se beneficia de ese contacto con gente que no hace lo mismo que vos. Porque te abre puertas a cosas que vos no tenés acceso común” (C-2).

Una de las características determinantes de esta “comunidad” que se forma dentro de los espacios de coworking es todo el trabajo que estas tienen por detrás. No surgen de manera natural ni espontánea, sino por el contrario deben ser impulsadas por los organizadores. Daniela (B) desde su experiencia como “Head of Community Development” en La Maquinita, cuenta:

“La comunidad de alguna manera no es una comunidad que se forme de la nada. Creo que es una comunidad que se va generando con trabajo y con intención de generar. Creo que este factor (...) que los ponemos ahí a que se junten, y que hacemos acciones para que los vínculos se vayan haciendo cada vez más fuertes, creo que esa es una característica que puede distinguirlo de otro tipo de oportunidad” (B).

Martin (C-2) también cree que los propietarios de los espacios deban “fomentan mínimamente las relaciones. Porque en muchos casos son muy delgadas, están ahí, les falta un poco de fuerza para tomar cuerpo, y por ahí con algunas cosas minimas, cosas tontas como organizar alguna actividad una vez por mes, o lo que sea, probablemente generen una diferencia”.

En el caso de AreaTres (E) llevan este concepto al extremo de sostener que su edificio “es toda una comunidad *curada*” (E). De hecho, para poder trabajar allí se debe primero aplicar y luego participar de una entrevista para ver si el perfil coincide con el que interesa a AreaTres. Este no depende ni del tamaño de “ industria, madurez empresa, nacionalidad de empresa, tamaño de empresa (ni) tamaño de equipo”, sino que lo que buscan es “gente que sea *permeable* a participar” de la comunidad, “que busca ese plus”, y que por lo tanto cuando se les ofrezcan las distintas actividades “se prendan”.

Según Martín (E) las relaciones y sinergias entre los distintos coworkers “se pueden dar orgánicamente en el tiempo, pero en general las personas son poco extrovertidas”, por lo que el trabajo de los organizadores del espacio es justamente “hacer que eso pase en menos tiempo de lo

que podría darse naturalmente”. Para eso deben “conocer quién sos vos, qué haces profesionalmente, qué intereses tenés, para donde apuntas que vaya tu empresa” y ayudarte a reunirte con otros coworkers que tengan afinidades similares. Utilizan los eventos para generar espacios comunes de interacción.

Uri (A) por su parte cita el concepto de “serendipity” y dice que lo importante “no es que tenemos que estar presentes en cada una de esas conexiones, sino (...) generar el ambiente para que se produzcan, y se produzcan cada vez más”.

En este sentido, no sabemos si se podría sostener que estas comunidades tengan un “líder”, pero sí que desde la organización de los espacios se guía y organiza la dinámica que se verifica al interior de estas. En cuanto a la existencia de reglas, algunos propietarios sugirieron que estas no suelen ser explícitas, sino que suelen darse de forma natural (B, C). “el ser humano se autorregula, y que el mismo ambiente te aporta las pautas de comportamiento (...) uno se acomoda rápidamente al entorno” (C). “La propuesta en sí ya plantea como ciertas reglas que son como inherentes al espacio. Creo que la gente que no entiende bien el concepto (...) se terminan yendo solos, porque de alguna manera esa comunidad los hace sentir incómodos. (...) Ahí si funciona la comunidad... Como que expulsa solo a los miembros que no comparten en algún modo la filosofía” (B).

En conclusión, las comunidades de los espacios de coworking reúnen a las personas por su similitud en el estilo de vida (al menos en términos laborales, pero que en algún punto se vuelve una especie de filosofía de vida), que buscan un sentido de pertenencia. Es una comunidad donde el sentido pasa por la colaboración, el compartir, y la búsqueda por un crecimiento mutuo. Sin embargo, es importante destacar que se trata de una comunidad que no se da naturalmente sino que es fomentada por los propietarios del espacio para generar beneficios en los coworkers.

Sería interesante en futuras investigaciones comprender si la comunidad es aquella que se forma dentro del espacio particular, o si se podría hablar de una “comunidad de coworkers” en términos más amplios, formada por todos aquellos que eligen este estilo de vida, independientemente del espacio que elijan.

4.2) Aspectos mínimos que debe tener un espacio para ser denominado “Coworking”

Espacio físico: Al definir al coworking, es indiscutido hacer referencia a un espacio físico de trabajo. Algunos propietarios, como era de esperarse, hicieron referencia a este (B, D, E). Según ellos, debe ser suficiente para trabajar, más allá de si es compartido o no (D) y debe ser fundamentalmente agradable estéticamente (B), brindando en lo posible opciones de subespacios heterogéneos y diversos (B). Daniel (D) considera que “el coworking vino para seguir insistiendo en el punto de que (...) el espacio físico sí es importante más allá de la virtualidad, del whatsapp o de poder resolverlo vía Skype”.

Hacia una definición de coworking: A la hora de definir los rasgos mínimos que un espacio de coworking debe tener, encontramos dos posibles posturas al respecto, que chocan entre sí, y dificultan, al menos por el momento, una definición unánime.

- **Modalidad de oficina temporal:**

Llama la atención que tres de los propietarios (A, B y C) utilizaron la misma expresión al describir cómo ellos entienden al coworking: “una nueva modalidad”.

El coworking, para ellos, es una nueva modalidad de trabajo que llegó para quedarse. Es una “evolución del trabajo” (C). Esta tendencia viene de la mano de las nuevas tecnologías (A,C) y del “ingreso de los millennials en la fuerza de trabajo” (A, C).

Lo central en esta postura es la flexibilidad de contratación ofrecida por el espacio de coworking: en algunos las personas pueden alquilar una oficina a modo de membresía mensual, similar a un club (A, B), en otros la idea es simplemente “que cada persona tenga su oficina en el momento en que la precisa”, que puede ser tanto mensual como también por hora (C) o diarios (D).

- **Oficina colaborativa / Comunidad de coworking:**

Para muchos el “corazón del coworking” (B), el “punto clave” (D) está en la comunidad (también A y E). Esta permite compartir (A), colaborar (B, C), crecer (C), socializar (A). Varios de los que hacen referencia a esta también habían tenido en cuenta la importancia de la flexibilidad como diferencial del coworking. Pero en el caso de AreaTres, la opción del alquiler a corto plazo desaparece, ya que ellos no aceptan como coworkers a quienes buscan una oficina temporal. Por el

contrario, según Martín (E) lo fundamental a la hora de definir si un espacio es o no un coworking es el aspecto comunitario:

“Para mi, como yo entiendo y defino el coworking, si no tenés eso (la comunidad) no sos un coworking, sos una oficina. Podés ser una oficina temporal, (...) pero para mi lo que realmente define a un espacio de coworking es que tenga como premisa que este aspecto de comunidad es importante” (E).

Daniel (D) da una definición muy interesante. Según él, “un espacio de coworking (es) el lugar donde sucede (...) la innovación y la creatividad. (...) Son **semilleros** de generación de oportunidades, proyectos, emprendimientos, etc.”.

Comparando con las configuraciones de Spinuzzi: Si comparamos estas dos posturas con las configuraciones de Spinuzzi, podríamos pensar que en el caso de “Buenos Vecinos” la importancia está puesta en el espacio y la flexibilidad, mientras que en “Buenos Compañeros” si la comunidad pasa a ser fundamental para un mejor desempeño de este objetivo.

Resumiendo: Un espacio de coworking, por lo tanto, debe tener de manera obligatoria un espacio físico de trabajo compartido. En cuanto a las dos características descritas (modalidad de contratación y comunidad) pueden chocar, pero también pueden convivir. Hasta el momento, en los coworkings que analizamos, no siempre se pudieron encontrar los dos aspectos, por lo que no se podría afirmar que el coworking (al menos como se lo conoce hoy en día) deba tener necesariamente ambos aspectos, pero sí debe encontrarse por lo menos uno de estos.

Habrá que ver si en el futuro cercano esto varía. Como vimos en el marco teórico, Jones (2016) sostiene que en una primera etapa el coworking se centró fundamentalmente en el aspecto comunitario, teniendo como target principal a emprendedores y freelancers. A medida que fue evolucionando (y proyectando hacia los próximos años), el coworking ha comenzado a centrarse cada vez más en la modalidad de oficina flexible, y apuntando a empresas más grandes, utilizando la comunidad cada vez más como una simple herramienta de marketing.

Es posible que esta tensión que hoy en día se verifica entre estas dos características se deba a

una época de cambios y modificaciones en el mercado, y que finalmente los distintos espacios finalicen por centrarse en uno u otro de los aspectos.

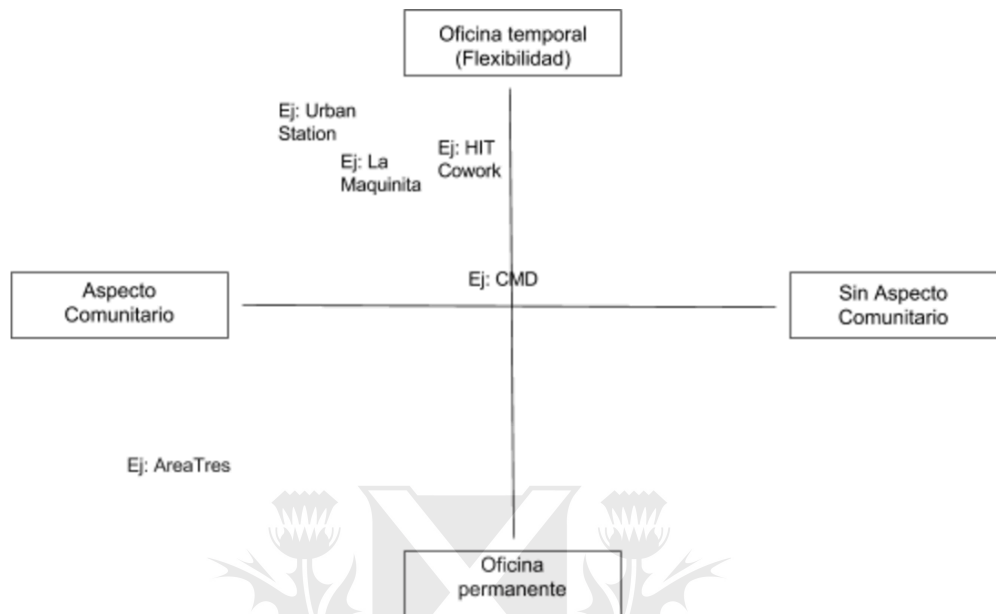


Figura 6: Posible mapa perceptual de los coworkings estudiados según las variables Comunidad y Flexibilidad del coworking,

4.3) El mercado de Coworking

4.3.1) Quién consume coworking (Target)

En general los propietarios de espacios no tienen bien en claro el target de sus espacios de coworking. Ninguno, salvo Área Tres, tiene ni barreras de entrada ni procesos de admisión para quienes tienen intención de alquilar en sus espacios. En La Maquinita (B) creen que “cuanto más heterogénea es nuestra comunidad, más se nutre”. En Urban Station (C), por su parte, buscan “democratizar la oficina”, hacerla accesible a quien la quiera cuando la quiera. En Área Tres (E) sostienen que: “el que buscamos acá es una persona o una empresa que está buscando pertenecer a algo. Así que el target realmente es amplio en industria, en madurez empresa, e nacionalidad de

empresa, en tamaño de empresa y tamaño de equipo, pero todos comparten este elemento de que les interesa estar acá más allá de la oficina o el espacio físico” (E).

Por lo tanto, los resultados parecen dar que los espacios estudiados tienen hoy en día muchos “segmentos” de coworkers, que van desde emprendedores, freelancers o startups (A,B,C) hasta grandes corporaciones (A,C).

El segmento más nombrado son las empresas relacionadas con la tecnología (A,B,C). Uri de HIT Cowork (A) sostiene que “puede ser desde una plataforma de ecommerce, de cualquier marketing digital, ya sea de email marketing, de publicidad en Google Adwords, en Facebook, en cualquier cuenta digital; consultoras”. Daniela de La Maquinita, de un modo similar, cuenta que son “sobre todo empresas de tecnología. Mucho mucho programador. Del área de marketing digital también hay bastante”. Hablando de esto, Marcelo de Urban Station (C) explica que ellos también tienen empresas tecnológicas: “nosotros vamos como abanico de clientes desde si querés el programador independiente hasta Microsoft, Google”.

Uri intenta delimitar una posible categoría más abarcativa, sosteniendo que los coworking son ideales para “cualquier cosa que implique trabajos variables por proyecto, (...) donde la propiedad intelectual no sea una gran preocupación, donde se conjugue el trabajo en equipo con valor agregado a lo que es servicios de tecnología” (A).

Daniela sostiene que a pesar que desde La Maquinita no apuntan a un target en particular, los emprendedores son “un cliente que (les interesa por el espíritu que trae” (B). Cuenta también que los coworkers del espacio tienen profesiones tan variadas que ha llegado a haber “una chica que estudió ciencias ambientales y le armaba toda el área “green” al Lollapalooza”, “abogados, diseñadores de autos...” (B).

Llama la atención que solamente Uri (A) hace referencia a la *clase creativa* que tanto se nombra en la bibliografía académica que trata sobre coworking.

Con respecto a los coworkers entrevistados, todos poseen profesiones distintas entre sí:

- Autónomos / freelancers: A-1 (Consultor de RRHH), C-1 (Abogada y consultora de

RRHH), C-2 (Programador), C-3 (Fotógrafa).

- Startups: A-2 (Mailup), B-1 (Welo), D-1 (Arbusta), E-1 (Coderhouse)
- Empresas grandes: C-3 (Omint)

Cinco de los coworkers entrevistados trabajan con actividades relacionadas con lo tecnológico (A-2, B-1, C-2, D-1, E-1).

4.3.2) Segmentos de coworkers

Al estudiar quiénes consumen coworking y porqué lo hacen, se puede realizar la segmentación de mercado de los espacios de coworking. Para esto, se tendrá en cuenta la teoría vista en el Marco Teórico sobre cómo debe ésta ser realizada, según Dvoskin (2004).

Pensando el coworking de un modo general, es posible identificar más de un grupo de consumidores distintos según sus comportamientos y actitudes frente a este servicio, teniendo en cuenta las necesidades que los usuarios buscan satisfacer a la hora de consumir este producto.

En este caso, la variable más decisiva es la Conductual, que marca la actitud de los coworkers frente al servicio proveído por los espacios. Los tres segmentos que se pueden encontrar son: Emprendedores (o Startups), Freelancers (o autónomos) y Pymes o Grandes empresas. Dentro de esta variable “conductual” se tendrán en cuenta fundamentalmente los dos aspectos que se mencionaron en el apartado de “Características mínimas que debe tener un espacio para ser denominado coworking”: la Modalidad y la Comunidad. Estos funcionarán a modo de “sub-variables”:

- Modalidad: Suelen requerir mucha flexibilidad espacial, dado que, al estar en sus primeros años del proyecto, buscan expandirse. Esta modalidad les permite crecer sin preocuparse por ese tema. Al ser profesiones de riesgo, donde un proyecto puede surgir o fracasar en poco tiempo, buscan no estar atados a largo plazo con un contrato. Además, el coworking les resulta más económico y cómodo que hacerse una oficina “de cero”.
- Comunidad: El aspecto comunitario suele ser importante, dado que generalmente

buscan rodearse de otras personas para hacer crecer sus negocios. El ambiente que se respira en los espacios de coworking puede ayudarlos a avanzar en sus proyectos.

- **Freelancers y autónomos:**

- Comunidad: Generalmente solían trabajar antes en sus casas o en bares. Por lo tanto, eligen los coworkings para salir de sus casas y del aislamiento que eso implicaba y reunirse con otros. La parte social es, por lo tanto, fundamental para este grupo.

- Modalidad: A simple vista no pareciera ser lo central para ellos, pero por alguna razón, en la investigación notamos que muchos de ellos eligen Urban Station, el coworking que se define justamente por su flexibilidad de contratación incluso por hora. Es probable por lo tanto que quieran tener la posibilidad de alquilar en un coworking cuando más lo necesitan, sin tener que atarse a largo plazo.

- **Pymes y Grandes empresas:**

- Modalidad: Utilizan coworking para cubrir los puestos nuevos que quedan sin ubicación en las oficinas actuales. Entienden que el coworking les facilita la necesidad de cubrir puestos de modo rápido y sin tanto esfuerzo. Es especialmente útil cuando están construyendo oficinas propias y mientras tanto requieren ubicar a los trabajadores de forma inmediata.

- Comunidad: Para ellos solo importa la modalidad de contratación, no dan importancia a la comunidad.

Segmento	Modalidad	Comunidad
Emprendedores/Startups	x	x
Freelancers / Autónomos		x
Pymes y Grandes empresas	x	

Tabla 2: Intereses de los segmentos de coworkers en la Modalidad (flexibilidad de contratación) y en la Comunidad.

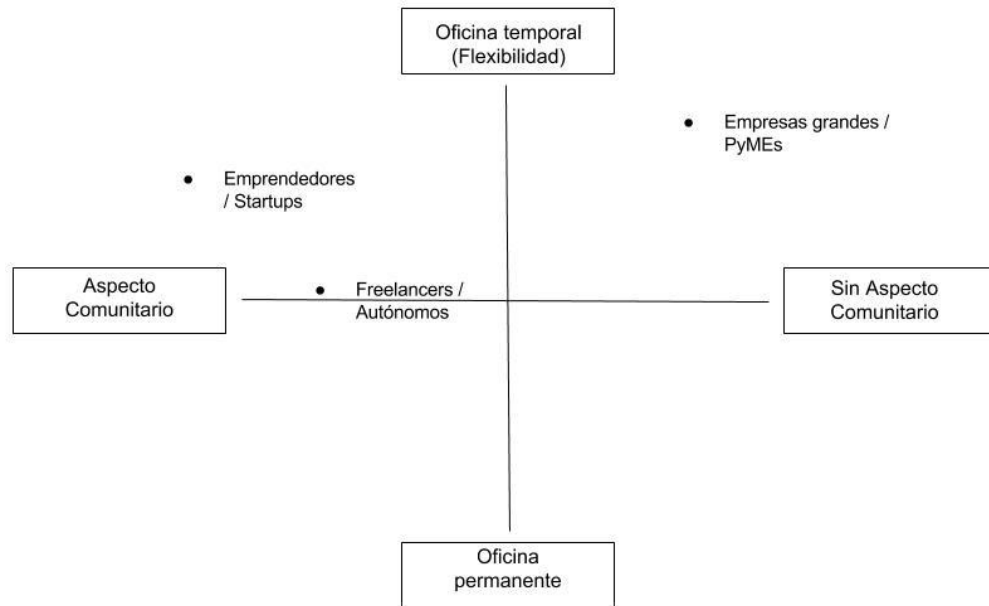


Figura 7: Mapa perceptual de los segmentos de coworkers según las variables Comunidad y Flexibilidad del coworking.

