



COWORKING: UNA ALTERNATIVA PARA EL EMPRENDIMIENTO SOSTENIBLE

COWORKING: AN ALTERNATIVE FOR SUSTAINABLE ENTREPRENEURSHIP

Estela Rossana Sabando-Mendoza¹; Justina Isabel Saltos Riera²

Universidad del Zulia^{1,2}, Zulia-Venezuela

rossanasabando@gmail.com¹, saltosrieraisabel@gmail.com²

Estela Rossana Sabando-Mendoza¹, <https://orcid.org/0000-0001-6938-6405>

Justina Isabel Saltos Riera², <https://orcid.org/0000-0001-9115-4774>

Recibido:18/03/2021

Aceptado:13/08/2021

Código Clasificación JEL: L26 – M13 – M14 – M21

RESUMEN

Este estudio aborda al coworking como alternativa para el emprendimiento sostenible, considerando la relevancia del emprendimiento en la sociedad y desarrollo económico de las regiones, así como la necesidad de buscar alternativas eficaces para impulsar el espíritu emprendedor, minimizando obstáculos e impedimentos que desaniman a aquellos que asumen los riesgos de la actividad emprendedora. De ahí que el objetivo, es describir el coworking como una alternativa de emprendimiento sostenible, bajo un enfoque cualitativo evidenciando un diseño muestral no probabilístico, destacando como aspectos importantes: pertinencia-conveniencia, exponiendo definiciones y características claras de las variables, estableciendo una relación favorable entre ambas. Para ello, se hace un análisis teórico con base en trabajos realizados por autores para determinar cuánto se ha investigado y cuánta relevancia se ha dado al tema, alcanzando a evidenciar al coworking como una estrategia de economía colaborativa en el marco aplicativo que constituye una clara alternativa para el emprendimiento sostenible.

PALABRAS CLAVE

Emprendedores, Creación de empresa, Cultura corporativa, Economía de la empresa.

¹ Magíster. Doctorando en la Universidad del Zulia, Venezuela. Profesora asociada a la Facultad de Ciencias Administrativas, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Ecuador. E-mail: rossanasabando@gmail.com

² Estudiante en proceso de titulación previa la obtención del título de Ingeniera en Marketing. Manabí, Ecuador. E-mail: saltosrieraisabel@gmail.com

ABSTRACT

This study addresses coworking as an alternative for sustainable entrepreneurship, considering the relevance of entrepreneurship in society and economic development of the regions, as well as the need to seek effective alternatives to promote entrepreneurship, minimizing obstacles and impediments that discourage those who assume the risks of entrepreneurial activity. Hence, the objective is to describe coworking as a sustainable entrepreneurship alternative, under a qualitative approach evidencing a non-probabilistic sample design, highlighting as important aspects: relevance-convenience, exposing clear definitions and characteristics of the variables, establishing a favorable relationship between both. For this purpose, a theoretical analysis is made based on works carried out by authors to determine how much research has been done and how much relevance has been given to the topic, reaching to evidence coworking as a collaborative economy strategy in the applicative framework that constitutes a clear alternative for sustainable entrepreneurship.

KEY WORDS

Emprendedores, Creación de empresa, Cultura corporativa, Economía de la empresa.

INTRODUCCIÓN

En el presente siglo XXI, la humanidad ha debido enfrentar grandes cambios en todo sentido; esto por la acelerada dinámica en la generación del conocimiento en diversos ámbitos; así, se ve que no hay distinción respecto a clases sociales, etnia, incluso filosofías, pues la dinámica de la globalización ha logrado desaparecer las fronteras territoriales y conectar a todos en esa ruta de alta velocidad llamada “progreso” a través de la tecnología y grandes descubrimientos. Aquel que no se incluye en ese ritmo cambiante, simplemente no existe.

Es así que, aquella forma tradicional para la generación de recursos, que consistía en empresas ofertando un empleo y personas preparándose profesionalmente para cubrir esas vacantes, está quedando atrás. Hoy en día, es común ver profesionales o personas con habilidades específicas, buscando nuevas oportunidades para poner en práctica dicho conocimiento, pero lejos de lograr hacerlo en el ámbito de una gran corporación; prefieren aplicar lo aprendido para atreverse a proponer opciones que cubran las exigencias del mercado y poder ofertar lo que esta demanda.

