



PROCESO de **ACOMPañAMIENTO** a Emprendimientos Dinámicos

Caja de Herramientas

06

Presentación de Ideas



Taller de Coworking

Objetivo

Reflexionar y aplicar estrategias de coworking que permitan generar sinergias y relaciones, compartir ideas, nuevos proyectos, generar innovación y clientes.

Participante



Socios Estratégicos

El Proceso de Acompañamiento a Emprendimientos Dinámicos es parte de la estrategia SICA Emprende, la cual se ejecuta en conjunto con entidades de los países miembros y con el apoyo de cooperantes:



Con el apoyo de





Coworking

Introducción

El trabajo cooperativo fomenta las relaciones estables entre profesionales de diferentes sectores que pueden desembocar en relaciones cliente-proveedor. En todo caso es frecuente que se genere un sentimiento de pertenencia a una comunidad, más allá de las vinculaciones efectivas, entre los trabajadores que frecuentan los espacios de coworking.

Los espacios de Coworking están brotando por todo el planeta, es un movimiento global que está cambiando el modo de trabajar y la forma de interactuar en los espacios de trabajo. Los espacios de Coworking son un reflejo de la aparición de nuevos modelos y nuevas expectativas en el mundo de los negocios y en la sociedad en general.

El número de espacios de Coworking en todo el mundo casi se duplica cada año, acercándose ya a más de 1,500 sitios a nivel mundial.

Concepto de coworking

El coworking (en español “cotrabajo”, trabajo cooperativo o trabajo en cooperación) es una forma de trabajo que permite a profesionales independientes, emprendedores, y pymes de diferentes sectores, compartir un mismo espacio de trabajo, tanto físico como virtual, para desarrollar sus proyectos profesionales de manera independiente, a la vez que fomentan proyectos conjuntos. El neologismo «cotrabajo»¹ es la traducción al español del término coworking, pero el uso directo del anglicismo es casi más aceptado que el propio término «cotrabajo».

El coworking permite compartir oficina y equipamientos, y constituye una propuesta más elaborada que los de los denominados «cibercafés», entornos en los que también se cuenta con conexión a Internet.

El término coworking fue inventado por Brouni en el año 1999, pero es en el año 2005 que realmente fue difundido, por Brad Neuberg. Brad Neuberg creó un espacio de coworking en San Francisco llamado el 'Hat Factory', un loft dónde trabajaban tres freelances. Más tarde, el mismo Neuberg creó el 'Citizen Space', que fue realmente el primer espacio de coworking en Estados Unidos. La particularidad que encierra esta nueva alternativa empresarial, reside en la figura del gestor; la persona encargada de organizar la oficina donde se llevan a cabo las tareas de ellos va a depender que el ambiente de trabajo sea distendido, capaz de conectar y crear oportunidades laborales y personales entre los miembros. Al menos ese era el objetivo de Branley Neuberg. Su iniciativa surge en San Francisco en el año 2004 y pretendía convertirse en un centro de bienestar social y networking para mujeres. Tal y como señala “desmag” la revista para “cotrabajadores” estaba compuesto por ocho puestos de trabajo, comida comunes, meditación, masajes y bicicleta. La idea de crear una atmósfera colaborativa, en la que los miembros se retroalimenten con las experiencias de cada uno y compartan más que un entorno laboral.