Cada espacio de coworking en particular tendrá a su vez una segmentación de mercado propia más detallada en la que se podrán tener en cuenta otras variables, como las geográficas (ya que, como vimos, la ubicación suele ser un aspecto decisivo a la hora de elegir dónde alquilar), o las demográficas enfocadas en la profesión para aquellos que busquen armar coworkings “temáticos”.

4.4) Configuración en términos de Spinuzzi

Clay Spinuzzi (2012) en su investigación sobre los espacios de coworking en Austin, Texas, identificó dos posibles configuraciones que pueden tomar los espacios de coworking: “Buenos Vecinos” o “Buenos Compañeros”. En el caso de la primera, los coworkers del espacio suelen trabajar cada uno en lo suyo, de modo independiente. Simplemente comparten un mismo espacio con otros que se dedican a otras cosas. En la segunda, los coworkers no solo comparten el espacio, sino que en algunos casos también comparten clientes. Es decir, pueden colaborar entre ellos para ofrecer algún servicio en conjunto. De todos modos, el autor concluye sosteniendo que esto debe

seguirse estudiando, ya que es posible encontrar nuevos modelos.

En las investigaciones se observan ejemplos que coinciden con estas configuraciones. Por un lado, encontramos **asociaciones** entre coworkers. Cuenta Daniela (B) que en La Maquinita “unos chicos que eran del área de marketing digital, una chica que es freelancer diseñadora, y otra que tiene más pata en lo que es publicidad y creatividad se unieron entre todos, y armaron como una agencia”. Facundo (B-1), del mismo espacio, cuenta en primera persona como conoció a dos socios en el espacio: “Yo acá conocí a mi ex socio de un antiguo emprendimiento, y a Pablo, con el que estoy haciendo un nuevo emprendimiento ahora. (...) Pablo trabajaba en la mesa de al lado. Teníamos buena onda de vernos todos los días. Y cuando a mi me empezó a ir mal con mi emprendimiento que se llamaba la Musiquita decidimos cerrarlo, y fui “che Pablo, tenés un trabajo?

En Urban “había un chico que tenía un emprendimiento, estaba haciendo un desarrollo tecnológico, una aplicación, pero estaba solo. Necesito tener programadores y contrató programadores de acá, que era otro grupo que estaba acá trabajando. Y después se asociaron con otros chicos que también estaban acá, que armaron todo el caso negocio y el paquete financiero, y después se fueron todos juntos a San Francisco a presentar el caso y a vender la compañía. Eso pasa todo el tiempo” (C). Martin (C-2) cuenta que: "Hubo una empresa alquilando acá una oficina el año pasado y coincidió el tiempo en el que yo estuve. El proyecto en el que yo estaba medio que se “frizó”, se cortó eso, y si bien yo no tenía demasiado... no había una afinidad demasiado concreta en lo que hacíamos con esa empresa yo me acerqué a hablar, no para una posición pero sí para ver de trabajar por algún proyecto, y sí se dio que yo ahora estoy haciendo un proyecto con ellos, corto, de unos meses”.

También vemos que algunos de los coworkers entrevistados nombran la importancia que tiene para ellos la “imagen profesional” que les brinda trabajar en un coworking (B-1; A-1): “Te sentís como... te da otro marco digamos no? Más, si quieres llamarlo, de seriedad. Sobre todo cuando recién arrancamos” (B-1).

Sin embargo, no necesariamente aparecen como opuestas, ya que, por ejemplo, el coworker Facundo Basílico (B-1) nombra dentro de sus motivos para elegir coworking tanto la imagen

profesional como la búsqueda por asociarse con otros.

Además, al investigar los espacios de coworking en Buenos Aires, podríamos encontrar una configuración distinta, que Spinuzzi no consideró en su texto. Esto puede deberse a la distancia temporal, ya que fue escrito hace ya más de 4 años. Dentro de los espacios, se dan relaciones laborales a veces más complejas que la sola idea de “compartir un cliente”. De hecho, muchos de los coworkers también han conseguido clientes dentro del espacio mismo, tanto en otros coworkers como también al espacio de coworking mismo.

Daniela (B) cuenta el caso de una chica que “es traductora, y gente que necesita traducir la contratan”, o de un grupo de programadores que ella cree que en gran parte su crecimiento fue por estar acá adentro, porque trabajaron por lo menos desarrollándose web., aplicaciones, etc. a por lo menos 7 empresas de acá adentro, La Maquinita incluida” (B).

Marcelo (C), por su parte, comparte un ejemplo claro que sucedió en Urban Station, en el que unas arquitectas que “le han hecho muebles a otros clientes de acá” (C). Angela (C-3) cuenta que dentro del espacio de coworking conoció a otro que “hace eventos, pero también es coach, e intercambiamos trabajo. El a mi me ofrece de sus servicios y yo le devuelvo haciéndole fotos para algo”. Uri cuenta que en HIT (A) también sucede mucho.

Los tres espacios de coworking sostienen haber contratado servicios de los coworkers de su espacio. En este sentido, los coworkings pasan a ser también actores dentro de la comunidad que, a pesar de siempre vender sus servicios a los coworkers, también los coworkers a veces venden sus servicios a los espacios de coworking. “Nosotros mismos, como proveedores del espacio, contratamos servicios de gente que está acá, y hemos también desde referido, recomendado a clientes, o conectado a posibles socios para hacer negocios” (A). “De hecho, nuestros proveedores de tecnología son unos chicos que trabajan acá” (D).

□

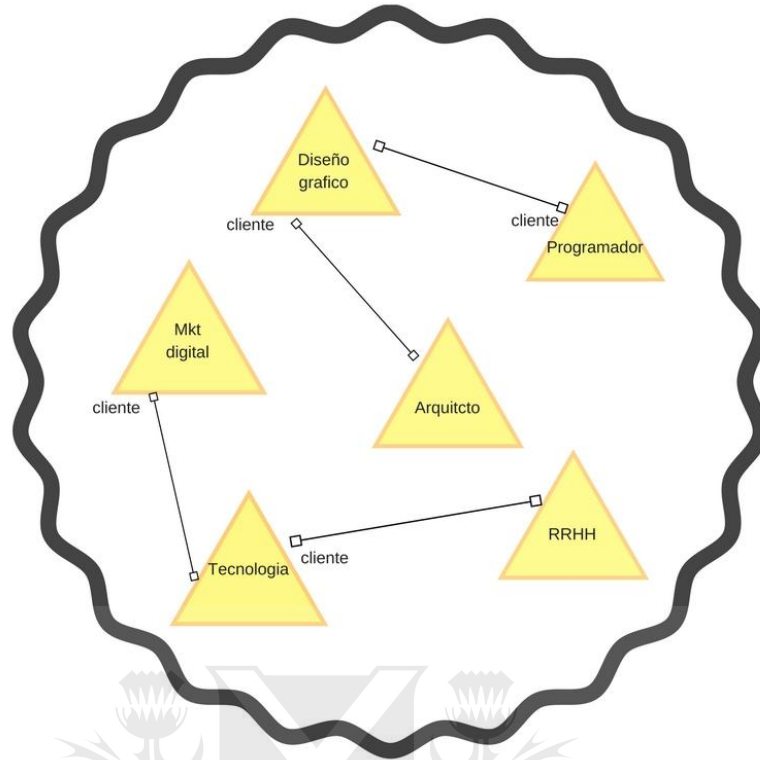


Figura 8: Basada en los gráficos realizados por Spinuzzi que representan las configuraciones de Buenos Vecinos y Buenos Compañeros, así podría verse la nueva configuración propuesta de “Buenos Coworkers”.

Universidad de
San Andrés

5) Conclusiones

A lo largo del presente trabajo de graduación se intentó dar luz sobre los espacios de coworking en la Ciudad de Buenos Aires, Argentina. Para esto, se tomaron cinco espacios de coworking con sede en la ciudad: HIT Cowork, La Maquinita, Urban Station, Area Tres y el CMD (Centro Metropolitano de Diseño). De cada espacio, se entrevistó como mínimo a un dueño o miembro del staff, y a un coworker.

En relación a las preguntas de investigación planteadas, se puede concluir en primer lugar que un espacio de coworking es un lugar de trabajo que debe poseer o una modalidad de contratación flexible (mensual o diaria), y/o un ambiente colaborativo en el cual se forme una “comunidad” de trabajadores.

En cuanto a quienes consumen coworking y porqué, se pudieron identificar tres distintos segmentos de consumidores de coworking, que eligen estos espacios por motivos muy variados entre sí. Estos tres segmentos son: Emprendedores y Startups, Freelancers y autónomos, y Grandes empresas o PyMEs.

Entre los motivos por los que se elige el coworking, se encuentran los derivados de las necesidades de salir de los problemas causados por el home office, como el aislamiento y las distracciones; los beneficios que estos espacios brindan en comparación con las oficinas tradicionales, la ubicación; el precio; el ambiente; el aspecto social, comunitario y la posibilidad de hacer networking. En términos de Bourdieu, citado en el marco teórico, se podría afirmar que los coworkers eligen trabajar en estos espacios ya que les permiten aumentar sus tres tipos de capital: social, cultural y económico.

Este estudio, de carácter exploratorio, podrá servir de base para futuras investigaciones sobre el fenómeno del coworking, tanto en Argentina como así también en otros países. El presente trabajo de graduación incluyó solamente cinco espacios por motivos prácticos, pero sería interesante realizar una investigación más detallada incluyendo más espacios de coworking del país. Por otro lado, podría ser muy interesante incluir en futuros estudios un análisis de tipo etnográfico para comprender más a fondo las dinámicas que se producen dentro de los espacios de coworking.

También se podría realizar alguna investigación de tipo longitudinal en el tiempo para comprender los beneficios reales que aporta a los coworkers tener su oficina en un espacio compartido.

Para concluir, es fundamental recordar que el fenómeno del coworking se encuentra en la actualidad en constante transformación, por lo que habrá que analizar cómo continúa evolucionando en el tiempo.

5.1) Consideraciones finales

A partir de comprender el impacto que la tendencia del coworking puede aportar a los espacios de trabajo tales como la oficina, podríamos imaginar nuevos nichos donde el coworking pueda ser aplicado de modo más específico aún. La economía colaborativa viene a eficientar gastos que pueden ser compartidos, para reducir costos y permitir acceso a mayores estándares tecnológicos.

Pensemos en otras actividades, pertenecientes a campos muy variados que hoy en día, al igual que en las oficinas tradicionales, requieren una inversión y costos de mantenimiento, que podrían ser reducidos con esta modalidad.

Los psicólogos, por ejemplo, suelen poseer un consultorio privado, quizás compartido con algún otro profesional, pero que permanece vacío durante varias horas del día, o de la semana incluso. ¿Qué pasaría si, en vez de poseer su espacio privado alquilan solamente las horas necesarias para cubrir la demanda que poseen? Se podrían de hecho hacer espacios diseñados particularmente para este tipo de consultas.

Para pensar un paso más allá, consideremos qué pasaría si en lugar de un simple espacio con un sillón para el paciente, nos enfocáramos en consultorios odontológicos. El equipamiento compartido podría ahorrar a los dentistas la enorme inversión en maquinaria, y por qué no también reducir los costos de la consulta y tratamientos.

Estos son tan solo unos ejemplos, pero se puede pensar este concepto desde los oficios más tradicionales, como los carpinteros o los artistas, hasta las tareas más innovadoras como talleres de robótica o *makerspaces* con impresoras 3d y otras tecnologías.

Por otro lado, resulta interesante también pensar en cómo este cambio cultural en la mentalidad de las personas hacia esta nueva tendencia de la economía colaborativa pueda ir más allá del coworking para alcanzar nuevos aspectos de la vida. Actualmente se está difundiendo cada vez más la nueva tendencia del “co-living”, “una nueva forma de vivir centrada en un sentido genuino de comunidad, usando espacios compartidos y *facilities* para crear un estilo de vida más conveniente”⁹.

La tendencia del home office o el teletrabajo es cada vez más fuerte en las empresas, y los trabajadores son cada vez más exigentes a la hora de definir dónde y cuándo trabajar. La cercanía de la oficina al hogar es muy valorada hoy, y las empresas deberán comprender el potencial de los espacios de coworking como una alternativa más profesional y segura para acercar el trabajo a los hogares, evitando la congestión de tráfico en horas pico y eficientizando el tiempo de viaje a sus trabajadores.



⁹ Definición tomada de: <https://www.thecollective.co.uk/coliving> el 27/03/2017

6) Referencias Bibliográficas

- Arvidsson E. e Colleoni A. (2015). Metodi di acquisizione e riconoscimento delle skills informali dei giovani nell'economia della conoscenza a Milano. Il ruolo dei co-working spaces a Milano. Unpublished Report, Office for Youth, Municipality of Milan.
- Bauman, Z. (2003). En busca de seguridad en un mundo hostil. *Siglo XXI, Madrid*.
- Beyers, W. B., & Lindahl, D. P. (1996). Lone eagles and high fliers in rural producer services. *Rural Development Perspectives, 11*, 2-10.
- Botsman, R., & Rogers, R. (2011). *What's mine is yours: how collaborative consumption is changing the way we live*. London: Collins.
- Bourdieu, P., Inchausti, A. G., & Beneitez, M. J. B. (2001). *Poder, derecho y clases sociales* (Vol. 2). Capítulo IV. Bilbao: Desclée de Brouwer.
- Butcher, T. (2013). Coworking: locating community at work. In *Annual Australia New Zealand Academy of Management (ANZAM) Conference, Hobart, Australia*.
- Capdevila, I. (2013). Knowledge dynamics in localized communities: Coworking spaces as microclusters.
- Cappelli, P. H., & Keller, J. R. (2013). A study of the extent and potential causes of alternative employment arrangements. *Industrial & Labor Relations Review, 66*(4), 874-901. Available at SSRN 2414121.
- Cirillo, C. (2017). Has coworking gone corporate? A dozen reasons why the answer is absolutely! *Untethered*. <http://carolyncirillo.com/untethered/corporate-coworking>
- Deskmag (2015). "The fifth global survey 2015".
- Durkheim, É. (2013). *La división del trabajo social*. (A. J. Ribes, Ed.) (1.^a ed.). Biblioteca Nueva Minerva.
- Dvoskin, R. (2004). *Fundamentos de marketing: teoría y experiencia*. Ediciones Granica SA. Florida, R. (2002). The rise of the creative class. *The Washington Monthly, 34*(5), 15-25.
- Gandini, A. (2015). The rise of coworking spaces: A literature review. *ephemera, 15*(1), 193.
- Gansky, L. (2010). *The mesh: Why the future of business is sharing*. Penguin.
- Grupo 4S (2016). Coworking: ¿el único tipo de oficinas que desarrollaremos a futuro? *Minds over markets*. <https://grupo4s.com/2016/11/22/ofi-futuro/?platform=hootsuite>
- Goffman, E. (1978). *The presentation of self in everyday life*. Harmondsworth.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2003). Metodología de la

- investigación. La Habana: Editorial Félix Varela, 2.
- Hunt, T. (2009). *The whuffie factor: Using the power of social networks to build your business*. Crown Pub.
- Jones, D. (2016). "The Coworking Industry. Then, Now and Tomorrow". OpenWork Agency Partner.
- Kenline. (2012). "Defining a Culture": The Paradigm Shift a Collaborative Economy.
- Matzler, K., Veider, V., & Kathan, W. (2015). Adapting to the sharing economy. *MIT Sloan Management Review*, 56(2), 71.
- Merkel, J. (2015). Coworking in the city. *ephemera*, 15(1), 121.
- Moriset, B. (2013). Building new places of the creative economy. The rise of coworking spaces.
- Muñoz, C. (2016). El futuro del Real Estate: Cómo anticiparse y construir en un mundo disruptivo de constante cambio.
- Oldenburg, R. (1989). *The Great Good Place: Cafes, Coffee Shops, Community Centers, Beauty Parlors, General Stores, Bars, Hangouts, and How They Get You Through the Day*.
- Pais, I. (2012). *La rete che lavora*. Milano: Egea.
- Petch, Z. (2015). The urban planner's to Coworking: A case study of Toronto, Ontario.
- PlanC. (2015). Encuesta coworking Argentina 2015.
- Riva, F. (2014). *Il distretto industriale e il coworking. La comunità che lavora*. Tesi di Laurea Triennale, Università degli studi di Milano.
- Rus, A., & Orel, M. (2015). Coworking: a community of work. *Teorija in Praksa*, 52(6), 1017.
- Spinuzzi, C. (2012). Working alone together coworking as emergent collaborative activity. *Journal of Business and Technical Communication*, 26(4), 399-441.

7) Anexos

7.1) Tabla comparativa de resultados “¿Porqué se elige trabajar en un espacio de coworking?”

Nº del entrevistado (Coworkers)	A-1	A-2	A-3	B-1	C-1	C-2	C-3	D-1	E-1
Espacio	HIT	HIT	HIT	La Maquinita	Urban Station	Urban Station	Urban Station	CMD	AreaTres
Nombre	German Casado De Achaval	Guido Boulay	Carlos Mazzaro	Facundo Basilio	Julieta Viral	Martin Carames Abente	Angela Braun	Bruno Di Vincenzo	Christian Saavedra
Pagar una sola factura	x	x							
Poner mi cabeza en mi negocio y no en otras cosas	x	x				x	x		
Mayor productividad				x			x		
Que sea más barato	x								
Imagen corporativa	x			x					x
Ubicación	x	x			x	x	x		
Café	x	x		x	x				
Internet		x		x		x	x		
Silencio						x			
El espacio físico		x			x	x			
"Es divertido"				x					
Salas cerradas		x		x					
Flexibilidad de contratación					x				
Socialización (y/o salir del aislamiento de casa)				x	x	x			
Distracciones en casa				x	x		x		

Acceso a información y novedades							x		
Contactos (Capital Social)					x	x	x		
Relaciones con otros Coworkers	x	NO	NO		x	x	x		x
Relaciones comerciales con otros coworkers / Conseguir trabajo	NO	NO		x	NO.	NO	x		
Relaciones sociales con otros coworkers	x				x		x		
Feedback / intercambio de información	x				x	x	x		
Participa de eventos?				x	x	x			x

7.2) Guía de entrevistas

7.2.1) Guía de entrevistas para **Propietarios** de espacios de coworking

1. Presentación propia y descripción breve del proyecto:

Mi nombre es Greta, estudiante de Comunicación en la Universidad de San Andrés, y estoy realizando mi tesis sobre el Coworking en Argentina.

2. Presentación del tema de la entrevista:

En esta entrevista buscaremos entender qué es y cómo funciona el “coworking”. Te voy a hacer algunas preguntas para que me vayas contestando, sentite libre de responder y agregar lo que quieras, y en caso de no sentirte cómodo/a no es necesario que respondas. Te recuerdo que la entrevista es confidencial, y que va a ser grabada sólo para facilitar el trabajo, a menos que prefieras que no lo realicemos. Además, los resultados serán usados solamente para difusión académica sin fines de lucro.