Los emprendedores, al asumir el desafío de la creación de su negocio, se enfrentan a tres grandes desventajas: la infraestructura, la situación económica; y, la tercera, en algunos casos muy subestimada, la generación de una red de contactos para su negocio, entre proveedores, partners, consumidores, referencias comerciales y demás. El trabajo aislado limita la posibilidad de establecer vínculos sólidos con otros emprendedores y, por lo tanto, coarta la posibilidad de lograr un emprendimiento sostenible.

METODOLOGÍA

Para alcanzar el objetivo principal de este trabajo de investigación, se ha utilizado un enfoque deductivo, que se basa principalmente en la revisión de la literatura existente hasta el momento sobre este nuevo fenómeno. Al ser un trabajo de investigación en el que se pretende mostrar una perspectiva global del estado de la cuestión en el momento actual, la revisión de la literatura se ha hecho en gran profundidad, con el objeto de adoptar una perspectiva objetiva dentro de todas las publicaciones encontradas. Además, tras revisar toda la literatura posible, se han intentado reflejar en este trabajo las percepciones más relevantes de la tendencia y las más sorprendentes para la sociedad, de la forma más clara y transparente posible, para su mejor entendimiento por parte de sus futuros lectores. Se ha hecho referencia a diversas fuentes de información, entre ellas, libros de diferentes autores expertos en economía colaborativa, específicamente el coworking y emprendimiento sostenible, especialistas en estadísticas del fenómeno y sitios especializados y, por último, artículos de prensa encontrados en internet o revistas que debaten sobre este tema.

Economía colaborativa = coworking

Esa necesidad de generar negocios con recursos escasos o procurando disminuir los riesgos, conlleva al surgimiento de un fenómeno contemporáneo como lo es la “economía colaborativa”. El consumo colaborativo se remonta a la antigüedad, cuando se generaban intercambios para poder satisfacer necesidades. Actualmente, diversas formas de economía colaborativa nacen por una de tres causas probables: la crisis económica, la consciencia medioambiental y el desarrollo de las TICs.

Este fenómeno ha ido acrecentándose en diversos mercados generando el desarrollo de nuevas actividades de comercio electrónico con el surgimiento de empresas como Amazon o eBay; así como la aparición de plataformas que facilitan la interacción a través de las redes sociales (Barnes & Mattsson, 2016); de tal forma, muchos usuarios de distintos puntos en el mundo se comunican, provocando que la nueva tecnología de la información se convierta en uno de los pilares del consumo de colaboración.

Referente a la economía colaborativa, se puede decir que la primera persona en hacer uso de este concepto fue Ray Algar (Algar, 2007); pero, en la revisión bibliográfica se ha podido hallar algunos otros términos que describen el mismo concepto, tales como: "new economy", "sharing economy", "collaborative consumption", "peer-to-peer economy", "gig economy", "disaggregate economy" o "access economy", entre otros citados en Durán-Sánchez *et al.* (2016); sin embargo, la definiciones que mejor caracterizan este tipo de actividad económica son: por una parte, aquella que habla de la economía colaborativa como una actividad de igual a igual (peer-to-peer), es decir, obtener, dar o compartir bienes y servicios a través de servicios on line (Hamari, Sjöklint, & & Ukkonen, 2015); y por otro lado, definida como un modelo económico basado en compartir, intercambiar, comercializar o alquilar productos y servicios, dando facilidad a una parte de la población para que acceda a una propiedad que de otra forma le estaría vetado (Bostman & Rogers, 2010).

Las investigaciones en lo que concierne a economía colaborativa, se basan principalmente en los motivos que conllevan a la participación de los usuarios en esta modalidad. Al respecto se destacan: motivos económicos, medioambientales o sociales, tal como los describe (Espinoza, 2018):

- Las crisis económicas y financieras vividas a nivel global que han llevado a gran parte de la humanidad a buscar un nivel de vida más moderado; es decir reducir sus niveles de gastos, buscar ingresos extra a través de estas plataformas o nuevas formas de negocio.
- Un cambio de paradigma respecto al impacto negativo de los altos niveles de producción industrial para el medio ambiente. Por lo tanto, la búsqueda de alternativas para reducir el desperdicio de recursos y la contaminación.
- Así mismo, un cambio de mentalidad en la sociedad, que hoy en día siente mayor satisfacción por las experiencias vividas que por el número de activos que posee. Por cierto, que dichas experiencias sean sociales antes que individuales.