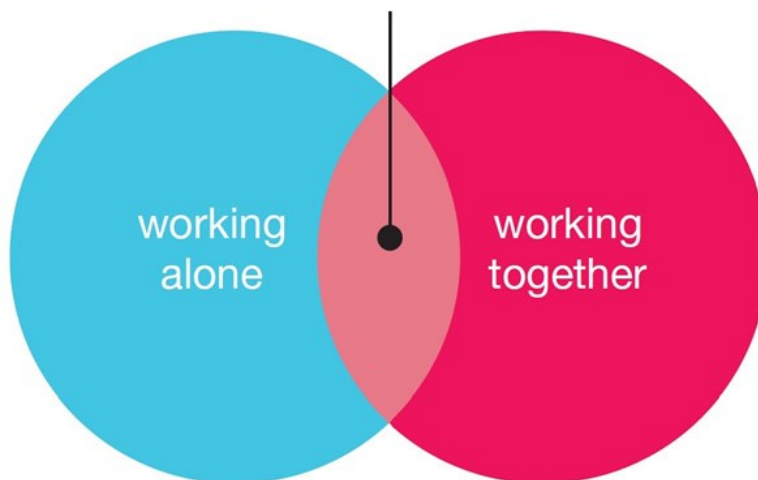
A principios de 2014, se estima que existen más de 2000 espacios de trabajo cooperativo en el mundo



Pero el coworking no solo es compartir gastos y romper con el aislamiento, también se trata de pertenecer a una comunidad de individuos que están abiertos a intercambiar ideas, proyectos, conocimiento, y lo más importante, están dispuestos a colaborar.

Desde el año 2012, más de 400 espacios de coworking están a pleno rendimiento en Europa. Y en menos de 5 años, el total de los espacios de coworking ha alcanzado la cifra total de las incubadoras y centros de innovación que están operando en Europa.

CoWorking



Pero el crecimiento sostenido de los espacios para el coworking no es sólo un tema unilateral. En España y Europa, por no hablar ya de los Estados Unidos, se han desarrollado en paralelo sitios para la promoción gratuita o paga de estos espacios. Los directorios online se han convertido en herramientas clave para posicionar y situar tanto coworking spaces como coworkers. Casos como el de Indizze, que en su esquema funcional ha integrado las oficinas de coworking como servicios para empresas, permiten la inclusión de estos centros en listas de búsqueda que redimensionan estos espacios de trabajo. Ya no sólo se está hablando de una oficina sin más, sino de un servicio empresarial para freelancers, emprendedores, creativos y demás profesionales integrales que buscan nuevas alternativas de trabajo.

Las coworking office se han convertido en el futuro del trabajo y han puesto sobre la mesa otras alternativas que confrontan los paradigmas clásicos. Desde el diario español El País no dudaron en reconocer su trascendencia en “el mercado laboral para convertirse en un fenómeno social anticrisis”. Justamente, ya en el cierre del artículo de Forbes, concluían que el coworking estaba sirviendo como modelo para enseñarle “a la América corporativa acerca de cómo las personas interactúan y lo que hace que sean eficaces en la creación” de ideas o contenidos. Esto, continúa, “*está realmente definiendo el futuro de cómo las empresas interactúan entre sí en un nivel más profundo*”.

Ventajas e inconvenientes

Entre las principales ventajas que presenta esta tendencia, se encuentra el factor económico. Un espacio “coworking” permite afrontar el coste de un alquiler, pero de forma mucho más barata. Según el portal “freelance” de Infojobs, los gastos derivados del alquiler, internet, suministro de agua y luz, etc. Pueden oscilar entre los 40 y 200 euros.