Por otro lado, te voy a enviar la entrevista transcrita para el caso en el que desees cambiar algo, y la tesis final si te interesa.

3. Desarrollo de la entrevista:

(Qué es coworking)

¿Cómo conociste el concepto de coworking?

¿Cuándo decidiste armar tu propio espacio de coworking y por qué?

¿A qué te dedicabas antes de abrir tu espacio de coworking?

¿Cómo definirías al “coworking”?

(Quién consume coworking)

¿A qué target de clientes apunta tu espacio de coworking? ¿Tienen uno en particular o distintos segmentos?

¿Qué profesiones tienen quienes utilizan hoy en día (o han utilizado previamente) en tu espacio?

¿Qué acciones hacen para llegar a su target objetivo?

¿Cuántas personas conforman la comunidad de tu espacio?

(Por qué lo consumen)

¿Por qué creés que las personas eligen utilizar un espacio de trabajo dentro de un coworking, en un contexto en el que pueden trabajar desde sus casas? ¿Qué creés que esperan del espacio?

¿Qué diferencial creés que aporta a los consumidores tu espacio de coworking en particular?

(Comunidad)

¿A qué se refieren cuando hablan de “Comunidad” dentro del espacio de coworking?

¿Qué características tiene esta comunidad?

¿Tienen alguna estrategia para generar interacción y socialización entre los miembros?

¿Qué tipos de relaciones tienen los coworkers del espacio entre sí? ¿Buscan socializar o hacer negocios juntos?

¿Sabés si hubo casos en los que se han generado ventas dentro del coworking de los servicios de alguno de los coworkers?

¿Y asociaciones para nuevos proyectos en conjunto?

¿Con qué frecuencia suele suceder?

4. Cierre y agradecimiento:

Acá termina la entrevista. ¿Querés agregar algo más a lo que ya hablamos?
Muchísimas gracias por tu participación.

7.2.2) Guía de entrevistas para Coworkers

1. Presentación propia y descripción breve del proyecto:

Mi nombre es Greta, estudiante de Comunicación en la Universidad de San Andrés, y estoy realizando mi tesis sobre el Coworking en Argentina.

2. Presentación del tema de la entrevista:

En esta entrevista buscaremos entender qué es y cómo funciona el “coworking”. Te voy a hacer algunas preguntas para que me vayas contestando, sentite libre de responder y agregar lo que quieras, y en caso de no sentirte cómodo/a no es necesario que respondas. Te recuerdo que la entrevista es confidencial, y que va a ser grabada sólomente para facilitar el trabajo, a menos que prefieras que no lo realicemos. Además, los resultados serán usados solamente para difusión académica sin fines de lucro.

Por otro lado, te voy a enviar la entrevista transcrita para el caso en el que desees cambiar algo, y la tesis final si te interesa.

3. Desarrollo de la entrevista:

¿A qué te dedicas?

¿Hace cuánto?

¿Cuántos empleados tiene tu empresa?

¿Qué hacías antes?

¿Qué edad tenés?

(Qué es coworking)

¿Qué es para vos un CS?

¿Cómo conociste el concepto de coworking?

¿Por qué decidiste empezar a trabajar en un espacio de coworking? ¿Hace cuánto fue? ¿Esta es tu primera experiencia o probaste en otro antes?

¿Encontrás diferencias entre el estilo de trabajo en un espacio de coworking y una oficina tradicional, o donde trabajabas antes (puede ser home office tmb)?

¿Qué tipo de “plan” tenés? Desk, oficina cerrada, ...

(Quién consume coworking)

¿Qué profesiones tienen quienes alquilan hoy en día (o han alquilado previamente) en tu espacio?

(Relaciones entre coworkers)

¿Tenés relación con los otros coworkers de tu espacio?

¿Cómo generaste esas relaciones?

¿Qué tipos de relaciones tenés con ellos? ¿Buscan socializar simplemente o generar redes de networking pensando en proyectos en conjunto?

¿Creés haber aumentado tu “red de contactos” por trabajar en un CS?

- ¿Alguna vez te surgió algún negocio en conjunto con otro coworker?
- ¿Sabés de alguien que haya encontrado un “socio” dentro del espacio?
- ¿Alguna vez vendiste o contrataste un servicio a/de otro coworker de tu espacio?
- ¿Solés pedir o dar feedback o consejos a otros coworker?
- ¿Asistís a eventos organizados por el espacio? ¿A cuales (after office, charlas, capacitaciones)?
- ¿Considerás importante el acceso a estas capacitaciones?
- ¿Sentís ser parte de una “comunidad” al pertenecer a este espacio? ¿Qué características tiene esta?

(Por qué lo consumen)

- ¿Qué esperás de un espacio de coworking?
- ¿Por qué elegiste trabajar en un espacio de coworking en vez de en una oficina tradicional?
- ¿Por qué elegiste trabajar en este espacio en particular? ¿Qué aspectos positivos destacás?
- ¿Qué no te gusta?
- ¿Considerás importante la ubicación al elegir un espacio de coworking?
- ¿Aumentaste tus ganancias? ¿Y tus conocimientos?

4. Cierre y agradecimiento:

Acá termina la entrevista. ¿Querés agregar algo más a lo que ya hablamos?
Muchísimas gracias por tu participación.

7.2.3) Guía de entrevistas para **Gobierno de la Ciudad**

1. Presentación propia y descripción breve del proyecto:

Mi nombre es Greta, estudiante de Comunicación en la Universidad de San Andrés, y estoy realizando mi tesis sobre el Coworking en Argentina.

2. Presentación del tema de la entrevista:

En esta entrevista buscaremos entender qué es y cómo funciona el “coworking”. Te voy a hacer algunas preguntas para que me vayas contestando, sentite libre de responder y agregar lo que quieras, y en caso de no sentirte cómodo/a no es necesario que respondas. Te recuerdo que la entrevista es confidencial, y que va a ser grabada sólomente para facilitar el trabajo, a menos que prefieras que no lo realicemos. Además, los resultados serán usados solamente para difusión académica sin fines de lucro. Por otro lado, te voy a enviar la entrevista transcrita para el caso en el que desees cambiar algo, y la tesis final si te interesa.

3. Desarrollo de la entrevista:

(Perfil del entrevistado)

¿Qué puesto o roles ocupas dentro del Gobierno?

(Qué es coworking)

¿Cómo conociste el concepto de coworking?

Desde hace un tiempo desde el Gobierno de la Ciudad están apoyando el crecimiento de los espacios de coworking en Argentina, ¿qué potencial le ven? (Hay autores que piensan que el coworking debe ser fomentado porque impulsa la economía)

¿Cómo definirías al “coworking”? ¿Qué características creen que debe tener un coworking ideal?

Contame un poco sobre la Ley de Coworkings en la que vienen trabajando.

¿Tienen espacios de coworking públicos? ¿Planean abrir nuevos?

¿Cómo se imaginan el futuro del coworking?

(Por qué lo consumen)

¿Por qué creés que las personas eligen utilizar un espacio de trabajo dentro de un coworking, en un contexto en el que pueden trabajar desde sus casas? ¿Qué creés que esperan del espacio?

¿Qué crees que el espacio les da realmente?

4. Cierre y agradecimiento:

Acá termina la entrevista. ¿Querés agregar algo más a lo que ya hablamos?
Muchísimas gracias por tu participación.

7.3) Transcripción Entrevistas

Transcripción de la entrevista Propietario A - Uri Iskin, CEO de HIT Cowork

¿Cómo conociste el concepto de coworking?

El concepto de coworking me llegó a través de notas de prensa, por seguir información sobre tecnología y emprendedorismo por mi trabajo en Telefónica. Luego me lo acercó también mi tío, Alejandro Gawianski, el presidente de HIT, buscando crear esta nueva unidad de negocios dentro de lo que es HIT.

¿A qué te dedicabas antes de abrir tu espacio de coworking?

Me recibí de economía en la Universidad de San Andrés, hice una maestría en Marketing, estuve 10 años trabajando en Telefónica en diferentes áreas entre Comercial, Marketing y Estrategia.

¿Cuándo decidiste armar tu propio espacio de coworking y por qué?

Hace ya 2 años o un poco más Alejandro me acercó la propuesta de crear esta nueva unidad de negocios dentro de HIT. Yo tenía la fantasía de cultivarme primero en una gran empresa, para aprender los procesos y las formas de trabajar, para luego aplicarlo para un proyecto más propio y personal y surgió la oportunidad con HIT.

¿Cómo definirías al “coworking”?

El coworking es una nueva moda o manera de trabajar. A raíz de lo que es el surgimiento de las nuevas tecnologías, que uno puede trabajar desde cualquier lugar del mundo y del ingreso de los jóvenes, millennials en la fuerza de trabajo, donde uno ya no posterga sus sueños y vive disfrutando lo que hace, estos ingredientes se mezclan en estos nuevos espacios a los que uno va porque disfruta ir, y hace el trabajo no sólo, sino en comunidad con otra gente. para poder tener compañeros en estas nuevas modalidades desde freelancers hasta “solopreneurs”; en las que trabajas sólo, por tu cuenta, buscas también estar inmerso en una comunidad donde se pueden compartir desde clientes, modos de trabajar, o simplemente socializar con otra gente.

¿A qué target de clientes apunta tu espacio de coworking? ¿Tienen uno en particular o distintos segmentos?

HIT por venir de lo que es el Real Estate y el armado de estas oficinas, que empezó en Parque Patricios, en el Distrito Tecnológico para grandes empresas de tecnología, de hecho la sigla de HIT fue cambiando, empeño de “Hoteles de Industria tecnológica”, después pasó a ser Hoteles de Innovación tecnológica, siempre nos enfocamos en el distrito, en grandes empresas, también por el know how del grupo y de las otras empresas del grupo, tuvimos desde el negocio del cowork una cercanía mayor con este tipo de empresas (las que eran clientes del grupo). Sin embargo, siempre buscamos también estar cerca de lo que son los nuevos tipos de empresas, las startups tecnológicas, y no tecnológicas también. Las creativas, de diseño, que están más cerca de lo que es hoy el coworking, llegando también a PYMES.

¿Qué profesiones tienen quienes utilizan hoy en día (o han utilizado previamente) en tu espacio?

Tecnológicas es uno de los principales rubros, que puede ser desde una plataforma de ecommerce, de cualquier marketing digital, ya sea de email marketing, de publicidad en google adwords, en fb, en cualquier cuenta digital; consultoras. Cualquier cosa que implique “trabajos variables por proyecto”. Trabajos donde la propiedad intelectual no sea una gran preocupación, donde se conjugue el trabajo en equipo con valor agregado a lo que es servicios de tecnología.

También pega mucho con la clase creativa, lo que es diseño gráfico, diseño industrial, eso por lo menos desde el lado de HIT.

Fuera de eso me imagino que tmb empresas de producción, con lo que son los micro makerspace, deben buscar este tipo de espacios. Y bueno, en otros lugares del mundo ya fue contagiando a muchos otros sectores, desde bancarios, grandes corporaciones de telecomunicaciones, finanzas, etc.

¿Qué acciones hacen para llegar a su target objetivo?

Tenemos mucha tracción por parte de HI Real Estate, y de ahí surge la demanda en lo que es pedidos por espacios más temporales y variables. también canales de venta de tipo mayorista, que vendrían a ser lo que son los brokers. y obviamente para llegar al público más masivo hacemos campañas digitales, google y FB básicamente.

¿Por qué creés que las personas eligen utilizar un espacio de trabajo dentro de un coworking, en un contexto en el que pueden trabajar desde sus casas? ¿Qué creés que esperan del espacio?

En mi idea coworking resuelve más de un problema. Hay varias necesidades y diferentes problemas, que el coworking se conjuga como una única solución para todo eso.

Por un lado, cuando trabajas en tu casa tenes muchas interrupciones que no producis de la misma manera. Ni hablar los que tienen hijos chicos, estar trabajando en ese ambiente se vuelve poco propicio.

Por otro lado, hay mucho valor en este sentido de comunidad, en trabajar con gente que no trabaja en lo tuyo, pero poder relacionarte y compararte con pares. Como que se empujan juntos. En mi experiencia de haber trabajado en una empresa, pasaba mucho eso. como que te vas fijando metas personales de tu desarrollo en comparación con otros también, y eso creo que es positivo.

El evitar la soledad, hay gente que busca estar en compañía de otros.

Hablando de estos tres puntos, parece que haya otras soluciones para esto, como ir a un bar o armarte tu propia oficina. El coworking surge como una solución mucho más propicia para lo que es producción y costos.

¿Y las empresas grandes?

Para una empresa la inversión en sus oficinas o *facility's* son una inversión importante, además de una preocupación por gestionar, donde para ser eficiente hace falta medir claramente la vacancia de cada espacio, sala de reuniones, comedor, etc. Además, esta inversión se convierte en un activo y como tal no sólo no se deduce de gastos sino que se activa y paga impuestos CAPEX. Varias empresas están innovando en tercerizar la gestión e inversión OPEX, para concentrar sus recursos en su core business, delegando en expertos la gestión del espacio, la inversión y flexibilizando los espacios de amenities hasta por uso por horas. En HIT Cowork, por ejemplo, tenemos empresas como Accenture, Omint, Arrow, Tech Mahindra alquilando oficinas.

¿Qué diferencial creés que aporta a los consumidores tu espacio de coworking en particular?

Aporta un nivel de calidad mayor en lo que son las prestaciones tanto de lo que es el espacio, desde el diseño arquitectura y equipamiento. Tmb los servicios, desde la conexión a Internet hasta la parte de limpieza, que es constante, siempre en buen estado. Internet operativo funcionando, desde eventos, actividades para hacer networking...

Algo que también caracteriza a HIT es la luz natural que entra en los espacios. De hecho, nos pasó acá en Pampa que la gente que vino se quedó. Tuvimos muy baja rotación, se ve que es un lugar donde la gente llega y se queda, y disfruta de trabajar acá. Elige todos los días quedarse.

¿Tienen alguna estrategia para generar interacción y socialización entre los miembros?

Hay que separar lo que es la realidad de lo que es el ideal. La estrategia inicial fue el desarrollo de lo que es el Club HIT, donde nos propusimos llevar a cabo generar tanto valor en lo que es nuestra propuesta p que la gente esté dispuesta a quedarse y participar de estas actividades y eventos, sociales, que pueda hacer que la comunidad se sienta más participe, que no necesite el espacio de trabajo, que no vengan solo a trabajar sino que sea casi como un club donde la gente venga, no a ejercitar su cuerpo, sino su cabeza, su motor productivo, buscando justamente pertenecer, ser parte. Esa es nuestra estrategia. creemos que hoy coworking es una categoría nueva, que la gente no lo conoce, pero que se va a masificar bastante. y van a aparecer muchas propuestas. De hecho si miras encuestas de todo el mundo, se están duplicando cada año los espacios y la gen

En algún momento van a haber propuestas que lo vana mediatizar, o propuestas verticales (coworkings específicos para sectores específicos), pero lo clave está siempre en la comunidad, en “yo soy parte de x porque me da x” o porque tal fue y a tal le fue bien habiendo sido parte de eso). Eso sería la parte más estratégica de lo que es armar un coworking hoy.

¿Qué tipos de relaciones tienen los coworkers del espacio entre sí? ¿Buscan socializar o hacer negocios juntos?

Este coworking puntual, el de Pampa, yo fui parte de sus inicios, de que cada persona, conozco quien anda por acá, y surge naturalmente la social. Se habla de este concepto de serendipity, es que naturalmente se producen esas conexiones o esas magias, y en los coworkings se produce medio naturalmente, no es que tenemos que estar presentes en cada una de esas conex, sino que se van dando solas, y tenemos que generar el ambiente para que se produzcan, y se produzcan cada vez más.

Es bueno, es malo, osea, como toda relacion, a veces se comparten cliente y se ganan nuevos clientes y se gana, y a veces se producen algunas diferencias, y creemos que no pero creemos que ese es aprendizaje y crecim para todos, y es algo que la gente busca.

Si es bueno que exista como una barrera de entrada para la gente q participa de esta comunidad, y que sea gente que es compatible y que busque está manera de hacer las cosas.

¿Sabés si hubo casos en los que se han generado ventas dentro del coworking de los servicios de alguno de los coworkers? ¿Y asociaciones para nuevos proyectos en conjunto?

Gente que tenían clientes que le pedían de repente dentro de lo que es su relación proveedor cliente normal, necesitaba agregarle algún tipo o producto o servicio que este proveedor no ofrece. Van, lo comparten con el grupo, ya sea en un almuerzo o con alguien que puntualmente creen que se pueden ayudar, y se conectan. Osea por la simpleza de estar, de todos los dias verse la cara, saber como trabaja el otro, te genera otro tipo de vínculo. Hemos visto casos en los que dos empresas diferentes comparten clientes. No te diría que comparten empleados, pero sí servicios. Nosotros mismos, como proveedores del espacio, contratamos servicios de gente que está acá, y hemos tmb desde referido, recomendado a clientes, o conectado a posibles socios para hacer negocios.

Me acuerdo por ejemplo cuando Emiliano de Ecommerce le hizo la nueva plataforma a Valentin... Hay varios casos.

También puede pasar que compitan. Hay dos de soho que están luchando por un mismo cliente, dos diseñadores...

¿Algo para agregar?

Me pregunto si hay un número ideal de tamaño para empresas que eligen trabajar en un coworking.

Se suele decir “somos una empresa chica podemos ir a un c, somos grande no”. Que a la empresa chica cuando llega a un num decide pasarse a ofi privada. Pero eso no explica por qué las empresas grandes eligen coworking. Por lo tanto creo que es un mundo complejo y que resuelve muchos problemas distintos, entonces a algunos les conviene algo y a la empresa grande le está resolviendo otro problema. En el caso de accenture puntualmente se nos acercó

porque ya tiene un proyecto de inversión, no tiene el capital de inver pero tiene que empezar el proyecto. porque tiene gente que no tiene hoy espacio para trabajar.

Transcripción de la entrevista: Coworker 1 Espacio A (Guido Boulay)

¿A qué te dedicas? ¿Hace cuánto? ¿Cuántos empleados tiene tu empresa? ¿Qué hacías antes? ¿Qué edad tenés?

Trabajo en Mailup, una plataforma para hacer envíos de mailing y sms, y estamos haciendo el desarrollo de Mailup en América Latina, desde las oficinas acá en Buenos Aires. Desde hace 1 año y medio. Somos dos personas, eramos 4 y espero que seamos 4 nuevamente pronto.

Antes de Mailup trabajaba en Master-bulk, que es una plataforma similar, pero de una compañía chilena. Tengo 32 años.

¿Cómo conociste el concepto de coworking?

El concepto de coworking supongo que lo conocí yendo a algún evento o reunión en algún coworking, si no me falla fue en Area Tres en una charla.