Las empresas dentro del sector de economía colaborativa, a pesar de su heterogeneidad presentan cuatro características comunes (García, 2020):

1. Utilizan la tecnología de la información, típicamente disponible a través de plataformas basadas en la web, como las "aplicaciones" móviles en dispositivos con acceso a Internet, para facilitar las transacciones entre pares.
2. Confían en los sistemas de calificación basados en el usuario para el control de calidad, lo que garantiza un nivel de confianza entre los consumidores y los proveedores de servicios que no se han encontrado previamente.
3. Ofrecen a los trabajadores que brindan servicios a través de plataformas de correspondencia digital, flexibilidad para decidir sus horas de trabajo diarias.
4. En la medida en que las herramientas y los activos son necesarios para proporcionar un servicio, las empresas de correspondencia digital confían en que los trabajadores usen los suyos.

De igual forma, describe a la economía colaborativa como un modelo cooperativo, disruptivo y sostenible. Cooperativo, porque claramente se basa en la colaboración mutua y compartir con otro lo que se tiene y le sirve y viceversa; de este modo se propicia la relación entre las personas y se garantiza un beneficio mutuo. Este modelo es disruptivo, porque rompe esquemas, cambia las estructuras y plantea nuevos enfoques, cambiando la manera de entender la propiedad y el consumo. Así también, se trata de un modelo sostenible, ya que la economía colaborativa contribuye al consumo razonable y hace más accesibles los bienes y servicios a todos. Propicia un comportamiento responsable reduciendo el desperdicio. Los bienes se prestan, se alquilan, se comparten.

A todo lo anterior se puede agregar que, en la economía colaborativa lo importante ya no es poseer bienes, sino tener acceso a ellos para satisfacer necesidades específicas y temporales. La comunidad es una condición elemental ya que no se aplica economía colaborativa en el individualismo. El prestigio es más valorado que el dinero, pues es en base a ello que se garantiza el éxito de las negociaciones o beneficios en la comunidad. La tecnología es el corazón mismo de este modelo que; además, es aplicable a cualquier rama o actividad económica.

En el marco del modelo que propone la economía colaborativa, en los últimos años se han creado empresas donde se ofrecen y comparten recursos infrautilizados con el propósito de racionalizar la dinámica moderna del consumo. En este sentido El Universo (2017) afirma que la economía colaborativa: "ha ganado espacio en los últimos años, sobre todo en el medio de los emprendimientos, una muestra de ello es el auge de los coworking, un espacio físico (similar a una oficina) en el que funcionan dos o más negocios, en donde el uno se nutre del otro con el objetivo impulsarse entre sí y ser rentables".

Si bien, para algunas personas, el coworking constituye una forma novedosa de impulsar negocios (Auria & Llerena, 2017) presentan una reseña histórica en la que dan cuenta de que no se trata de una idea del todo nueva; y es al final del siglo XX donde se hace la concepción del espacio compartido desde su origen con la creación de los primeros hacklabs (laboratorio hacker) o hackerspace (espacio de hacker) en la ciudad de Berlín con 17 miembros; cuya finalidad era el trabajo en comunidad bajo la línea de la ciencia, nuevas tecnologías y el mundo digital, a su vez ofrecía un espacio para que los miembros se relacionen y colaboren en diferentes proyectos.

Posteriormente en 1999, el término “coworking” se plasmó por Bernie DeKoven, para referirse al trabajo colaborativo a través de computadoras, facilitando así reuniones de trabajo y negocios, siendo en Nueva York, la ciudad donde se creó el primer espacio de coworking, denominado “42 West 24”, mismo que al principio estaba dirigido para empresas de software y se posicionó rápidamente por su propuesta innovadora. Hoy la empresa sigue ofreciendo sus servicios y el fundador de la empresa aún tiene su oficina compartida.