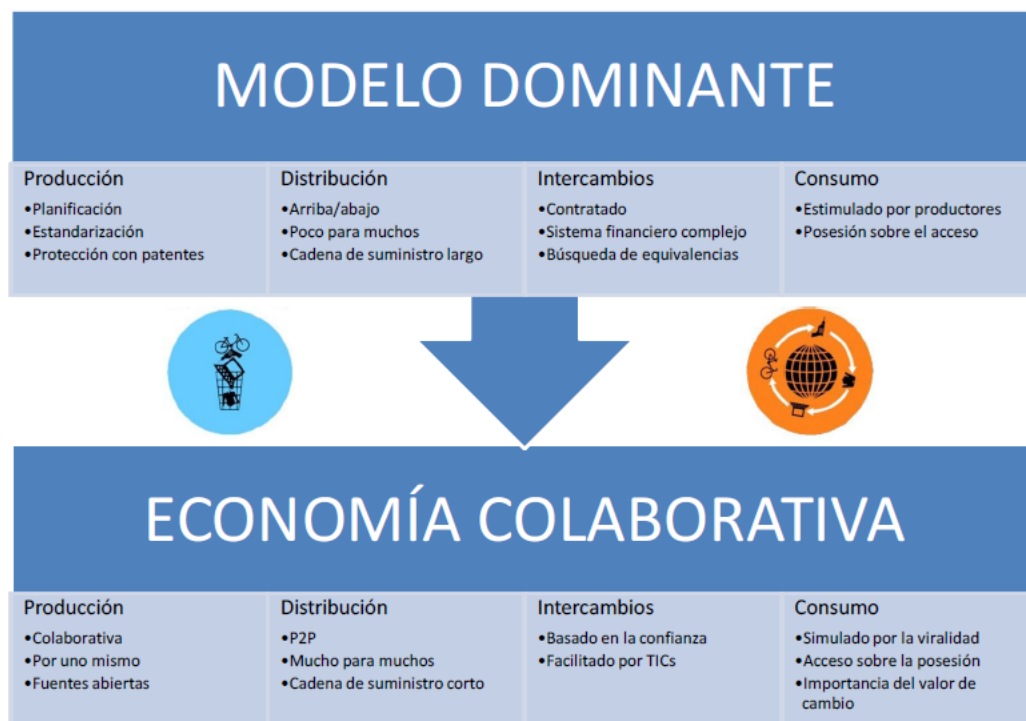


La productividad es otro factor a tener en cuenta. Si se trabaja desde casa, probablemente cueste más separar la vida laboral y personal. En cambio, disponer de tu propio espacio para llevar a cabo estas tareas permite crear una atmósfera perfecta en la que trabajar.

No obstante, hay una serie de detalles a tener en cuenta. Uno de ellos es la falta de intimidad que origina compartir el ambiente de trabajo. Hay que ser conscientes de que es un espacio compartido y quizás se puede tener la sensación de agobio.

Hay que saber marcar los límites y de igual forma, ser respetuoso con el resto de compañeros. Una persona que no esté muy acostumbrada al ruido también puede llegar a distraerse de sus tareas. En definitiva, “El coworking” trata de crear una comunidad que ayude a erradicar el miedo de compartir ideas, fomente la cooperación y que sirva a los profesionales para intercambiar opiniones e ideas.

Es imposible pensar en coworking sin pensar en New Sharing Economy, así hablaremos del “fenómeno en el que un grupo de personas comparten un espacio por uno o más motivos: para reducir costes compartiendo facilidades y equipamiento, para tener acceso a una comunidad de emprendedores y para buscar la colaboración dentro y fuera de diversos campos” (DeGuzman, G. y Andrew, 2011):



Fuente: (Van dem Broek, 2013).

Físicamente, son pequeños o medianos espacios distribuidos por el territorio; centros hiperlocales en el sentido de permitir el trabajo a pequeña escala pero dentro de redes globales gracias a la tecnología digital. Se trata de aunar profesionales independientes y personas con flexibilidad en el trabajo “que provienen de diferentes tipos de manufactura y disciplinas y que además, prefieren trabajar en compañía de otros u otras y no en soledad (Spinuzzi, 2012).

Por un lado, el espacio de coworking puede constituir un punto de encuentro para profesionales independientes que buscan un lugar de trabajo económico y que quieren colaborar por intereses comunes en un determinado proyecto. La flexibilidad y la reconfiguración son dinámicas permanentes en estos entornos, donde conocimientos y proyectos articulan nuevas fórmulas de conexión e



interrelación. Además, la alta capacidad que ofrecen para realizar lecturas rápidas del contexto, y encontrar soluciones, hace que también grandes corporaciones académicas y empresariales se fijen en este modelo organizativo como una vía para encontrar respuestas a un mercado cada vez más exigente, complejo y variable (Gutiérrez- Rubí, y Freire, 2013)

Por otro lado, y centrándonos en la parte menos material, y sin embargo más importante, pertenecer a un centro de este tipo, va más allá de ocupar o tener presencia en un –habitáculo social de moda- se trata de “unirse a una red o espacio colaborativo para ahorrar dinero, abatir las barreras del aislamiento y colaborar con otras organizaciones y startups. Pero la promesa de innovación y comunidad es lo que genera el reclamo del coworking” (De Guzman y Tang, 2011: 4).