¿Por qué decidiste empezar a trabajar en un espacio de coworking? ¿Hace cuánto fue? ¿Esta es tu primera experiencia o probaste en otro antes?

Empecé a trabajar en un coworking por varias cosas. En primer lugar, es una forma rápida y flexible de empezar a trabajar, porque llegás, contratas y empezás a trabajar, no tenés que contratar una oficina, yo he armado oficinas para otras empresas donde he trabajado y lleva tiempo. También Mailup al ser una empresa extranjera era más fácil, porque para hacer un alquiler normal tenés que tener garantías, firmar contratos, etc., y de esta manera se contrata un servicio en la medida que necesitás. La primera vez que empecé a trabajar en coworking fue con Mailup, hace un año y medio, en HIT.

¿Encontrás diferencias entre el estilo de trabajo en un espacio de coworking y una oficina tradicional, o donde trabajabas antes

Es más práctico, porque sólo me ocupo de mantener a mi equipo de trabajo, no tengo que estar pensando en las oficinas, lidiar con temas de estructura, de internet, limpieza, seguridad, sin estar controlando los costos de telefonía, de conectividad, y me puedo enfocar en trabajar y no en todas esas cosas que las tenía que hacer yo.

¿Tenés relación con los otros coworkers de tu espacio?

Hasta ahora tengo muy poca relación con los coworkers. A partir de ahora que empezaron a hacer más eventos, tipo afters y eso empecé a charlar y tener conversaciones con otras empresas. Es interesante, hasta ahora la verdad es que no encontré ninguna sinergia comercial, como suelen vender el concepto de coworking, con que lo importante no es el espacio, sino la red de contactos... la realidad es que en un año y medio no hice negocios con ningún otro coworker, pero a partir de ahora que se empiezan a generar espacios de networking puede que surja algo.

¿Asistís a eventos organizados por el espacio? ¿A cuales (after office, charlas, capacitaciones)?

Asistí a algunos afters, y a un evento que era la noche de los coworks algo ahí, hay sí hubo más chances de networking porque había gente de otros coworks, gente que normalmente no veo.

¿Sentís ser parte de una “comunidad” al pertenecer a este espacio?

Yo no me siento parte de una comunidad, estoy muy enfocado en lo mío, y ser parte de una comunidad no es algo que a mí me haga falta en este momento. Puede ser que a otras personas, que necesiten relacionarse más con gente de oficina le sirve tener coworkers.

¿Qué esperás de un espacio de coworking?

Espero que internet funcione, que haya un buen café, no ocuparme por la infraestructura sino por mi negocio.

¿Por qué elegiste trabajar en este espacio en particular? ¿Qué aspectos positivos destacás?

Yo antes de abrir oficinas acá vi varios otros cowork, fui a Área Tres, La Maquinita, Belephant.... Me decidí por HIT porque el espacio me gustó bastante, el lugar muy

luminoso... Yo estaba buscando salas cerradas y en otros espacios no tenían, o no me gustaban, tenían espacios flexibles, y nosotros que hablamos por teléfono necesitamos espacio para poder hablar, ... La ubicación, buscaba por Belgrano o Palermo, pero Belgrano tiene mejor acceso, es fácil de estacionar...

¿Qué no te gusta?

Algo que le falta al espacio es una salita cerrada para hablar, porque a veces nos pasa que si hay más de una conversación en nuestra oficina se mezcla. Vi que en algunos espacios de coworking tienen salitas para hacer calls en privado, en este caso nosotras veces salimos al pasillo, pero no queremos molestar tampoco al que está haciendo otra cosa en el pasillo, entonces es un tema.

Le falta un espacio de ducha, me encantaría venir en bicicleta a la mañana pero por un tema de higiene no puedo. Pero esto le falta a todos los coworkings.

Que internet ande bien es muy importante.



Transcripción de la entrevista: Coworker 2 Espacio A (HIT Cowork) (Germán Casado De Achaval)

¿A qué te dedicas? ¿Hace cuánto? ¿Cuántos empleados tiene tu empresa? ¿Qué hacías antes? ¿Qué edad tenés?

Hago selección de personal para mandos medios, jefaturas y gerencias. Estoy de forma independiente hace 4 años, y trabajo en recursos humanos hace 12. Somos 2 personas. Siempre trabajé a recursos humanos, pero me dedico a hacer la selección yo hace 4 años, pero siempre con un perfil comercial. Tengo 36 años.

¿Cómo conociste el concepto de coworking?

Conocí el concepto de coworking de casualidad, pasé un día por este edificio, y entré a preguntar si tenían oficinas. Antes de estar acá yo tenía oficinas en Regus, que en realidad no es un cowork, pero se asemeja un poco. Digamos en realidad son oficinas temporales, yo tenía un contrato a 2 años así que tan temporal no era, pero bueno en cierta manera te brindan algo parecido, un poco menos flexible y mas q nada es el alquiler de oficina, con un servicio de recepción, de telefonista, como una oficina compartida, le falta el valor agregado de cowork. Bueno, pasé un día por acá, me baje buscando oficina y me contaron en recepción. No sabía que existía el coworking. Fue mi primera experiencia acá en HIT. Fue cuando inauguró, hace dos años.

¿Por qué decidiste empezar a trabajar en un espacio de coworking?

Me atrajo el modelo de negocios, en el inicio sentí que era igual a Regus, pero a 8 cuerdas de mi casa, el precio era más o menos lo mismo, así que cambié.

¿Encontrás diferencias entre el estilo de trabajo en un espacio de coworking y una oficina tradicional, o donde trabajabas antes ?

La diferencia que noto en coworking vs un Regus es que acá hay más integración de las personas, de las empresas, entre los distintos coworkers. Allá en regus cada uno hacía lo suyo, nos veíamos una vez al año en una fiesta de fin de año y eso era todo. Acá es como que se fomenta más el encuentro.

¿Qué profesiones tienen quienes alquilan hoy en día (o han alquilado previamente) en tu espacio?

Hay desarrollos web, desarrolladores IT, está más asociado a industria más it, marketing digital, publicidad, justo al lado de mi oficina hay dos emprendedores, uno hace consultoría y otro que está desarrollando algo para el petróleo, una herramienta web de ayuda para gente q trabaja en industria petrolera. Entiendo q el cowork no es solo para una startup (que era mi idea), me di cuenta que no es cowork=startup. De golpe veo un Accenture, o empresas que ocupan espacios muy grandes, como Omint, que les es cómodo la solución integral.

¿Tenés relación con los otros coworkers de tu espacio?

Tengo relaciones con todos los otros coworkers. Generamos las relaciones en el living, el espacio común. A medida que iba ingresando un coworker nuevo nos invitamos los jueves a tomar algo y a organizar un evento privado que armamos nosotros. Ahora lo fomenta más el edificio. Desde ese entonces cambiaron algunos coworkers, hay 4 que no están más, los que entraron después no se integraron tanto porque son una empresa más grande, pero la relación esta, nos cruzamos, charlamos...

¿Qué tipos de relaciones tenés con ellos? ¿Buscan socializar simplemente o generar redes de networking pensando en proyectos en conjunto?

Buscamos socializar bastante, tenemos un whatsapp grupal, o almuerzo al mediodía. En líneas generales busqué relaciones comerciales, pero los que están en mi piso son empresas más chicas en general, y por ahí mis servicios pasan a ser caro, o pasan a buscar personas de forma independiente, no hay un presupuesto asignado para un servicio como el mio, pero sí se generaron vínculos comerciales. Yo a OpenOffice y a HIT les busco gente, así que se dio más con el grupo inversor que con los coworkers pero compartimos el mismo edificio. Creo que al tener un coworker dentro del grupo, entre salir a buscar alguien de afuera y usar alguien de dentro lo hicieron, y yo lo veo como algo positivo, vino de ellos, vino de ese negocio a pesar de que no sean otros coworkers.

¿Solés pedir o dar feedback o consejos a otros coworker?

Sí, suelo pedir feedback, me junté en más de una oportunidad con Pablo, para ver de preguntarle en cuanto a lo que es expansión, que ellos ya son cuatro personas, cómo lo hizo, cómo llevó adelante la sociedad, si incorporó a algún miembro de su equipo como socios...

¿Asistís a eventos organizados por el espacio? ¿A cuales (after office, charlas, capacitaciones)?

Participé de eventos sociales, y eventos de charlas y actualizaciones que me gustaron. Me gustó mucho la que dio Alejandro sobre su asistencia a Singularity University. El año pasado me gustó una charla de Bitcoins, que estuvo buena, por lo menos como interés general.

¿Sentís ser parte de una “comunidad” al pertenecer a este espacio?

Todavía me parece que le falta a la comunidad, no me siento formar parte de una todavía. Me parece que el cowork se está desarrollando en conjunto con los coworkers en cuanto a la experiencia, y me parece que le falta más actividad, o algo más comunicación, presencia, algo que nos genere mostrarnos más... me da esa sensación. Una intranet por ejemplo, donde si yo necesito hacer un servicio alguien me impulse a usar la intranet para conseguirlo. Por ahí yo podría contratar a otro coworker que se dedique a hacer desarrollo de marca, cuando necesite hacer una campaña o algo. Hoy mi diseñadora es externa, la que me hace los brochures o las campañas.

¿Qué esperás de un espacio de coworking?

Lo que me gustaría es realmente que pueda generar algún negocio, o vínculos que me lleven a conseguir negocios fuera del cowork. Busco la comodidad de pagar una sola factura y olvidarme del internet, telefono, luz, que si no me anda el aire acondicionado, como que las cosas fluyan, funcionen, y yo tenga la cabeza puesta en mi negocio, pagar mi fee mensual. Obviamente en el medio de todo esto espero que sea más barato que alquilar una oficina, porque al ser compartida pagás entre todos el servicio de limpieza, etc, y uno abarata costos.

¿Por qué elegiste trabajar en este espacio en particular? ¿Qué aspectos positivos destacás?

Este espacio me quedaba cerca. No averigüé en otros espacios, solamente para tener una idea de precios cuando tuvimos la actualización, para ver si estaba dentro de los precios de mercado, pero no más que eso, no fui a visitarlos. Entré en internet. En este me sentí cómodo, y no sentí la necesidad de salir a buscar otro lugar. Anda bien. Puedo tener mis

criticas constructivas, pero estoy contento y cómodo, no tengo nada que me disguste lo suficiente para cambiar.

Me trae comodidad, me trae una imagen profesional, corporativa, que está bueno, joven, en comparación con regus que da la sensación de estudio de abogados, mucha madera... Está bueno que en este edificio está este bar, que integra dentro del edificio un servicio de comida, café, creo que me faltaría probar algún otro para saber si lo que viene genera la diferencia. Sería bueno sumar un sistema de auto reservas de salas, o donde uno pueda cargar las visitas que va a recibir uno para que ya sepan en recepción.

¿Qué no te gusta?

Hay servicios que podrían andar un poco mejor. Por ejemplo hay un aire acondicionado apagado, porque no se hizo mantenimiento preventivo de los aires. Pero estoy viendo cambios. Arrancaron las canastas de frutas semanales, empezaron a haber más eventos, más presencia del cowork, veo que va mejorando. La crítica más fuerte es que no hay un café rico, es de filtro, mientras que se que en otros coworking tienen café de máquina. Sé que hay escucha activa, y a veces tarda mas, aveces menos, pero se resuelven.

¿Usás las salas de reunión?

Las salas de reunión las uso muy poco, porque uso yo solo la oficina, porque la persona que trabaja conmigo viene solo a entrevistar. Cuando nos cruzamos sí las uso, pero me gustaría usarlas más.

Transcripción entrevista Daniela Gutman (Staff Espacio B, La Maquinita)

¿Cual es tu rol dentro de la Maquinita?

Dentro de la Maquinita yo soy la Directora (aunque suena raro en este tipo de empresas... por eso le decimos “Head”) del área de comunidad y eventos de la maquinita, un poco yendo también hacia lo que es innovación. Coordino a cada una de las personas que trabajan en el equipo de Community de los distintos espacios.

¿Cómo conociste el concepto de coworking?

Hace más o menos 4 años me fui a hacer un posgrado a España, y ahí es medio la “meca” del coworking. Madrid es una locura, en barrios tipo Palermo cada dos cuadras hay un coworking. Y bueno, tuve profesores del Máster que habían fundado un coworking o trabajo, y nos llevaron a conocer uno, y ahí me enamoré del concepto. Terminé haciendo mi trabajo del fin del Máster sobre este tema, y bueno, al volver decidí ir desempeñándome dentro de este rubro.

¿Cómo definirías al “coworking”?

Uy, ¡qué difícil! El Coworking, así como siempre lo explico, de un modo muy abierto y amplio, es un espacio de trabajo compartido. Yo siempre explico que tiene una modalidad parecida como a la de un club, en relación al formato de contratación de los miembros, que suele venderse más como una membresía, para mí ese es uno de los aspectos importantes. Las membresías incluyen una diversidad de servicios, y para mí dentro de las tres áreas que distinguen a un espacio de coworking de un café con wi-fi, que intenta pero se queda a mitad de camino, es toda la cuestión de resolver aspectos relacionados con la funcionalidad de un espacio de trabajo, que la gente venga y trabaje en su proyecto, y no pierda tiempo en cuestiones operativas de armar una oficina, digamos.

Otro aspecto que para mí es pilar de lo que es este concepto es el tema del espacio físico, y diseño en pos de distintas cosas. Que sea bastante heterogéneo en la diversidad de

subespacios que provee, eso me parece super importante, y también que sea estéticamente agradable. Creo que si eso falla, el concepto de coworking se queda también a medio camino.

Y, por último, lo que yo siento que es como el “corazón” del coworking es la comunidad, porque es lo que realmente hace la diferencia, entre el poder hacer crecer tu negocio, el entrar en una “red de profesionales”. Tener un escritorio y una silla ergonómica sirve, pero hasta ahí, digamos.

Después, bueno, todo el aspecto de lo que es la economía colaborativa, y como eso impactó en el medio ambiente, creo que eso también es una de las patas.

¿A qué target de clientes apunta tu espacio de coworking? ¿Tienen uno en particular o distintos segmentos?

No, nosotros creemos que cuanto más heterogénea es nuestra comunidad, más se nutre. Entonces en ese sentido, no apuntamos específicamente a un segmento. Sí creemos que el emprendedor es en alguna manera un cliente que nos interesa, por el espíritu que trae, pero no necesariamente nos definimos dentro de un marco.

¿Qué profesiones tienen quienes utilizan hoy en día (o han utilizado previamente) en tu espacio?

Tenemos muchísimo... Sobre todo empresas de tecnología. Mucho mucho programador. Del área de marketing digital también hay bastante, pero hemos llegado a tener una chica que estudió ciencias Ambientales, que le armaba toda el área “green” del Lollapalooza. Hemos tenido también abogados, diseñadores de autos... Así que en ese sentido muy variado. Pero sí, sobre todo gente que trabaja con cuestiones de desarrollo.

¿Cuántas personas conforman la comunidad de tu espacio?

La comunidad hoy tiene aproximadamente unas 500 personas.

¿Por qué creés que las personas eligen utilizar un espacio de trabajo dentro de un coworking, en un contexto en el que pueden trabajar desde sus casas? ¿Qué creés que esperan del espacio?

Creo que está posibilidad de achicarse o agrandarse les sirve mucho, sobre todo a las empresas que están en sus primeros años de formación, o con expectativas de crecimiento. Mucha gente, osea los que toman la decisión, son los dueños de empresas, y están tomando la decisión para sus empleados también, y entienden que traerlos a un espacio así, o siendo 10 en un monoambiente es totalmente distinto, y creo que ellos lo entienden como un plus de motivación para sus empleados.

Mucha gente la otra opción que tiene es trabajar desde su casa, y realmente todo lo que implica salir, cambiarse, cortar, es súper sano, y la gente lo valora mucho.

No se si mucha gente tiene tan claro esto de entrar en una red y conocer a otra gente. Creo que son los que menos, de los que eligen el coworking.

Todo lo que tiene que ver con internet, con café, con limpieza, con comodidad dentro del espacio, con tener la posibilidad de dejar un rato la silla y sentarte en un sillón, o irte a una salita y tener más privacidad, es algo que la gente espera cuando viene a este tipo de lugares. Y bueno, algunos otros que por ahí conocen un poco más lo que es el coworking, esperan todo lo que implica que hayan actividades, fuera del horario de oficina digamos.

¿Qué diferencial creés que aporta a los consumidores tu espacio de coworking en particular?

La Maquinita trabaja en formato de franquicia. Y la posibilidad que nos da este formato es que tienen un crecimiento muy rápido. Entonces en ese sentido tener la posibilidad de ser un miembro de Palermo Soho, y tener una reunión en Vte Lopez, y poder sentarse ahí, o viajó a Córdoba y... (bueno de hecho tenemos ya dos miembros que son cordobeses pero están mucho en BsAs., que les viene increíble que sus empresas que están allá puedan mudarse al nuevo espacio en Cordoba. Creo que ser parte de está red es algo que valora mucho la gente, y es algo que nos diferencia de otros espacios, que están buenísimos, pero capaz tienen 500 miembros en su comunidad pero todos en el mismo espacio. Entonces creo que ese es uno de los diferenciales más importantes.

**¿A qué se refieren cuando hablan de “Comunidad” dentro del espacio de coworking?
¿Qué características tiene esta comunidad?**

Bueno para empezar es una comunidad de profesionales. creo que en ese sentido se diferencia, para empezar, de otro tipo de comunidades. Es una comunidad de profesionales que entienden el trabajo de una manera no tan tradicional, y eso es algo que los conecta ya de por sí. Osea, el tener una visión distinta, del trabajo de 9 a 18, del trabajo que capaz uno hace porque hay que trabajar... Ya creo que esa es una distinción, y es algo que los une. La comunidad de alguna manera no es una comunidad que se forme de la nada.

Creo que es una comunidad que se va generando con trabajo y con intención de generar. Creo que este factor un poquito interno/externo, que somos nosotros, que los ponemos ahí a que se junten, y que hacemos acciones para que los vínculos se vayan haciendo cada vez más fuertes, creo que esa es una característica que puede distinguirlo de otro tipo de oportunidades.

¿Tienen algunas reglas?

Tenemos reglas de convivencia. Creo que el coworking y la propuesta en sí ya plantea como ciertas reglas que son como inherentes al espacio. Creo que la gente que no entiende bien el

concepto (que son muy pocos, porque si lo eliges es porque te interesa) se terminan yendo solos, porque de alguna manera esa comunidad los hace sentir incómodos. Una persona que habla fuerte en los calls, y que es un sucio, y no le importa el otro, se termina yendo solo, porque ahí si funciona la comunidad... Como que expulsa solo a los miembros que no comparten en algún modo la filosofía.

¿Tienen alguna estrategia para generar interacción y socialización entre los miembros?