En 2002, el principal espacio compartido en Viena se denominó “Schraubenfabrik” (Fábrica de tornillos), considerado como el primer centro comunitario para los emprendedores. En el 2005, Brad Neuberg abrió el primer espacio oficial de coworking en la ciudad de San Francisco llamado “Spiral Muse”, empresa sin fines de lucro que ofrecía por 2 días, 5 a 8 estaciones de trabajo; almuerzos en grupo, zona Wi-Fi gratuito, 12 masajes, salas de meditación y paseos en bicicleta, pero la empresa cerró sus puertas al siguiente año. En Londres, se creó la empresa “Hub”, que actualmente es una red de 40 espacios de coworking en 5 continentes, siendo la más importante en la actualidad.

Cada vez se presta más atención al coworking por tratarse de trabajo colaborativo; es decir, una forma de trabajo en la que los trabajadores se reúnen en un lugar para crear valor mientras comparten información y conocimientos a través de la comunicación y la cooperación bajo las condiciones que ellos elijan. En el mismo contexto, Tadashi (2017) señala dos puntos notables: Primero, que los atributos de los individuos no están restringidos a un trabajo, ocupación u organización específicos. Segundo, es un lugar de trabajo compartido físicamente por ellos. En consecuencia, en términos específicos, este concepto apunta a una forma de trabajo donde autónomos, pequeños empresarios o miembros de organizaciones poseen trabajos separados, pero comparten un lugar físico y cooperan de manera flexible dadas las circunstancias, comunicándose mutuamente.

En consecuencia, es importante analizar las definiciones existentes de coworking; y, las de mayor relevancia en literatura científica han sido citadas en el artículo *¿Qué es el coworking? Un estudio teórico sobre el concepto de coworking*, donde se presentan las primeras definiciones de coworking en diversas publicaciones y medios:

Tabla 1
Definición de coworking

Fuente	Definición
Coworking Wiki	Profesionales independientes y aquellos que consideran que es mejor trabajar juntos con flexibilidad de escoger un lugar para trabajar que estar solos.
Tomi Ito (Representante de Cahootz)	Concepto e instalaciones asociadas donde los trabajadores que tienen sus respectivos trabajos comparten información y sabiduría tan solo compartiendo el mismo lugar (espacio) pero también comunicándose.
DeGuzman and Tang (2011)	Configuración y dinámica de un grupo diverso de personas que no trabajan necesariamente para la misma empresa o en el mismo proyecto, trabajando juntos, compartiendo el trabajo espacio y recursos.
Hokkaido Bureau of Economy, Trade and Industry	Términos genéricos para una nueva forma de trabajar en la que las personas que no pertenecen a empresas u organizaciones (ni van más allá de los límites de las empresas y organizaciones) y poseen varias capacidades y valores, se congregan para compartir conocimientos e ideas, se estimulan y colaboran activamente mientras se comunican.
Satani (2012)	Un estilo de trabajo en el que personas de diferentes ocupaciones y trabajos, se reúnen y comparten el mismo lugar de trabajo y mejoran a otros mediante la comunicación activa y el intercambio de sabiduría e información.
Spinuzzi (2012)	Una superclase que engloba a los buenos vecinos y configuraciones de buenos socios, así como otras posibles configuraciones que intentan de manera similar actividades de red dentro de un espacio dado.

Fuente: Tadashi (2017)

Además de las definiciones arriba citadas, en múltiples investigaciones sobre la actividad emprendedora o sobre el fenómeno coworking, es muy común encontrar la definición de Schuermann (2014):

Coworking: Modelo de trabajo y negocio integrado y flexible que se enfoca en las necesidades de emprendedores, creativos y trabajador del conocimiento. Todos los espacios de coworking comparten los cinco valores centrales de colaboración, comunidad, sostenibilidad, apertura y accesibilidad. Además del espacio de trabajo, existe la construcción de redes para compartir conocimiento, innovación y educación continua para ayudar a los compañeros de trabajo en sus empresas.

A nivel mundial existen varias empresas encargadas de documentar la evolución del fenómeno coworking en el mundo. Deskmag (2012) ha realizado una serie de encuestas de coworking globales que demuestran algunos patrones consistentes en el perfil de los coworkers, dividiéndolos en tres categorías de lo que también ha llamado “trabajadores independientes del conocimiento”: autónomos (freelancers), emprendedores en etapa inicial y miembros de equipos de pequeñas empresas.