A través de su filosofía, los centros coworking reúnen a una masa de profesionales independientes con intereses compartidos que celebran la reunión y el intercambio de ideas entre ellos centrando todo el proceso y creando una única atmósfera que se resume en pocas palabras; serendipia2 colaborativa y aprovechamiento de sinergias. Entendemos por serendipia el descubrimiento inesperado que se produce cuando se busca otra cosa; el resultante del cruce y choque de ideas que pueden ser casuales o no.

¿Qué es y que no es coworking?

El verdadero objetivo de los gestores y gestoras de estos espacios colaborativos será el de proveer de herramientas necesarias para cumplir con la misión de crear un ambiente de trabajo provechoso. Lo que dará vida al Coworking será la filosofía de trabajo que se crea y no las ganancias financieras que se convierten, y sobre todo al principio, en pequeñas dosis de optimismo.

Sin embargo, y como en la mayoría de ocasiones acaba sucediendo, la parte financiera y el carácter lucrativo acaba cobrando mayor importancia y ocupa un porcentaje amplio del pensamiento y de los esfuerzos dedicados por parte del conjunto gestor. Lo cual desvirtualiza el concepto y se convierten en oficinas para freelance, emprendedores, pequeños negocios, etc.

Alejándonos de estas dos posiciones extremistas, y aferrándose a la idea de que gestionar un espacio genera ganancias con el tiempo, hay que tener en cuenta “que todo inicio es duro y quienes deseen abrir un centro de Coworking y gestionarlo tiene que ser pacientes en los inicios, ya que un espacio de Coworking necesita su tiempo antes de empezar a ser rentable” (Zea, 2013: 89).

Finalmente, se pueden distinguir dos fuentes de ingresos, por un lado los ingresos de la propia actividad como participante coworker y los ingresos residuales que provienen de las cantidades mensuales que nos pagan los coworkers por pertenecer a nuestro espacio. Son estos últimos los que, aun siendo menos voluminosos, acaban siendo más estables a lo largo del tiempo. Si se consigue fidelizar a un coworker, es muy probable que continúe en el centro con el aporte económico y de valor que ello conlleva.

Si el Coworking fuera simplemente un local de oficinas compartidas, como muchos piensas, entonces la tarea de gestionarlo sería tremendamente sencilla ya que, gestionar cosas es sencillo. Sin embargo, el componente principal de los espacios Coworking son las personas y por tanto el valor que aportan y del grado de identificación y del sentimiento de pertenencia que tengan individualmente, dependerá que el espacio en su conjunto vaya en un sentido o en otro.

Marketing y Espacios

A la hora de promocionar un espacio coworking para darlo a conocer y reclutar a quienes serán los futuros coworkers es básico tener conocimientos de Marketing de Guerrilla: técnicas y estrategias de



promoción y difusión que con pocos recursos consiguen captar la atención de un público objetivo de manera creativa e innovadora. Se articula mediante páginas web, redes sociales, blogs, ferias de emprendedores, ferias de empleo a estudiantes, publicidad local en panfletos, diarios, radios, etc. También se suelen emplear las jornadas de puertas abiertas ya que, al fin y al cabo, las futuras personas coworker quieren conocer cómo será el espacio físico en el que pasarán la mayor parte de su tiempo y las facilidades que éste puede aportarles (Torreblanca, F., Lorente, F.J., et al., 2012).