Hacemos eventos, tenemos como tres categorías. Una es sociales, donde el objetivo es que la gente se distiende, y termine su horario laboral (o en el medio del horario laboral). Es esta cuestión de que el trabajo no está separado de la vida, sino que el trabajo es parte de mi vida, y entonces ir mechando estas cuestiones de lo social dentro de lo laboral como una cosa que convive.

Después tenemos eventos de networking, donde ya el objetivo es que la gente interactúe profesionalmente y que de eso surjan conexiones, contrataciones, asociaciones, recomendaciones, etc.

Y después tenemos también capacitación profesional, porque nos interesa también proporcionarles herramientas para que hagan crecer sus carreras, sus proyectos, etc.

¿Sabés si hubo casos en los que se han generado ventas dentro del coworking de los servicios de alguno de los coworkers?

Todo el tiempo pasa. No es que sinergia es una palabra en el aire, pasa todo el tiempo. Desde contrataciones.... por ejemplo justo está chica que saludamos recién es traductora, y gente que necesita traducir la contratan), hasta asociaciones, como por ejemplo unos chicos que eran del área de marketing digital, una chica que es freelancer diseñadora, y otra que tiene más pata en lo que es publicidad y creatividad se unieron entre todos, y armaron como una agencia. Mantienen lo que hacen independientemente, pero entre ellos hacen esto), y así un

montón. De verdad sucede mucho eso. Lo que más ocurre es el compartir conocimientos y recomendaciones. Todo lo que tiene que ver con consejos es lo que más se da. Y bueno todo lo que tiene que ver con contrataciones. Estos chicos de acá arriba yo creo que en gran parte su crecimiento fue por estar acá adentro, porque trabajaron por lo menos desarrollándose web., aplicaciones, etc. a por lo menos 7 empresas de acá adentro, nosotros (La Maquinita) incluidos.

Transcripción entrevista Coworker 1 Espacio B (La Maquinita) (Facundo Basico)

¿Cómo conociste el concepto de coworking?

Yo trabajo acá en La Maquinita hace bastante tiempo. Básicamente desde que empezó. Lo conocí porque conozco a Martín, el fundador, es mi amigo. Lo conocí en la facultad, cursamos juntos, y me dijo “Venite para acá”. Porque estoy en el mundo tecnológico, digamos.

¿Qué es para vos un espacio de coworking?

El espacio de coworking está muy bueno para conocer personas, eso es lo más importante. Más allá de la facilidad que te da el wifi, no ocuparte que haya café en la máquina, esas cosas. Sí para mí el valor que más tiene y determina si el cowork es bueno o no es poder conocer otra gente. Yo acá conocí a mi ex socio de un antiguo emprendimiento, y a Pablo, con el que estoy haciendo un nuevo emprendimiento ahora. Eso es lo que más valoro de La Maquinita, el contacto con las personas.

¿Conociste algún otro espacio antes?

Sí conozco casi todos pero no trabajé. Ahora sí medio que trabajo en otro que se llama La Huerta, que es de unos amigos míos también, mucho más chico, no tiene mucho que ver con La Maquinita, son 35 personas.

¿Generaste relaciones laborales con algún coworker?

Sí, como te decía, Pablo trabajaba en la mesa de al lado. Teníamos buena onda de vernos todos los días. Y cuando a mi me empezó a ir mal con mi emprendimiento que se llamaba la Musiquita decidimos cerrarlo, y fui “che Pablo, tenés un trabajo?”

¿Sentís ser parte de una “comunidad” al pertenecer a este espacio?

Al principio sí, ahora ya no tanto... Éramos más pocos, eran más los miembros fundadores, ya nos conocíamos todos. Ahora más o menos, lo que pasa es que acá entraron muchas más empresas que emprendedores. Empresas normales digamos, que no siguen tanto el ecosistema que a mi me gustaba de antes.

¿Por qué decidiste empezar a trabajar en un espacio de coworking?

Por el tema del contacto con las personas, porque generalmente siempre trabaje en grupos chicos de 3-4 personas, y estaba bueno conocer más gente. Porque es divertido, no trabajar desde tu casa y hacer home office. Me concentro mucho más viniendo acá. Tenés espacios de sala de reunión.... Te sentís como... te da otro marco digamos no? Más, si quieres llamarlo, de seriedad. Sobre todo cuando recién arrancamos. Cuando somos dos personas, dos socios, te da un marco de seriedad.

¿Asistís a eventos organizados por el espacio?

No soy muy amigo de los eventos. Trato de huirles. Pero por ejemplo ayer estuvo buenísimo porque acá en la terraza tocó una banda de Jazz con vino tinto y quesos... Y dije bueno... no puedo no ir. Aparte a diez pasos, estuvo buenísimo Pero generalmente los escucho de oído porque son ahí abajo, pero no...

Transcripción entrevista Propietario C (Marcelo Cora-Urban Station)

¿A qué te dedicabas antes y porqué tomaste la decisión de abrir tu espacio de coworking?

Yo era socio de una consultora, Accenture, trabajé 24 años ahí, bastante, y decidí poner un fin a un ciclo corporativo, en los últimos años que trabajé yo estaba a cargo de una división en Chile, entonces tenía que ir y volver todo el tiempo... y ahí me pidieron que me fuera a México, y decidí que ya está... quería cambiar un poco la vida, algo más tranquilo, y estar en Buenos Aires, más que nada.

Ahí con otros amigos, nosotros los que fundamos Urban somos cuatro socios. Los cuatro veníamos de corporaciones muy grandes. Yo venía de Accenture, hay una mujer entre los socios, ella era directora de Marketing en Coca Cola. Uno de los chicos era Director de YPF y el último socio es Director Creativo y de Arte y tenía una agencia de publicidad.

Cada uno por su razón distinta decidió salir del mundo corporativo, nos conocíamos y dijimos: “bueno, qué negocio podemos hacer?”

La verdad que teníamos una lista enorme de negocios y cosas, y nos pareció que el coworking, que en esa época no se si existía la palabra... ya casi 8 años atrás cuando empezamos a hablar de esto, detectamos que había un nicho de mercado.

Dijimos: “acá está la oficina, y están los bares”. Uno como consultor trabaja mucho en la calle, entre cliente y cliente tenía un rato y trabaja en un bar, hacía reuniones en un bar, mis socios más o menos lo mismo, estaban mucho en la calle haciendo cosas así, y notamos una necesidad, toda la gente estaba trabajando en bares o en lugares públicos.

Y después bueno estudiamos todo lo que es sobre el avance de la tecnología, la nueva generación de los millennials, y particularmente de propia experiencia... En Accenture que es una empresa que en su momento tenía 5000 empleados, y contrata 1000 personas por año, los chicos jóvenes decían “yo no quiero trabajar acá, quiero trabajar en mi casa, no quiero viajar...” “Era parte de toda la movida.

Entonces pensamos “Esto no es una moda, es algo que viene para quedarse, una tendencia, una evolución del trabajo...” y dijimos que era algo que estaba bueno. Con bastantes dudas, porque era algo que no se conocía, no existía, y nosotros decidimos hacer un modelo.

Como misión definimos que queríamos “Democratizar la oficina” Eso en qué consiste? En que cada persona tenga su oficina en el momento en que la precisa. No hace falta tener membresía, no hay ningún tipo de selección para que puedas entrar a trabajar acá, es libre para cada persona que quiere venir a trabajar acá, lo puede hacer por una hora, y puede no quiere volver nunca más en su vida, o puede hacerse cliente y quedarse para siempre, y pagar por mes, y hay un montón de gente que lo hace. Pero ese es el espíritu.

Efectiviza los costos para una startup, que utiliza y paga sin tener costos fijos todos los días.

¿El concepto de coworking lo conocían o se fue dando?

No se si existía el concepto de coworking hace 7 años. Vos podés buscar la historia de donde apareció el coworking. Ahora haciendo una recopilación dicen que “un día en San Francisco en 2009...” pero es por dárselo a alguien el origen de la industria. No, no había ese concepto de coworking. Esto lo leí mucho tiempo después, yo lo leí en el año pasado. En 2009 cuando

nosotros abrimos había menos de 100 espacios de coworking en todo el mundo. Osea era nada, no existía. Ahora creo que hay cerca de 10.000. Fue creciendo exponencial.

¿Cómo definirías al “coworking”?

Para mi es una modalidad para la gente de trabajar en un ámbito de colaboración y de crecimiento, y especialmente muy bueno para las startups, las pequeñas compañías o los freelance. Te sacan de tu lugar de aislamiento de trabajar solo y te dan contacto con el mercado. Por otro lado te conecta mucho con la gente.

Una cosa que nosotros percibimos y descubrimos descubrimos con esto es que el hombre es un ser social. Eso parece una pavada, algo como dado, pero es muy importante para la gente. Se piensa desde el punto de la funcionalidad pura, y mismo al día de hoy hay gente que me pregunta porqué van a trabajar ahí y no se quedan en sus casas... Y es porque trabajan en una empresa, y no se dan cuenta lo que es trabajar desde tu casa. La funcionalidad es la misma que en tu casa... Yo en mi casa también tengo wifi, también tengo un sillón cómodo, capaz más cómodo que el que tengo acá, pero estoy solo, y no pertenezco a nada. los grupos de pertenencia afectan a las personas.

Y la gente acá, más allá de que puede tener mejores funcionalidades por ejemplo en la tecnología, porque tenemos modems grandes y qué se yo, pero la gente lo que valora es estar con otra gente, y que nosotros de repente hagamos un “Happy Hour”; una fiesta de cumpleaños, de alguno de los chicos, o que hagamos la fiesta de fin de año. Nosotros lo hacíamos, pero no le dábamos tanta importancia.

Pero para los clientes es muy importante, para la gente. De hecho, yo siempre cuento esto porque un chico el año pasado me viene y me dice “Estoy muy contento porque vuelvo a tener fiesta de Fin De Año”. Claro, el flaco es un tipo que labura solo, que trabajaba en una empresa y de repente se puso a laburar sólo, y le va súper, hace diseños para afuera, no tiene problemas de trabajo ni ide estándar económico ni nada, sin embargo se ponía contento porque tenía la fiesta de fin de año, porque antes trabajó solo dos años y no la tenía.

Entonces me parece que hace a eso , no? A la integración de la persona como ser social.

Y aparte al negocio, porque vos en tu casa no te enterás de nada... Te enterás de lo que hablas vos con quien trabajes, pero no sabes como está el mercado, si hay trabajo o no hay trabajo, no tenés otras personas que te pueden ayudar. Acá vemos todo el tiempo... tenés un chico haciendo un trabajo que necesita un contrato y tenés un abogado, o necesito un contador porque tengo que hacer un presupuesto... o tenés que hacer una presentación y querés que alguien te la revise... BUeno, sirve mucho para hacer networking. Te haces amigos... Nosotros abrimos hace 8 años, y ahora ya jugamos al fútbol juntos, tenemos un equipo, un grupo de whatsapp.... Los chicos salen, los fines de semana preguntan “por donde andan?”.... Pasó del espacio físico a ser un grupo.

¿Apuntan a algún target en particular?

No, nosotros como te decía buscamos “democratizar la oficina”, no apuntamos a ningún target. De hecho, tenemos espacios para freelance y startups, y tenemos salas de reuniones y auditorios, que son no solo para ellos sino también para las grandes corporaciones. Entonces nosotros vamos como abanico de clientes desde si querés el programador independiente hasta Microsoft, Google, Coca Cola, o Exxon como clientes, de hecho lo son.

Es otra cosa que nos hace diferentes a lo mejor a otro coworking...

¿Cuántas personas conforman la comunidad de Urban?

Nosotros tenemos ponelo en nuestras bases de datos de Argentina más de 20.000 personas. En la página de Facebook tenemos 30.000 solo de Argentina. 150.000 en todos los países. Y acá por día deben venir 100-1500 personas por día. Entre las sedes ponelo que deben venir unas 500 personas por día... Son 10000 personas por mes que circulan por Urban, acá en Argentina solamente.

¿Por qué creés que las personas eligen utilizar un espacio de trabajo dentro de un coworking, en vez de trabajar desde sus casas?

Nosotros crecemos con un sistema de franquicias. Como yo le digo a la gente: “tu casa es el mejor lugar para estar, no sé si es el mejor lugar para trabajar...” Depende de tu entorno, depende de vos y de tu entorno. Si tenés 4 hermanos, tu papá, tu mamá, tu perro, la señora que limpia, nose... a lo mejor no es el mejor lugar para trabajar. O a lo mejor estás solo y sos un disperso, como yo, te levantás y te hacés un café, y en el camino prendés la tele y te quedás ahí, dejás la cocina desordenada.... Y no trabajás.

Entonces creo que más allá de todo lo social que te conté antes hay un tema propio de que decis “No me puedo concentrar en mi casa”.

¿Qué diferencial creés que aporta a los consumidores tu espacio de coworking en particular?

Creo que lo de la flexibilidad. Tenemos un modelo muy distinto. El modelo que se armó, no sé si global pero por lo que seguimos y vemos siempre lo que pasa, las novedades de la industria, es como que tienen un modelo en algún punto más sencillo, tiene un escritorio mensual, algunos con un proceso de selección, “vamos a ver... según lo que te dediques veo si te dejo o no”.

Lo nuestro como principal diferencia es eso: es abierto a todo el mundo, por el tiempo que vos quieras, sin selección previa.

¿A qué se refieren cuando hablan de “Comunidad” dentro del espacio de coworking?

Cada sucursal tiene su comunidad, que es la gente que frecuenta el mismo lugar. Y después hay una comunidad expandida de Urban, que es la gente que anda circulando por los Urban. Nosotros con este esquema de democratizar la oficina y flexibilizar el uso de los espacios, tanto para los que son clientes mensuales como para los que son clientes mensuales como

para lo que son tarjetas prepagas, que podés comprar adelantado la cantidad de horas que querés, y las podés usar en cualquier Urban del mundo. Nosotros tenemos sucursales en Argentina, Chile, Colombia, en xxx y en Egipto. Entonces te podés ir a Egipto y con tu tarjeta prepa usás las horas que querés. Podés compartir esa tarjeta con quien quiera, no hace falta que sea una sola persona, y no tienen vencimiento.

Eso hace a una gran comunidad, que se puede mover por toda la red de Urban.

¿Tienen algunas reglas dentro de esta comunidad?

No, la verdad no hay ninguna regla que ese explique. Nosotros creemos que el ser humano se autorregula, y que el mismo ambiente te aporta las pautas de comportamiento. Acá nunca le tuvimos que decir a nadie “ché, no grites”, porque aparte si alguien dice algo se dan vuelta, lo mira, y entendió. Uno se acomoda rápidamente al entorno.

¿Tienen alguna estrategia para generar interacción y socialización entre los miembros?

Hay varias cosas. Desde ya la entrada, la persona a la que le decimos “Host”, trata de una manera no invasiva, y amable, irse integrando. Primero como persona. Cuando llegás sin conocer el espacio te explica como funciona, todo lo que podés hacer, todo lo que tienes derecho dentro del lugar, te hace llenar una ficha básica (nombre-profesión mail) para tener un registro de quién sos. Y después de a poco cuando venís el primer día te pregunta “¿vos qué hacés., a qué te dedicás?” y te dice “ah, mirá, acá está Carlitos, que hace lo mismo”, o algo complementario a vos, y de a poco te va integrando. Después nosotros hacemos charlas temáticas, de interés para la comunidad. Ponele, las típicas que están orientadas a los freelancers o startups, como por ejemplo “Cómo manejar las redes sociales para tu emprendimiento”, “Cuales son las tendencias en tecnología”; cosas así.

Después hacemos Happy Hours, hacemos comidas para integrar desde otro lado, ese tipo de cosas.

¿Sabés si hubo casos en los que se han generado relaciones laborales dentro del coworking?

Sí, acá hay muchos trabajadores complementarios. Tenés un diseñador, un programador, otro sabe de números... Había un chico que tenía un emprendimiento, estaba haciendo un desarrollo tecnológico, una aplicación, pero estaba solo. Necesito tener programadores y contrató programadores de acá, que era otro grupo que estaba acá trabajando. Y después se asociaron con otros chicos que también estaban acá, que armaron todo el caso negocio y el paquete financiero, y después se fueron todos juntos a San Francisco a presentar el caso y a vender la compañía. Eso pasa todo el tiempo. De hecho, nuestros proveedores de tecnología son unos chicos que trabajan acá.

Hay unas que son arquitectas y le han hecho muebles a otros clientes de acá. Hay mucha interacción.

Esas son todas las preguntas, ¿querés agregar algo más?

Nosotros crecemos a partir de un esquema de franquicias, lo que definimos desde el día uno. No fue algo que surgió ni con el paso del tiempo ni a pedido del público. Nosotros contrariamente a todas las teorías de cómo franquiciar un negocio, el día que subimos la página ya teníamos una solapa que decía “Franquicias” porque creímos que este negocio no era solo de alcance local, sino de alcance mundial, y lo tomamos como una forma de acelerar el crecimiento y el desarrollo de la marca. Pero bueno, seguimos más allá que nosotros también buscamos capital para hacer crecer los locales propios, seguimos creciendo con nuestro esquema de franquicias.

Hoy en día tenemos como te decía 13 locales, entre Argentina, Chile, Colombia, México y Egipto. De Egipto nos llamaron ellos. Nosotros como Urban la verdad que estamos en un montón de rankings de “cosas lindas del mundo del coworking”. Estamos entre los “12 coworkings más lindos” de la revista GQ, en un montón de esos rankings. Gracias a eso, aparecés en un montón de publicaciones y newsletters que levantan esas notas y las replican. Eso llegó a manos de un egipcio, y se puso en contacto con nosotros. Armamos el local por Skype con ellos, y después sí lo fuimos a ver cuando estuvo terminado. Quedó muy bien.

Transcripción entrevista Coworker D-1 (Julieta Viral - Urban Station)

¿A qué te dedicas?

¿Hace cuánto?

Yo soy abogada y tengo una consultora de recursos humanos que selecciona personal para trabajar en cruceros.

¿Hace cuánto?

Hace 7 años.

¿Qué edad tenés?

Tengo 35.

¿Cómo conociste el concepto de coworking?

En realidad yo antes trabajaba en otra oficina, que no era de coworking, tenía otra metodología. Vos tenías tu propia sala y estabas sola. Tenías secretaria, como si fuese una

oficina pero lo contrario a esto, era muy solitario. Tenías tu cocina en las torres en Puerto Madero, pero estabas sola. No tenías posibilidad de hablar con otra gente, y poder compartir experiencias. Entonces Me sentía como muy sola. Tenía mi emprendimiento, recién empezando, y no tenía con quién compartir ideas, con quien compartir lo que me pasa, todos tus fracasos o las cosas buenas que te pasan solo vos las sabes. Entonces estuve ahí tres años, y me sentía esto, muy sola, solitaria. Y empecé a investigar.

Aparte no me quedaban cerca, tenía que viajar una hora y media viviendo en Caballito para llegar al centro. Y ahí fui a buscar otras formas, otros lugares.