A partir de las definiciones de coworking, haciendo hincapié en los usos de estos espacios y el tipo de usuarios, algunos sitios web que ofrecen este tipo de servicios, establecen diversas clasificaciones; es importante recalcar que, durante esta investigación, no se ha podido establecer una fuente teórica o científica que avale una clasificación; sin embargo, se ha considerado relevante para los objetivos del presente trabajo citar los más comunes:

Tabla 2
Tipos de coworking

Tipo	Especificación
Sectorial y multisectorial	Se diferencian por el tipo de perfil profesional que pretenden reunir. El coworking sectorial , diseñado para reunir a un tipo de perfil profesional en concreto . El multisectorial , suele ser la figura más habitual . Se abre el acceso a cualquier profesional independientemente de la rama en la que se encuentre especializado.
Abierto	Su característica principal se encuentra en que la totalidad de la zona de trabajo es de uso común .
Pop ups	Hace referencia a espacios de tipo esporádico que tienen una finalidad concreta o atienden a un proyecto definido.
Incubadoras y aceleradoras	Para aquellas startups o nuevos emprendedores que comienzan a desarrollar sus proyectos suele ser un aspecto a tener en consideración y que, incluso, puede llegar a ser fundamental a la hora de decidirse entre un espacio u otro.
Coworking fijo, flexible o nómada	Nómada: pensado para aquellos coworkers que viajan con frecuencia y pasan mucho tiempo fuera de oficina. Flexible: Las condiciones se ajustan o personalizan a sus necesidades. Fijo: para aquellos que necesitan un puesto estable y desean trabajar siempre desde el mismo lugar.

Fuente: (La Zona Coworking, 2021)

En el Ecuador la Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia y Tecnología (SENESCYT), a través de su “Banco de Ideas”, genera planes de inversión, asesorías y control de negocios para que los emprendimientos crezcan. En la actualidad, existen más de una decena de coworking registrados en el Banco de Ideas a nivel nacional (El Telégrafo, 2019).

El emprendedor

A ese tipo de personas, dispuestas a generar un cambio trascendental en los procesos de desarrollo de las regiones, se las conoce como emprendedores. Según Uribe & Reinoso (2013), “emprendimiento consiste en hacer cosas que generalmente no son hechas en el curso ordinario o de la rutina de los negocios; es esencialmente un fenómeno que viene bajo la más amplia acepción de liderazgo”; en este sentido, el emprendedor asume un rol determinante en la economía y la sociedad porque su propósito será el logro de objetivos a través de la puesta en marcha de sus ideas creativas para generar un negocio; brindando oportunidades de trabajo, contribuyendo directamente a la generación de la riqueza.

Se puede inferir que el emprendedor es un ser humano con características particulares que le permiten asumir un rol importante y desafiante en la sociedad, pero que no puede dejar de lado su humanidad y por tanto, lo que en la dialéctica filosófica podría ser un instinto o producto de una decisión bien pensada, ante la necesidad de cubrir sus necesidades y lograr sus objetivos, este recurrirá a la alternativa de juntarse a otros de su especie para lograrlos, aun cuando ello le exija trabajar por un bien común.

En ese sentido, muchos emprendedores, relacionan el coworking con la “economía colaborativa”; es decir, la generación de negocios “compartiendo lo que tienes con la gente que lo necesita y de ahí nutrirte o ganar algo a cambio, ya sea dinero, conocimientos o intercambio de recursos; es decir, una especie de trueque” (El Universo, 2017).

Emprendimiento sostenible

Los apartados anteriores aportan en gran medida para la comprensión del rol que asume el emprendedor en la sociedad, y en el mismo sentido, la búsqueda de este por alternativas que le permitan desarrollar sus ideas y cumplir sus objetivos, optimizando al máximo los recursos, para lo cual se apoya en la creatividad que lo caracteriza al optar por estrategias de economía colaborativa, tal como lo es el coworking.