Estos espacios “requieren ciertamente de dedicación, sin embargo, la gestión, una vez que se alcance la estabilidad financieramente del espacio, resulta mucho más sencilla” (Zea, 2013: 82). El mobiliario, la disposición de los espacios, las salas para talleres y eventos, la conexión a internet, la ubicación, etc. Son algunos aspectos a los que hay que dedicarles un tiempo importante y tener siempre una mentalidad abierta al cambio ya que los espacios, aunque no de forma continua, sí tienen que cambiar y evolucionar para a poder adaptarse a las necesidades de los coworkers ya existentes y a las de los nuevos que vendrán.

Conclusión

El coworking apuesta por espacios compartidos, sin jerarquías, donde se compartan ideas y se aprovechen las sinergias de sus integrantes en cualquier momento y lugar sin importar la edad, raza o sexo; al contrario, cuanto más cosmopolita y diversificado mayor se entiende que será el aporte. Sin embargo, llegados a un punto se tiende a volver y a repetir patrones pasados, por ejemplo, a partir de un número determinado de coworkers se reagrupan y separan porque, aun estando en un mismo espacio, resulta muy difícil mantener el contacto con todos y una organización que permita el desarrollo del trabajo de manera coordinada y cómoda para todos y todas. Se produce por tanto una refragmentación. Se pasa de reglas marcadas entre todos y conductas y actúales fruto del día a día, a un proyecto de convenio para este tipo de centros, donde todo esté “más regulado”, donde haya normas y leyes para proteger a los coworkers. Además, aunque las personas que gestionan tengan como fin el intercambio de ideas, la creación de lazos y sinergias y el ahorro de costes entre ellos mismos y sus coworkers, podría llegar a plantearse la consecución de estos objetivos como una herramienta para alcanzar el objetivo del beneficio.

Y es que finalmente, el coworking también puede, y debe, ser entendido como un producto o servicio formado por una parte tangible y por otra parte intangible que, en lugar de ser un producto o servicio producido de forma ajena para un tercero (para quienes gestionan), se produce por cuenta propia (por y para los y las coworkers) y donde esa tercera persona (gestor) decide cómo “vendérselo”; es como si las propias personas coworker estuviesen, en parte, pagando por el resultado y las creaciones que son fruto de su propia fuerza de trabajo; están pagando por la compra de parte de su trabajo diario y por formar parte de un producto final.



Plan de trabajo

Elabore las ventajas y desventajas de trabajar con Coworking en su proyecto y decida si le conviene este tipo de acción.

VENTAJAS	DESVENTAJAS				
DECISIÓN DE APLICAR COWORKING	<table border="1"><thead><tr><th>SI</th><th>NO</th></tr></thead><tbody><tr><td colspan="2">¿PORQUE?</td></tr></tbody></table>	SI	NO	¿PORQUE?	
SI	NO				
¿PORQUE?					

Mas Ayuda

Que es coworking

<http://www.zonacoworking.es/que-es-coworking/>

Trabajo Cooperativo

https://es.wikipedia.org/wiki/Trabajo_cooperativo

El boom del coworking: las ventajas de compartir espacio de trabajo

<https://es.finance.yahoo.com/blogs/emprender-con-%C3%A9xito/boom-del-coworking--networking-entre-los-emprendedores--las-ventajas-de-compartir-espacio-de-trabajo-192601465.html>

Referencias

(Coworking, consultado el 10 enero 2016, https://es.wikipedia.org/wiki/Trabajo_cooperativo)

Fuente : El coworking: un nuevo concepto de organización del trabajo, Araujo Jon Gorostiza, 2014, Máster en Gestión de los Recursos Humanos y el Empleo, Universidad del País Vasco.

Qué es Coworking, consultado el 9 enero 2016,

<http://www.europapress.es/economia/noticia-coworking-20150510082445.html>

<http://www.bcnewt.com/coworking/hablemos-de-la-evolucion-del-coworking-barcelona/>"Hablemos de la evolución del coworking