AHí encontré lo que serían coworking, pero que no tenía ni idea que era, ni siquiera la palabra, porque coworking no me decía nada. HAsta que bueno, empecé a averiguar y vine un día a probar una hora a ver qué onda. Y también, me parecía como un bar donde podía trabajar, y dije “Hmm...”. Pero me quedaba a 20 cuadras de casa y dije “me viene mejor”; y empecé.

Y bueno, ni bien empecé me di cuenta que los primeros meses empezamos con esto, estás en la tuya trabajando. Pero de repente te vas a tomar un café y alguien te dice “Hola, de donde sos sos? vos qué haces?” y ahí empezás a interactuar, y decís “Mirá, yo hago esto...” y te dicen “ahh yo también” o te dicen “ahh yo tengo un amigo...”. Y ahí empiezas como a entender de qué se trata esta red en la que todos estamos metidos, que si b 9 en cada uno hace cualquier otra cosa, pero en realidad somos una comunidad. Estamos todos en lo mismo: somos todos independientes, pero ninguno es un gran independiente que ya puede formar su propia empresa (porque no es que acá tenés grandes empresas)... O talvez tenés al CEO que se viene a trabajar acá, pero digamos son los menos. El que está acá creo que es el emprendedor que, si bien no la está super remando, está en sus primeros años de su PyME chiquita. Cuando pasas a otro escalón creo que ahí sí tenés tu oficina en otro lugar.

Y también hoy se usa mucho esto de trabajar desde tu casa. Y ¿qué pasa? Yo tengo una bebé, cosa que yo podría hacer esto en mi casa. Pero no puedo. PORque no es lo mismo estar pensando en qué vas a cocinar, tu nena que quiere jugar con vos, y necesitás un espacio

donde el internet sea rápido, donde si querés tomar un mate o esparcirse y hablar con alguien lo tenés. Un lugar lindo, donde podes compartir tus experiencias con otros.

Aparte por ejemplo en mi caso mis amigas son todas profesionales y todas trabajan en mega empresas. Y yo no puedo conversar con ninguna de ellas. PORque yo soy la única emprendedora un grupo de 12 amigas en el cual todas hablan de su jefe, y a mi no me dan un auto, y yo tengo que pagar mi obra social, la nafta de mi auto... porque es otro tipo. Entonces, cuando vos estás rodeada de gente que está en la misma que vos es distinto, porque vos compartis desde otro lugar. Y podés generar redes para compartir negocios con otro que necesite de tu servicio. PORque con mis amigas estamos en otra sintonía. Vos podes compartir con la misma gente cosas que a vos te pasan.

¿Qué tipo de “plan” tenés en Urban?

Yo alquilo mensual. O a veces, yo viajo mucho, entonces tal vez si es un mes en el que viajo mucho alquilo horas, pero si voy a estar acá alquilo mensual. Lo que tiene es que es muy flexible, es bárbaro.

¿Qué es para vos un CS? ¿Qué creés que tiene que tener?

Mirá, lo que tiene que tener es un lindo lugar, internet rápido para trabajar. Que haya aire, calefacción, un rico cafecito... Tiene que tener gente que esté dispuesta a compartir sus experiencias, su trabajo, ¿qué es lo que tiene?... tiene eso, gente que está en la misma que vos. Silencio para poder trabajar... Eso.

¿Tenés relación con los otros coworkers de tu espacio?

Sí.

¿Cómo generaste esas relaciones?

Y... va de a poco. El primer mes estás muy focalizada con las cosas que tenés que hacer para tu trabajo. Y después te empezás a abrir, y te das cuenta que esta bueno compartir, y esto que te decía, del hecho de poder compartir tu experiencia con otros que están en la misma que vos... O poder tener tus “compañeros de trabajo”; poder irse a almorzar con otros, y no estar sola. POr más que hagamos cosas distintas, son tus compañeros de trabajo, cosa que yo por años no tuve. Porque cuando sos independiente es así, tenes que ir viendo como te vas sintiendo. Pero está bueno, con tus compañeros de trabajo puedes salir a comer algo, podes charlar, ir a un after office, a tomar algo, podés compartir tu vida.

¿Alguna vez generaste algún tipo de relación profesional con ellos?

Por ahora no, nada así profesional. Yo hago algo muy puntual, selección de personas para trabajar en cruceros. Es un público distinto... No, nunca hice negocios.

Sí compartir, contactos, recomendaciones, pero no negocios.

¿Por qué decidiste empezar a trabajar en Urban en particular?

En Urban porque me queda cerca de casa, porque me encanta la zona, porque conocí gente... ¿Viste que está atendido por los propios dueños? Tiene como está impronta, está calidez humana que está muy buena, y yo me sentí muy querida por ellos. Y bueno, después me hice amiga de gente que trabajaba acá, pero me gustó eso. Marce me ayudó muchísimo a que me saquen el contrato en donde yo trabajaba antes y me quería ir... Como que me gustó mucho esa calidez de los chicos al principio.

¿Te sentís ser parte de una “comunidad”?

Sí, está bueno ese punto. Es un sentido de pertenencia. Como te decía, cuando uno es independiente está solo, ALONE, con tus fracasos y con todo lo que lograrás. Y el hecho de poder compartirlo te sentís parte de algo. Y el ser humano necesita! Vivimos en sociedad. Si no estaríamos en una isla solos... Uno necesita sentirse parte. Y cuando sos independiente, y todavía no la pegaste del todo, necesitás de estar acompañado. PORque, ya te digo, somos seres humanos que necesitamos estar cerquita de otros.

¿Solés asistir a eventos organizados por el espacio?

Sí... bueno, no hay muchos, estaría bueno que haya más eventos. Fui a los que hubo que tal vez fueron más del estilo mio... Hay mucho para programadores, IT, y yo medio que nada que ver. Pero sí, me gustaría que haya más. After office y eso sí.

¿QUÉ valores creés que tenés en común con las personas que trabajan acá?

Esto que te decía, de luchar todos por tu propio objetivo, por tu propia condición de tu emprendimiento... Yo creo que nos unimos porque estamos en la misma... Por el solo hecho de decir "sé por lo que estás pasando".

¿Solés pedir o dar feedback o consejos a otros coworker?

Sí, si si.

Transcripción entrevista Coworker D-2 (Martin Carames Abente - Urban Station)

¿A qué te dedicas?

He ido mutando un poco. Estudié Ciencias de la computación. Arranqué más con un perfil de desarrollador. Seguí un poco en esa línea, pero me fui orientando a empresas en estado de emprendimiento, y en general la temática es Inteligencia artificial, Aprendizaje automático, siempre dentro del desarrollo, también a veces creación de producto, o innovación.

¿Cómo conociste el concepto de coworking?

La verdad hace mucho, yo tenía otra actividad, que era más cultural, y debatimos más de tendencias de la cultura. Ya en ese entonces, en 2009 simplemente veníamos observando fenómenos de las profesiones, de los estilos de vida y vimos el fenómeno del coworking.

¿Por qué decidiste empezar a trabajar en un espacio de coworking?

En realidad se dio más que nada de acuerdo a los distintos trabajos que tuve. Tuve trabajos de oficina, o con un cliente fijo. Me pasaba mucho que mi casa me da como a encierro.... La verdad no sé, me da la sensación de aislamiento estar todo el tiempo en mi casa, sin tener contacto con otros.

Los espacios de coworking tienen una serie de cuestiones administrativas ya de por sí, está ordenado, lo mantiene alguien más.

Después también es atractivo el tema de que hay gente que tiene alguna similitud, de algún estilo. Se trabaja en distintas cosas (hay igual algunas profesiones que suelen ir de la mano) , pero más allá del tema de la profesión, también como que hay un estadio digamos entre el

rol profesional trabajando como empleado para una empresa, y el emprendimiento, que por lo general es gente que suele estar en esa franja, con la cual hay cierta afinidad en ese estado.

¿Encontrás diferencias entre el estilo de trabajo en un espacio de coworking y una oficina tradicional?

Sí, un mundo de diferencias. Otra de las cosas que uno valora en ese sentido creo que casi es hasta difícil de comparar. Porque todavía la oficina tradicional al menos en Argentina tienen muchísimas cuestiones de tradicionalismo. Me refiero a una cuestión de horarios.... Me gusta compararlo, porque yo cuando estuve trabajando en empresas fue con horario, y esto es con horarios propios. Sería comparar cosas distintas, relación de dependencia con algo más independiente.

Hoy en día en Argentina es todavía raro ver empresas constituidas mandando a gente a trabajar a espacios de coworking. Es algo que existe, pero es raro.

¿Tenés relación con los otros coworkers de tu espacio?

Con el paso del tiempo. Yo eventualmente acá estuve en algunos periodos. Cuando el periodo es muy cortito es difícil. Porque hay gente que se repite, que trabaja fija acá, pero por ahí la gente al no tener los horarios tan marcados puedes coincidir o no. Y simplemente la empezamos a saludar. Pero este último periodo estuve 8 meses, y ahí simplemente empecé a entablar un poco más en relación con... no muchos... 5 o 6 personas o más... 5 o 10. Que también es ocasional, como compañeros de trabajos.

¿Pudiste generar algún tipo de relación profesional con alguno? ¿O por el momento fueron más sociales?

No en concreto, pero sí, efectivamente se da muchísimo. Es algo muy mencionado. Hay un término que usan las aceleradoras o incubadoras, polinización creo que es, o no me acuerdo como le dicen. Pero digo, efectivamente en un espacio en el cual hay gente que hace muchas

cosas distintas uno en general se beneficia de ese contacto con gente que no hace lo mismo que vos. Porque efectivamente te abre puertas a cosas que vos no tenés acceso común. No me pasó nada en concreto, pero por ejemplo pasó que hubo una empresa alquilando acá una oficina el año pasado y coincidió el tiempo en el que yo estuve. El proyecto en el que yo estaba medio que se “friza”, se cortó eso, y si bien yo no tenía demasiado... no había una afinidad demasiado concreta en lo que hacíamos con esa empresa yo me acerqué a hablar, no para una posición pero sí para ver de trabajar por algún proyecto, y sí se dio que yo ahora estoy haciendo un proyecto con ellos, corto, de unos meses.

Después por supuesto lo que hay es que hay alguien que está ahí al lado y le hacés una pregunta. Y eso es difícil por ahí de darle entidad para explicarlo, pero a veces tiene muchísimo valor. Por ejemplo, yo hago informativa. Si tengo un problema legal, digamos, o de marketing, es muy común que en estos lugares haya gente que haga eso. Y a veces unas pequeñas preguntas valen mucho. Es difícil marcar cual es la forma que toman.

¿Sentís ser parte de una “comunidad” al pertenecer a este espacio?

Me parece que quizás es un poco exagerado. Sí hay una comunidad, cuando empezamos a charlar con gente y relacionarte, hay una comunidad. No se el alcance o la fortaleza... No es lo mismo que ir a un bar. Sobre todo porque son las mismas caras, generas una relación, y todas esas cosas que te decía antes, son muy valiosas y en otro lado no están. Eso sí determina una comunidad...

Después los contactos. Conocer a alguien de una profesión, y tener alguna relación mínima con esa persona como para poder acercarte desde algún lugar de más confianza o intimidad. Todo eso vale y cuenta. Lo que suele pasar mucho es que al término de comunidad se le da más densidad, pero todas esas cosas que son más chiquitas son muy valiosas, Creo que en ese punto también los espacios de coworking en general, muchos lo hacen, pero creo que estratégicamente deberían hacerlo, deben fomentar mínimamente las relaciones. Porque en muchos casos son muy delgadas, están ahí, les falta un poco de fuerza para tomar cuerpo, y por ahí con algunas cosas minimas, cosas tontas como organizar alguna actividad una vez por mes, o lo que sea, probablemente generen una diferencia.

Y de nuevo hay esto que te comentaba: los empleos tradicionales se vienen transformando. La necesidad de que la gente viaje a los lugares de trabajo es un trastorno enorme en las ciudades. Efectivamente los espacios de coworking tienen un potencial enorme de absorber los lugares de puestos de trabajo. Pero para eso digamos las empresas tradicionales tienen que empezar a entender los beneficios y contras.

¿Asistís a eventos organizados por el espacio?

Acá hicieron algunos... Sí, pocos... Hicieron una fiesta de fin de año. Una vez cada tanto hay reuniones. En otros lugares han habido charlas. Yo depende, suelo asistir una vez cada tanto a eventos, no especialmente porque lo organice este espacio de coworking, pero asisto a eventos de networking de distintos tipos. Está pasando mucho que la gente cada vez más elige acercarse a espacios de coworking para encontrar espacios comunes, para aprovechar digamos.

¿Por qué elegiste trabajar en este espacio en particular?

Eso porque vivo cerca, a menos de 10 cuadras.

¿Probaste en alguno antes?

Ehh... Pensé en muchos otros... Yo en este lugar estoy cerca... En esta zona debe haber 6 distintos... La verdad con este había arrancado una vez en 2010, cuando todavía no había otros. En aquel entonces creo que había alguno más. Yo tuve dos veces en los que trabajé en espacios, en ese entonces y ahora. En 2016 cuando volví a necesitar y a usar averigüé un poco más, no vi demasiadas diferencias, y se va generando una relación, va habiendo caras conocidas. Conoces la gente que atiende el lugar, el estilo del lugar me había agradado. Creo que es bastante definitorio sin duda el alcance. Puede ser la distancia en todo sentido, pero básicamente en minutos, dificultad de acceso... Un espacio de coworking no tiene que

necesariamente estar cerca, pero no tiene que estar en el centro. La accesibilidad establece una diferencia muy grande.

¿Qué esperas de un espacio de coworking?

Esto de 0 va creciendo... Lo esencial es tener un espacio mínimo, un puesto de trabajo. Sin internet no hay posibilidad de nada. Alguna clase de orden, un espacio agradable de trabajo, un espacio chico que se necesita para trabajar con una computadora.

Sí eventualmente empiezas a mirar el hecho de los tipos de conexión, las tecnologías, que igual suelen ser malas, porque las empresas suelen ser malas. Después te decía alguna cuestión de agradabilidad del espacio. Algo que pasa mucho, por ejemplo, es que yo tiendo a preferir espacios silenciosos... Pero en eso no hay reglas, en general los espacios son ruidosos. Yo miraría eso, pero no es algo que sea un quiebre.

Cosas imprescindibles, de nuevo: que el espacio sea habitable. Que tenga calefacción en invierno y aire acondicionado en verano. El tema del internet. Que sea mínimamente organizado, eso seguro. Creo que no mucho más.

Después por supuesto hay toda una gama de servicios. Eso es lo mínimo, pero después empiezan a aparecer toda la gama de servicios intermedios. Si la persona está saliendo de un trabajo más de consultoría o freelance y está en tener servicio de secretaría. Sí he usado por ejemplo servicio de mensajería o recepción de paquetes. Hay toda una gama de servicios.

Yo no he usado puesto fijo. En estos 5 años ya el segmento se instauró un poco y efectivamente hay 4 o 5 servicios que se ofrecen y cada espacio se va posicionando un poco. Yo como te decía estoy en la gama de servicios más sencilla, que es un espacio que para mí no tiene porque ser fijo. Probablemente en este punto yo empezaría a estar prefiriendo un puesto fijo. Pero si está en una habitación solitaria ya no me atrae. Porque el mío es un trabajo solitario, entonces estar encerrando en una habitación exagera eso.

Transcripción entrevista Coworker D-3 (Angela Braun - Urban Station)

¿A qué te dedicas?

Soy fotógrafa y realizadora de audiovisual.

¿Hace cuánto?

En realidad estudié cine, trabajé mucho en producción, pero que me dedico a lo que me dedico hoy en día desde el 2013, hace 4 años.

¿Cómo conociste el concepto de coworking?

Por casualidad. Necesitaba... yo trabajo mucho en aire libre, en locaciones o estudios. Peor todo lo que es preparar una presentación para un cliente, o editar las fotos, o editar videos, todo lo que es de oficina, lo hacía en mi casa. Cuando nació mi hija se volvió muy difícil concentrarme, y tardaba mucho tiempo para contestar un mail simplemente. Un amigo que venía acá me contó y me pareció buenísimo el concepto de reservar una mesa. Y que no es lo mismo que un bar, no? porque también hacía eso. Pero bueno vas a un bar, vas al baño y dejas tu vida arriba de la mesa....

Y bueno, caí de casualidad, ni sabía lo que era coworking.

¿Qué es para vos un espacio de coworking? ¿Qué esperás encontrar en uno?

Es un espacio donde la gente que comparte ese espacio también está trabajando, la mayoría por su cuenta, y eso es como una oficina donde hay muchos trabajadores sin sus jefes presentes trabajando.

Lo elijo porque me resuelve y facilita muchísimas cosas, por ejemplo el internet, y otros servicios que tiene, y economizo muchísimo el tiempo trabajando acá.

¿Por qué elegiste trabajar en Urban en particular? ¿Conociste otros espacios?

No... ahora sí, conozco, porque con el tiempo a medida que fui conociendo lo que era coworking conocí otros, pero este, además de que ya tenía un amigo que venía, me gustó el clima laboral que hay acá, y bueno el detalle más importante es que está a 5 cuadras de casa, y eso está buenísimo.

¿Conociste a otros coworkers estando acá?

Todos los que son fijos sí, tenemos un grupo que está bueno, y nos apoyamos mutuamente. Nos damos trabajos, también.

Hicimos relaciones laborales, algunas se concretaron, otras no, pero siempre están ahí para en cualquier momento,,..

Por ejemplo, hay uno que hace eventos, pero también es coach, e intercambiamos trabajo. El a mi me ofrece de sus servicios y yo le devuelvo haciéndole fotos para algo.

¿Creés haber aumentado tu red de contactos, que te pueden servir para otro momento?

Sí, porque es como una bola de nieve. Al principio pensé que era imposible, que simplemente iba a venir acá en lugar de ir a un café y quedarme las horas que no me daba

vergüenza quedarme. Acá puedo poner un horario de trabajo, y es como que me obligó a venir. Hay días que no tengo una entrega, y hay días que corro. Hay días como hoy en los que vengo y pienso en qué puedo avanzar. Creo que bueno, tengo que venir a trabajar, digo... pagó el lugar. Entonces prefiero trabajar y seguir creciendo que quedarme en mi casa. entonces vengo, y ahí me acuerdo de alguna persona a la que debería mandar un mail, esas cosas que quizás no estaría haciendo. Y naturalmente sí empezó a crecer mi trabajo. Al mes, a los dos meses iba creciendo más. También porque yo lo buscaba más, me di cuenta que el hecho de venir y sentarme me obligaba a buscar y conseguir más clientes.

¿Sentís formar parte de una “comunidad” al pertenecer a este espacio? ¿Qué cosas tienen en común?

Sí. Bueno, la mayoría que son freelancers como yo, y que compartimos mucho tiempo, salimos a almorzar juntos, afters... y también estamos siempre muy al tanto de como viene el trabajo del otro. Nose... me hicieron una propuesta de trabajo y muchas veces la conversó con alguno de acá y me asesoran, como que se arma un debate.

¿Asistís a eventos organizados por el espacio?

Sí, de acá me entero bastantes cosas que de no venir no me enteraría. Por ejemplo hace dos semanas me enteré que había una charla de networking de fotógrafos y relacionados con lo audiovisual. No me hubiese enterado nunca a pesar de que tengo Facebook y todo. Me avisaron acá, fui, y así empecé a concurrir a ese tipo de eventos de coworking, de networking... Es una forma de salir un poco más al mundo, de darse a conocer.

Transcripción Entrevista Daniel Tricarico - Gobierno de la Ciudad (CMD):

Antes que nada te quería preguntar bien qué puesto o roles ocupas dentro del Gobierno.

Dentro del ministerio de Modernización, Innovación y Tecnología, que preside Andy Freyre, y dentro de la Subsecretaría de trabajo, en la cual estamos actualmente, yo soy el coordinador general de Ciudad emprendedora, que depende de la Dirección General de Emprendedores. Básicamente, mi área se enfoca en tres puntos. Uno es la comunicación y contenidos de todo lo que implica las áreas y programas de la dirección de emprendedores, los eventos e hitos eventuales y de comunidad que se generan en todas estas áreas y el punto de comunidad de emprendedores, o Ciudad Emprendedora le decimos también, que involucra la generación y el relacionamiento con el ecosistema y de las comunidades de emprendedores. Ese es un poco el rol general que tengo actualmente.

¿Cómo conociste el concepto de coworking?

El coworking lo había leído anteriormente y por varias notas, por ejemplo Luján Scarpinelli en La Nación, y demás, y ante esta tendencia que me parece fenomenal, y puntualmente a nivel profesional yo me estoy especializando en coworkings y hubs de innovación, no? Donde suceden las cosas, donde sucedes y son semilleros de generación de oportunidades, proyectos, emprendimientos, etc. Y hace como dos o tres años, pero puntualmente desde el año pasado en el área en la que estoy tuve la posibilidad con los más de 36 espacios de coworking que hay en la ciudad, y generar la primera semana de coworking a nivel federal, para aglutinar a los más de 60 coworkings que hay a nivel nacional. Fue un trabajo muy arduo, y muy enfocado para lograr el consenso y trabajar en pos de esta nueva tipología.

Desde hace un tiempo desde el Gobierno de la Ciudad están apoyando el crecimiento de los espacios de coworking en Argentina, ¿qué potencial le ven? (Hay autores que piensan que el coworking debe ser fomentado porque impulsa la economía)

Es el lugar donde sucede y se aglutinan la generación de comunidades y los emprendimientos, con lo cual vemos que tiene un potencial de desarrollo económico y social que sí es la base del emprendedorismo fenomenal. Generalmente trabajamos de forma articulada a través de iniciativas como por ejemplo la Semana del Coworking, la Ley del coworking, que estamos generando un marco normativo junto con la Agencia Gubernamental de Control, y la AGIP, generando un marco normativo para que sea la Primera Ciudad del Mundo que esté legislado el espacio de coworking. Actualmente se habilitan como agencias de servicios generales, o profesionales.

Entiendo que en España hay un incipiente, pero no hay todavía una legislación clara. Creemos y queremos que este año ingrese el proyecto de ley para someterlo a votación entre este año y el año que viene.

¿Por qué eligen fomentar los espacios de coworking?

Al ser el lugar donde fuera de la virtualidad ocurre la generación de comunidad, que es lo que para nosotros define un espacio de coworking, por que ahí suceden una multiplicidad de tareas y cosas, por ejemplo, me siento al lado de otra persona que puede ser un potencial cliente, un potencial proveedor, o un potencial partner, porque no? Entonces creemos que es realmente donde sucede, es un semillero donde los emprendedores se encuentran, y ya pasó la época en donde se creía que el emprendedor solitario iba a lograr iba a conquistar el mundo, para dar paso al equipo, a la comunidad, a que aprender solo es muy difícil, pero en comunidad es un poco más fácil (no es fácil, pero un poco más fácil).

¿Cómo definirías al “coworking”? ¿Qué características creen que debe tener un coworking ideal?

Un coworking puntualmente, desde la tipicidad de la ley, que estamos cocreando junto a los espacios de coworking, no es algo solamente del gobierno. Independientemente de los metros cuadrados, tiene que tener un espacio de trabajo, tanto sea escritorio flexo fijo, no importa, Lo que sí importa, y es el punto clave, es la generación de comunidad. La generac de comunidad a través de eventos, intercambios, nuevas propuestas, vinculaciones... Eso es lo que para nosotros define a un espacio de coworking, el lugar donde sucede también , y aprovecho para comentarlo, la innovación y la creatividad. Por eso se llaman también “Hubs”, o “Nodos”, donde congregan también un montón de iniciativas.

Contame un poco más sobre la Ley de Coworkings en la que vienen trabajando.

Hemos avanzado bastante en la parte normativa. Sí hay un tema de lo que es la habilitación del código de planeamiento urbano de la ciudad, que naturalmente no está preparado para estas nuevas tipologías. Lo mismo pasó con lo foodtrucks, que no había habilitación, y el año pasado se votó la ley y se legislan, porque son tipologías nuevas de negocios, que tienen que cumplir (en el caso de los foodtrucks) normas sanitarias. En el caso de los coworkings también, porque es difícil de describir, no es un lugar de eventos solo, no es un lugar de trabajo solo, no es una oficina, y por eso a veces es difícil de incluirlo en un marco normativo puntual.

¿Tienen espacios de coworking públicos? ¿Planean abrir nuevos?

Sí, tenemos un espacio de coworking en el CMD, que es un espacio de coworking, y le dimos un viraje hacia la innovación social. Son aproximadamente 40 puestos, de los cuales 25 actualmente están ocupados por Arbusta, que es una organización que lo que hace es enseñar oficios digitales a personas en barrios vulnerables y darles empleo, entonces nos pareció muy interesante este “joint venture”, ese trabajo en conjunto. Actualmente estamos en el CMD en Barracas, el centro metropolitano de diseño, y está cerca de la villa 20.21, entonces también es interesante la inserción y el trabajo zonal. Es el único coworking con este viraje. Y realmente más allá de lo que es como cualquier coworking, con wifi, puestos de trabajo, etc, realmente fomentamos este enfoque, porque era muy de la localía, y eso es lo que tiene que trabajar cada

coworking. Cada localía es diferente, no es lo mismo Belgrano, que los que van a microcentro que buscan otra cosa, que los que van al sur de la ciudad que buscan otra cosa y son otro tipo de perfiles de emprendedores.

¿Es gratis?

El espacio es gratis, simplemente hay que preregistrarse en www.buenosaires.gob.ar/emprendedores y ahí en la solapa que dice ciudad emprendedora - coworking te registras y puedes usarlos gratis todo el día, tiene un horario de 10 a 17 de lunes a viernes.

¿Planean abrir uno nuevo?

Actualmente no, pero sí hay planes de poder generar algunos otros espacios más reducidos que tienen que ver con las incubaciones. Nosotros tenemos un plan de incubaciones pública, en el cual no tomamos equity de los emprendedores, sino que damos capacitaciones, etc. Queremos que los emprendedores trabajen zonalmente. Tenemos en el CMD, los incubados de diseño, los incubados sociales ahora, que van a ingresar en marzo, y después los tecnológicos en el distrito tecnológico. Estamos pensando también si va a haber incubaciones medioambientales, por ejemplo en el ecoparque u otros proyectos.

¿Cómo se imaginan el futuro del coworking?

Qué pregunta difícil. Yo creo que el coworking vino para seguir insistiendo en el punto de que al fin de cuentas es una persona al lado de los otros de la mesa, donde ocurren cosas. Donde el espacio físico sí es importante más allá de la virtualidad, del whatsapp o de poder resolverlo vía Skype. Creo que también el desafío es seguir fomentando este desarrollo de comunidades y comenzar a incluir especificidades en los espacios de coworking. Por ejemplo, un espacio de coworking netamente orientado al diseño, otro enfocado en lo audiovisual, etc., y aún sobre eso poder incluir herramientas de innovación, y que, también pensar en el triple

impacto, no? Es decir, que los negocios que salgan de ahí puedan tener un viraje social, o una certificación de sistema B, etc.

¿Por qué creés que las personas eligen utilizar un espacio de trabajo dentro de un coworking, en un contexto en el que pueden trabajar desde sus casas? ¿Qué creés que esperan del espacio?

Porque es muy difícil emprender solo. Porque emprender en comunidad es más simple, es más fácil, porque se pueden generar un montón de contactos, puerta, ideas, y porque en definitiva es divertido también. Si uno está en su casa llega un punto en el que termina siendo un poco rutinario el trabajo. Me ha pasado a mí, en trabajos anteriores hacía mucho home office y era un poco solitario. A veces está bueno, pero el resto de los días necesitas el espíritu colaborativo de trabajo, de ideas, un espíritu fresco, un lugar donde ocurran cosas, que te genera eso.

¿Qué tipo de comunidad te imaginas la que hay dentro de un CS?

Es una pregunta difícil, yo creo que depende de cada lugar, cada lugar es diferente. No es lo mismo lo que vas a encontrar en La Maquinita, supongo que más orientado a lo tech, o más joven, que el de área tres, que el de HIT, son totalmente diferentes. En Urban vas a encontrar más freelancers, porque la tipología son más de mesas individuales... Yo creo que va variando, sí con el hilo conductor de personas que buscan algo diferente, romper las barreras del horario, que en definitiva, a ver, lo pueden hacer desde sus casas, pero terminan yendo a ese lugar, a este, como le digo yo, “hostel de trabajo”. Por eso existe también la experiencia del co-living, que también tiene wework por ejemplo. Y está todo migrando hacia eso. No se si podría describir un patrón general, creo que depende de cada localidad. El estilo de vida es la clave, y tiene que ver mucho con lo que las personas deciden. Naturalmente romper las relaciones de dependencia, o no... porque pueden ser empleados de empresas, pero que buscan algo diferente, un nuevo ambiente donde generar ideas, etc.

Transcripción Entrevista Coworker 1 Espacio D (Bruno Di Vincenzo - CMD)

¿A qué te dedicas?

Yo soy el coordinador de la sede de acá de Barracas de Arbusta. Arbusta es una organización, cuyo objetivo es capacitar a los chicos en lo que nosotros llamamos “servicios digitales”, y lo que hacemos es que una vez que capacitamos a los chicos quedan dentro de un listado para que sean contratados por nosotros mismos, que brindamos estos servicios a la distancia.

Arbusta tiene sedes de trabajo en Rosario, acá en Barracas, y en Colombia, en Medellín. En los tres lugares tenemos coworking. El de acá de Barracas es un espacio público, en Rosario en un espacio nuestro, pero que a su vez aparte de laburar nosotros también alquilamos los espacios que sobran a otros. En Medellín trabajamos en “Ruta N”, que es un coworking muy grande en Medellín, y también lo que sería no la oficina central, pero otra de las sedes de Arbusta donde trabaja la directora de administraciones, la parte administrativa y todo eso, también trabajamos en un coworking Colegiales, que se llama Munay coworking, que lo administra una ong que se llama Socialab.

Yendo a está sede en particular, en el CMD, mi rol es de coordinador de la sede. Estas dos mesas están dedicadas a Arbusta, y yo soy el coordinador de los chicos que trabajan acá, y a su vez de los proyectos, con Camila que es la chica que estaba recién.

¿Esta es tu primera experiencia o probaste en otro antes?

En el de Colegiales es un espacio, físicamente una casa, que se alquiló, los administraciones son Socialab, y trabajan varias empresas ahí, hay ciertas pautas para trabajar ahí, cierto

reglamento, y está orientado a ciertas empresas que tengan un impacto socioambiental, económico, etc.

Algunas empresas que trabajan ahí que me acuerdo son Socialab, Navi, Arbusta, Enjambre, que es como la innovadora de proyectos que creó Arbusta, y no me acuerdo más.

¿Hace cuánto fue?

Empezamos a trabajar hace un montón. Acá también, estamos hace como un año y medio. Yo empecé a trabajar en Abril del año pasado, y estaban los dos espacios. Y acá hace bastante más, debemos estar hace como dos años. Lo conseguimos por contactos con el Gobierno. Antes Arbusta tenía oficinas en Parque Patricios. Cuando en su momento se vencía el contrato, nos empezamos a meter en el tema de cowork, que era más económico, etc., y también iba más de la mano con la filosofía de arbusta. Y bueno, lo que más cerca nos quedaba para los chicos, los chicos son de la zona de Bajo Flores, y bueno, para llegar acá era más cercano. También por contactos con la gente de la dirección de emprendedores llegamos a este espacio.



¿Qué es para vos un CS?

Bueno particularmente los dos espacios que tenemos (en este estoy todos los días y al de colegiales voy una vez cada tanto, para alguna reunión específica sobre todo). Los dos funcionan muy diferentes. Este pr mas que sea un espacio público tiene algunas normas que son indiscutibles, por ejemplo no se puede comer, no se puede consumir bebidas, lo que es medio difícil de sostener para quienes trabajan muchas horas por día... nosotros con la gente que administra el espacio logramos que nos permitan ciertas cosas: podemos comer, pero tenemos que salir afuera; podemos tomar, pero la bebida tiene que estar debajo de la mesa por los enchufes... En Ese aspecto el sentido de coworking no me termina de satisfacer

mucho, no? Prefiero mucho más el otro espacio de colegiales donde los dueños son parte de la gente que está, entonces es más charlable todo. Eso se me hace más tolerable el concepto del coworking.

Entiendo como el concepto de coworking un lugar al que vos vas a trabajar todos los días, por lo cual considero que tiene que ser cómodo. Con cómodo me refiero a limpio, un buen clima, no solo laboral sino también de temperatura, si hace calor que haya aire, si hace frío que hará calefacción, que se pueda comer si vas a estar 8 horas por día, y que sea también cercano, o por lo menos accesible en transporte público. En este que te digo de Colegiales, están todas estas comodidades. Acá están pero por otro lado, puedes comer pero tenes un lugar para comer... Este concepto de cowork también está bueno, porque también entiendo que tengan que haber esas normas, porque al ser público y puede entrar cualquiera... si no sería un desastre, quedaría todo el piso sucio... Como te digo lo malo también te digo lo bueno, acá no vas a ver nunca el piso sucio, las mesas sucias.

Entiendo un espacio de trabajo donde se pueda trabajar con demás personas que no tengan que ver con lo que uno hace, y que tengan ciertas normas de convivencia. CUando es público, es más difícil, porque las normas de convivencia hay que imponerlas. CUando es privado, las normas se acuerdan.

En ambos casos me gusta la idea de coworking. Primero porque sirve mucho, y me ha pasado acá, para que la gente te conozca. Mucha gente que suele venir a trabajar nos preguntaba ¿ustedes qué hacen? y terminaba teniendo cierta relación laboral por conocernos. Eso es un aspecto muy positivo del coworking. Obviamente también el aspecto de ahorrarse lo que es el aspecto físico, no? Nosotros al venir a trabajar acá al CMD nos ahorramos el tema de seguridad, el tema de servicios, y un montón de cosas, y en ese aspecto está muy bueno. Y en el de Colegiales lo mismo, te ahorras de tener que alquilar una oficina enorme, y la alquilas entre todos.

¿La gente que viene acá en general cambian mucho, o son más estables?

Por lo general acá viene muy poca gente. El señor que está ahí hace tres semanas que viene solo, pero en la primera vez desde que estoy que viene alguien y se repite. Sí ha pasado que cada 15 o 20 días viene alguien y los aplica. Probablemente venga hoy, y no venga nunca más. O a veces pasa de que hay gente que anda dando vueltas por la zona, y le comentan dudar, entonces pasa, se sienta y trabaja. Pero para ellos no es cowork... Vienen sabiendo que hay internet, aire acondicionado y que en el CMD hay un barcito, entonces estás de paso y te viene bien. Pero no funciona tanto como.. no hay otras personas como nosotros, salvo este caso como te digo del señor que no se bien qué hace, pero no suele venir mucha gente.

¿Sabés si tienen alguna profesión entre quienes vienen, o es muy variada?

Sí, casi siempre son diseñadores, porque llegan a este espacio por ser el Centro Metropolitano de Diseño, entonces llegan viendo o buscando alguno de los lugares que están dentro del CMD, por ejemplo vienen a la mañana, en lo que tenían que ver, y como queda lejos se quedan trabajando acá. No lo se solamente por hablar, sino por su aspecto....La mayoría tienen Mac, o por su aspecto te das cuenta que son diseñadores.

¿Creés que se deberían abrir más espacios de coworking publics?

Como estos? Sí, muchísimos. Me parece que sería muy copado. El año pasado habían venido unos chicos que también tenían un emprendimiento... Y se fueron porque pudieron alquilar su oficina, pero me acuerdo de hablar con ellos, pero me acuerdo que habíamos hablado de esto. Yo les preguntaba... Arbusta es una empresa más consolidada, y por más que trabajemos en un cowork esto es más un convenio entre la empresa y la Dirección General de emprendedores. Ellos no, no tenían un convenio, y me decían que les servía un montón. Pero me decían que les quedaba muy lejos. Ellos tenían su oficina antes en Palermo ponele, y eran de esa zona, y Barracas les quedaba lejos. Entonces sí creo que tendrían que haber más espacios distribuidos por la ciudad, porque Barracas es un lugar alejado de la zona céntrica, poco accesible. Particularmente el CMD es poco accesible, no estás cerca, salvo el tren, no hay mucho transporte público.

¿Creés que debería haber algún tipo de restricción para los coworkings públicos, tipo que estén orientadas a iniciativas sociales u ONGs?

No, si el coworking es público no me parece que tenga que haber restricciones de admisión.

¿Qué no te gusta?

En realidad no es solo lo de la comida, es como esto que te decía de las normas, la incomodidad relacionada a las normas, que no me gusta pero lo entiendo, hay cosas que no se pueden discutir.

Me pasa que a veces voy a hablar con Natalia, que es la chica que administra esto, y hay cosas como, por ejemplo el tema del aire. Acá si se apaga no se puede volver a prender, y la temperatura no se puede tocar. Ese tipo de normas no son muy agradables... Las entiendo... Ellos nos dicen “ustedes vienen todos los días, y les puedo decir que se comporten, pero una persona que no viene nunca, no va a cuidar el espacio, vamos a poner normas para que se cuide el espacio”. Eso por ahí a mí no me gusta, vengo todos los días... Pero creo eu está bueno para que el espacio se cuide. La verdad no me puedo quejar, vengo todas las mañanas y jamás hay una mesa con migas, jamás hay una mancha en la mesa, el piso sucio... esta bueno.

¿El internet funciona bien?

Si, tuvimos problemas hace un tiempo, pero la gente de acá se encargó de darnos una mano para solucionarlo.

¿Usan alguna de las capacitaciones que tiene el CMD?

No, nosotros no. Tampoco recibimos mucha información igual eh. Si nosotros no nos movemos o vamos a ver en la cartelera, nunca nos informan. Sí nos enteramos porque Nati nos suele avisar “miren que tal día va a haber una capacitación o un curso, y como es un espacio público el curso se da acá. Y nos enteramos por eso, pero no hemos participado nunca.

¿Generaste relaciones comerciales?

Estos chicos que te digo, que desarrollaban software (nosotros una de las tareas que hacemos en Arbusta es testing de aplicaciones) y ellos desarrollaban aplicaciones. Entonces cuando les comentamos nos pidieron que le presupuestamos un testing. Después no se dio, porque era una empresa muy chica y no tenían fondos para bancar a una empresa grande como arbusta para que les haga testings, pero quedamos en contacto. No se llegó a dar la relación comercial pero sí hubo el primer contacto.

Transcripción Entrevista Propietario E (Martin Frankel - La Maquinita)

¿Cómo conociste el concepto de coworking?

En realidad lo que conocí era un concepto previo al coworking, que se llamaba “Executive Suites”, que era el precursor del coworking. Hoy existe Regus. Yo había conocido en el 2004 en Nueva York, donde vivía, un espacio que se llamaba “TechHub”, que básicamente eran oficinas temporarias pero con onda. Apuntaban a empresas tecnológicas. Era una planta de un edificio histórico en Nueva York, no se si eran 2000-3000 metros, algo así, y lo habían reconvertido a oficinas más chicas apuntando al mundo tecnológico. Compartían una recepción, había un café muy chiquito, y después cada empresa tenía su oficina. AHÍ yo eso lo conocí y bueno...me quedo, me impactó, me pareció algo muy interesante. Yo trabajaba para FedEx en ese momento, estaba en el mundo corporativo, no tenía una necesidad personal, pero me quedó mucho el impacto de conocer un lugar que se despegaba a nivel estético, a nivel cultura, de lo que conocía como oficinas. Pero lo que le faltaba, que le suma el coworking, es el enfoque fuerte comunitario. Ese lugar, Tech Hub, no lo tenía porque no había espacios físicos destinados a la mezcla de los distintos habitantes de la planta. Pero si se daba un poco informalmente en el café, porque la gente que estaba ahí era joven, entre 25 y 40 años ponele, y ya de naturaleza como estaban todos en el mundo tecnológico eran muy abiertos y se ponían a charlar, así que se daba un poco orgánicamente ese aspecto, pero no era algo que los administradores del lugar promovieron.

¿Por Qué decidiste armar tu propio espacio de coworking?

Yo llegué a Argentina en el 2007, empecé un camino emprendedor con otros dos proyectos previos a AreaTres, y llegó un momento en el 2007 en el que yo necesitaba una oficina para mi, para mis proyectos. Me puse a buscar oficinas y veía que no había algo que me cerraba. Tampoco me interesaba irme a alquilar un monoambiente, encargarme de decorarlo, de hacer la inversión, y estar yo solo con una secretaria, no me interesaba. Ahí fue que dije... “a ver, si yo pudiera crear el lugar donde me gustaría ir a trabajar, ¿cómo sería?” Y ahí me acordé de TechSpace que había visto en Nueva York y dije “ajá, yo quiero trabajar en un lugar así, pero en Buenos Aires”. Y ahí fue que empezamos a crear Área Tres en 2008, y abrimos en Marzo del 2009.

¿Y como era este lugar que te imaginabas?

Un lugar cerca de donde yo vivía primero, por comodidad. Vivía en Palermo en ese momento, por eso tenía que ser en Palermo. Porque el lugar que uno elige para vivir tiene las características que uno desea. Entonces yo ya no era que FedEx me decía “vos tenés que ir a trabajar acá”. No, yo elegía. Yo elegía donde vivir. No elegí vivir en microcentro, no quería trabajar ahí ni mucho menos. Entonces, ya de partida el lugar de trabajo tenía que ser cerca y compartir las características con el lugar donde elijo vivir. Entonces barrio Palermo tenía que ser si o si, mucha luz natural, muebles contemporáneos, una estructura que funciona, más que nada internet que funcione (que no sea lento y te interrumpa el flujo natural de lo que estás queriendo hacer). Pero más que nada, que ese lugar luminoso, moderno, en Palermo, esté lleno de gente copada, con pilas, trabajando en proyectos que los apasionan. Porque entiendo que esa energía que se genera en un lugar de este tipo es afectuoso y se transmite, y se que yo a nivel personal soy más productivo, más creativo así.

¿Apuntan a algún target de clientes en particular en Area Tres?

Sí. Primero, este edificio es toda una comunidad “curada”. Esto quiere decir, que todos los que quieren venir aplican. En base a eso, filtramos quién invitamos a entrevistar. Los entrevistamos para analizar si hay una necesidad, una búsqueda, un deseo del lado del posible miembro, y que eso se una a lo que nosotros podemos ofrecer. Lo que no somos acá es oficinas temporarias. Entonces el que está buscando una oficina temporaria por tres meses, porque “compre en tal lugar, y la obra se demoró”, acá no entra. POorque eso es una necesidad puntual de Real Estate, es una oficina. Y no ofrecemos eso acá. Obviamente dentro de la propuesta de cualquier coworking está el espacio físico para trabajar. Este edificio está lleno de oficinas, en todas las plantas hay lugares para trabajar, son todas oficinas privadas. Pero ya de cultura y de mente, el que solo quiere eso acá no lo queremos.

El que buscamos acá es una persona o una empresa que está buscando pertenecer a algo. ASÍ que el target realmente es amplio en industria, en madurez empresa, e nacionalidad de empresa, en tamaño de empresa y tamaño de equipo, pero todos comparten este elemento de que les interesa estar acá más allá de la oficina o el espacio físico. Eso para mi es un poco el filtro.

¿Creés que AreaTres tiene algún otro diferencial en relación a los otros coworkings?

Es eso... Todo mi enfoque en los últimos 2-3 años estuvo en eso. Porque si no, somos un commodity, somos una oficina. Y otro tiene una oficina, y no quiero competir solo por ser una oficina más barata. Quiero tener una buena oficina, pero que el plus sea que pasan cosas acá, que no pasan en otro lado.

¿Tienen alguna estrategia para generar todo esto?

Sí. Primero es difícil lograrlo. Y si quieres lograrlo tienes que empezar con gente que sea permeable a participar. Porque si tenés 200 corporativos que les chupa un huevo la comunidad, que entran a las 9 y a las 76 se rajan, porque “es mi hora, mi tiempo, la empresa no me paga más” yo me voy y hago lo que quiero, ese nunca se va a prender a las

actividades. Por eso filtró a los que buscan ese plus. Entonces, cuando ofrecemos ese plus que se prendan! Porque les interesa saber quién es tal persona que nunca hablé, les interesa saber qué hacen, y ver si hay una posibilidad de complementarlo, o una sinergia, o a lo mejor conocer a una persona copada, que les diga “me estoy queriendo expandir a Santiago, tenés experiencia? viviste ? conocer?” y poder decirle “sí, viví dos años en Santiago, te sugiero que hables con tal”. Nosotros trabajamos mucho en acelerar esas sinergias que se pueden dar. Se pueden dar orgánicamente en el tiempo, pero en general las personas son poco extrovertidas.

El gimnasio es el lugar perfecto para este ejemplo. Está lleno de gente. Mucha gente, la que se lo toma en serio, va los mismos días, “voy lunes miercoles y viernes a las 7 de la tarde”, y veía todas esas personas que van siempre en ese horario. Pero no se hablan. Siempre ves a esas mismas personas, a las que les viste 70 mil veces la cara, pero nunca fuiste, le sacaste la mano y le dijiste Hola, soy Greta, me da vergüenza que nunca te saludé, luego de dos años de compartir el espacio, este momento”. La mayoría de gente no es así. Y acá tampoco la gente es así. Ahí está nuestro trabajo. De conocer quién sos vos, qué haces profesionalmente, qué intereses tienes, para donde apuntas que vay a tu empresa. Y cuando entra otro, decirte “Greta, a vos con tu proyecto te interesa desembarcar en Dinamarca, vení, te tengo que presentar a Ale que justo su empresa esta basada en Dinamarca, seguro hay algo para que hablen. Conozcanse”. Y ahí los dejamos. Nuestro trabajo es hacer que eso pase en menos tiempo de lo que podría darse naturalmente. Porque a lo mejor vos trabajas un año acá, y Ale también, y nunca se hablan. Porque sos un poco tímida, él también, no sos esa persona que va a decir “Hola, nunca te hablé”. Mi trabajo y el de mi equipo es hacer que eso pase en dos o tres meses, y no un año, que justo estés pidiendo un café y el vio en tu teléfono Dinamarca y te dice “Che, Dinamarca!”. Eso lo hacemos con esfuerzo nuestro, con recursos de parte de mi equipo, y más que nada con nuestra cabeza. Y después lo hacemos mediante contenido y los eventos que fluyen por acá. Que haya cosas que pasan, con eventos que sean de interés para las personas acá adentro. Y mediante esa excusa, de una película, un asado, una cata de café, los 400 que están acá digan “Ah! una cata de café a las 6, genial voy a bajar” y ese sea un interés común. Entonces ese día te juntas con 25 otras personas que les interesa el café. El café es la excusa, pero de ahí conoces a Ale, a él y a ella, que nunca hablaste, pero la excusa fue la cata de café. Viene de los dos lados, del contenido y de los esfuerzos nuestros.

¿Sabés si hubo casos en los que se han generado ventas dentro del coworking de los servicios de alguno de los coworkers?

Pasa todo el tiempo, pero no va a pasar hasta que no se conocen. No vas a hacer negocios con alguien que no conocés. Y en general el ser humano prefiere dada la oportunidad hacer un proyecto o negocio con alguien que conoce y le cae bien, Pero primero tengo que saber tu nombre, y qué haces, antes de contratarte.

Sí, eso se da todo el tiempo. Y ese es el fin. Porque si eso no se da, esto es solo una oficina. Y en cuanto abrió otra oficina, un poco más linda, o dos mangos más barata al lado, si lo único que te proveo acá es una oficina, no hay ningún enlace emocional acá. No te estoy sumando valor por encima de la oficina. Pero, si te sumo valor porque viniste acá, y en tres meses conseguiste dos clientes nuevos, tres amigos nuevos, ahora jugás fútbol todos los miércoles con los chicos acá, te hiciste un montón de amistades, vas a tal evento el viernes... Hay todo un conjunto de cosas que pasan al pertenecer a esta comunidad. Tu enlace emocional con AreaTres va mucho más allá que solo pertenecer a una oficina. Ese es el objetivo.

**¿A qué se refieren cuando hablan de “Comunidad” dentro del coworking?
¿Qué características tiene esta comunidad? ¿Qué es lo que la mantiene unida?**

Creo que hoy el coworking está muy de moda en el mundo. Para darte una idea, cuando abrí Areatres Soho en Marzo de 2009 era el coworking número 30 en todo el planeta. Este año se estima que van a ser entre 17 y 18 mil en el planeta. Y en esa evolución y ese tiempo el concepto se va evolucionando y ampliando. Y la verdad, cualquiera se puede denominar un coworking. Vos en tu casa mañana podés subir una página a Facebook, y decir “Greta’s coworking”, e invitar a tus amigos a tu mesa de comedor y tenés tu coworking. No hay un organismo que avale que vos sos un coworking y el no. Como vos bien dijiste, ya te juntaste con varios, viste varios lugares, todos son distintos, y algunos creo que tienen más o menos este aspecto de comunidad inculcado.

Para mi, como yo entiendo y defino el coworking, si no tenés eso no sos un coworking, sos una oficina. Puede ser una oficina temporal, un “executive Suite”; pero para mi lo que realmente define a un espacio de coworking es que tenga como premisa que este aspecto de comunidad es importante.

Cada uno después puede ser que le ponga más recursos o menos para lograrlo. Pero si no entra en tu realidad para mi no sos un coworking.

Te puedo hablar de los que están acá adentro.

Creo que lo que los une es que buscan algo más allá de la sola oficina estática. Buscan aprovechar la energía, las pilas, al buena onda profesional, que al final del día, por lo menos los que toman las decisiones de venir acá entienden que hay 24 horas de un día. De esas 24 horas dormís 6-8-10 horas, y te deja el resto de las horas que vos estás despierta, y pasas la gran mayoría de esas horas trabajando, no con tus amigos, no bailando: trabajando. Porque la vida es así. ¿Qué peor cosa puede haber que despertarte cada día y decir “la puta madre, tengo que ir a la oficina”? Este proyecto nació así. Porque yo por varios años me despertaba y decía eso. “Uff, mañana es lunes, hoy es domingo” y ya me empezaba a deprimir porque al día siguiente tenía que ir a la oficina, a un lugar que no me inspiraba, lleno de gente que iban por la vida medios muertos. Y dije un día: la vida no puede ser así. No me puedo imaginar que por 30 o 40 años más de lunes a viernes esa va a ser mi existencia. Para eso me ahorco ahora. Quise crear el lugar opuesto a eso. Que el domingo diga “qué bueno, mañana es lunes! Me encantan los lunes!” Porque voy a un lugar que me copa, pero más allá del lugar, me copa la energía, la vibra, la gente que está ahí.

Los que vienen acá creo que vienen en búsqueda de eso, y después se quedan. Capaz llegan por lo estético. Se quedan porque la energía esa y los beneficios no los ves en primer momento. Porque vos llegás acá, y decis “Lindo lugar, lindo jardín, moderno... Me copa”. Pero recién después de un mes, dos meses, tres meses, empezás a ver los beneficios de la comunidad. Eso es lo que te mantiene acá.

Transcripción Entrevista Coworker 1 Espacio E (Christian Saavedra - La Maquinita)

¿A qué te dedicas?

Yo estoy en la parte de inscripciones en Coderhouse. Somos una startup que brindamos cursos educativos de tecnologías digitales. Pero estamos escalando el negocio, y la idea es que cada uno pueda ponerse su propia escuela. Nosotros les brindamos todo, y ellos van a tener una plataforma con todo.

¿Hace cuánto estás con esto?

Desde Mayo del 2015.

¿Cómo conociste el concepto de coworking?

La verdad yo desconocía el concepto de coworking y cuando entré me quedé fascinado. Yo estaba acostumbrado a trabajar en empresas multinacionales, que tenía que cumplir un horario estricto, vestirme formalmente... Y la verdad llegar acá y que me den tanta libertad para trabajar, siempre y cuando los resultados sean buenos, me parece que es una ideología que está perfecta, y así debería ser.

¿Por qué decidiste empezar a trabajar en un espacio de coworking?

Bueno, la empresa siempre estuvo en este cowork. Antes estábamos en la otra sede que era más chica, y ahora estamos en esta que es un monstruo.

¿Qué beneficios sentís que te trae? ¿Qué destacas?

Bueno, en primer lugar creo que te inspiras. Ves tantas startups, tanta gente llevando adelante proyectos que decís: "No me puedo quedar atrás". Y no solo a nivel laburo sino a

nivel personal. Te sientes motivado a hacer cosas. Y además es una red, por ejemplo hay una startup acá que nos hace el marketing acá. Puedes encontrar una startup con quien quieras laborar, y tener un espacio con un montón de lugares interesantes.

¿Y conociste a otros coworkers de tu espacio?

Sí.

¿Qué tipos de relaciones tienes con ellos? ¿Cómo las formaste?

La mayoría almorzando juntos. Me llevo muy bien con los coworkers por suerte. Hay algunos que quizás ya están en otro nivel, no tanto de startup sino de empresa más grande. Pero es muy cálido el trato entre las personas, muy bueno.

¿Qué profesiones tienen en general?

Por lo que yo noté hay muchos programadores, o muchos que se dedican al marketing digital. Y después bueno, hay casos extraños, gente que quizás esta en finanzas... Con extraño me refiero a que quizás no es el típico trabajo pero esta.

¿Asistís a eventos organizados por el espacio?

Sí, este año me estuve interesando más en eventos... Por ejemplo, a mi me gusta mucho lo que son... bueno obviamente las fiestas, celebraciones, pero además los hackathons, que están muy buenos... Bueno, en realidad solo fui a los hackathons... jaja.

¿Encontrás diferencias entre el estilo de trabajo en un espacio de coworking y una oficina tradicional, o donde trabajabas antes?

Sí, muchísimos. La libertad, que mientras vos hagás tu trabajo y los resultados estén bien, el método va a ser respetado ya lo sumo te darán sugerencias, pero está muy bueno, cada uno es su propio administrador, puede dar ideas y sentirse escuchado... Y la verdad en una multinacional es totalmente distinto, la verdad si hoy tuviese que volver a trabajar en una no me gustaría.

Siento que muchas veces cuesta diferenciar entre el estilo de trabajo en una startup de lo que brinda un coworking en sí.... Si tu empresa tuviera que mudarse el día de mañana a una oficina tradicional, ¿qué diferencias sentirías?

La diferencia sería sería no estar tanto en contacto con otras personas... Pero yo creo que Coderhouse siempre va a pertenecer a un espacio de coworking. Creo que es parte de la cultura de la empresa. Es parte de lo que nos inspira: estar en contacto con la gente. Nosotros con los socios y demás siempre nos gusta estar cerca.

¿Y consiguieron más clientes por estar en un espacio de coworking?

Sí, totalmente. Cuando nos mudamos a esta sede, pensá, que las personas que vienen acá a averiguar sobre un curso, el 90% de las personas se terminan escribiendo porque la verdad que el lugar les fascina, y está bueno porque ven un futuro, ven una posibilidad en el cowork.

¿Sentís ser parte de una “comunidad” al pertenecer a este espacio?

Sí... la verdad no estoy tan involucrado, por una cuestión de otras actividades que tengo, pero si no las tuviese la verdad que me involucraría más, porque está genial. La gente de acá es genial, la administración es buenisima, la verdad estoy conforme.

¿Creés haber aumentado tu “red de contactos” por trabajar acá?

Sí, yo particularmente por mi trabajo tengo que estar enfocado todo el tiempo. A veces veo gente a la que su trabajo le permite estar en contacto, y hacer otras cosas adentro del

coworking, yo por lo general tengo que enfocarme mucho en mi laburo, y no me permite quizás disfrutar otras cosas que ofrece el cowork. Pero si no tuviera está limitación creo que sí.

**De los espacios de coworking que conociste, ¿qué diferencia crees que tiene Área Tres?
¿No probaste trabajar en otro, no?**

No trabajamos en otro, pero nosotros damos cursos en otros coworkers. Coderhouse tiene un sistema de puntajes de los espacios, y AreaTres es de los que más tiene, porque las salas de acá son enormes, esta muy bueno.