No existe emprendedor que asuma el riesgo considerando como una opción el fracaso; de modo que, el emprendimiento parecería ser una alternativa que seduce a aquellos interesados en lograr hacer realidad sus objetivos y que a su vez esta acción se traduzca en un negocio rentable por mucho tiempo y con proyección a un crecimiento y desarrollo sostenible. “La sostenibilidad es un concepto que está orientado hacia el presente y a largo plazo, así que la sostenibilidad está en conflicto con la sociedad cortoplacista y de consumo rápido y políticas miopes” (Cralis & Vereeck, 2005) citado por Rodríguez (2016). Partiendo, entonces, de que todo emprendimiento debe ser sostenible, es relevante recordar que el término “sostenible” se usó casi siempre para referirse a lo ambiental; más adelante se lo vincula al dinamismo empresarial para promover el desarrollo y reducir la pobreza (Levinsohn, 2013).

A partir de ese cambio de paradigma, se originan emprendimientos que, en muchas ocasiones, tienen suficiente potencial para convertirse en grandes negocios, pero que, en un principio, no cuentan con los recursos para darse a conocer y promoverse. En su mayoría, los emprendedores solo cuentan con su “gran idea” pero no alcanzan a generar el entusiasmo de un inversionista; ello ocasiona que “con posterioridad a la elección de una iniciativa, algunos individuos presentan una disonancia, dudan de su decisión cuando ésta es financieramente importante, cuando se ha prescindido de una serie de alternativas y cuando las opciones eliminadas se muestran bastante favorables” (Moreno, 2016).

Tal como lo afirma Huarte-Mendicoa (2014) “emprender siempre es complicado y más si es la primera vez que lo realizas y tienes poca experiencia laboral (...) no solo por todos los temas teóricos a tener en cuenta; finanzas, operaciones, competencia, legalismos, sino porque el entorno no suele acompañar”. Múltiples circunstancias que se presentan al poner en marcha un emprendimiento, y que se pueden convertir en grandes limitaciones para el desarrollo de la actividad emprendedora, deberían tener una solución rápida. Así, por ejemplo, la búsqueda del espacio u oficina con el ambiente adecuado para cautivar al cliente, la conectividad para hacer crecer el negocio, así como otros “detalles” que son de relevancia, implican altos costos y esfuerzo, además de riesgo, que solo se puede minimizar con un adecuado estudio de mercado, que arroje información precisa sobre la ubicación geográfica del negocio, por ejemplo; pero, a más precisión, más inversión.

Por otra parte, la dinámica globalizada de los mercados a nivel mundial difícilmente permite el crecimiento individual de los emprendimientos al mismo ritmo; por lo que la tendencia es la búsqueda de alternativas que puedan acercar esos emprendimientos a las empresas ya posicionadas. En este sentido, muchos emprendedores ya han tenido que vivir la amarga experiencia de ver derrumbar sus sueños por la falta de recursos físicos, tecnológicos o financieros; pero de esa experiencia, algunos de ellos han puesto en práctica su creatividad para generar nuevas ideas que impulsen la actividad emprendedora. Según Rajadell (2019, p.41) “toda actividad humana comienza con una idea, y la creación de una empresa no es ninguna excepción”.

De este modo, la ejecución de un emprendimiento se traduce en un permanente desafío, no solo frente a las situaciones que presenta el entorno, sino también respecto a la manera que tiene el individuo de asumir los riesgos. Según Sastre (2013), “en todos los casos parece encontrarse un denominador común que es la variedad de oportunidades que se abren para las personas y, simultáneamente, la sensación de soledad y el individualismo en el contexto de las grandes urbes”. Dado que, los emprendedores se caracterizan por su capacidad creativa, buscan alternativas que les permita fusionar sus conocimientos, propuestas, ideas de negocio; y, ¿por qué no? sus incertidumbres y temores, con otros que enfrentan situaciones similares, para convertir debilidades en fortalezas y proyectar hacia el éxito los objetivos particulares de sus emprendimientos, apoyándose en una comunidad con los mismos intereses.

Una situación difícil compartida, motiva la búsqueda de ideas de solución compartidas. Al identificar como problema común, la falta de sostenibilidad de los emprendimientos por la ausencia de alternativas facilitadoras, se produce un fenómeno creativo para beneficio de los emprendedores en conjunto; esto es, compartir todo lo que sea posible; pues, a primera vista, los resultados podrían ser positivos para todos los involucrados que tienen el único deseo de expandir sus negocios, y que para ello están dispuestos a participar en actividades comunes y de ese modo minimizar riesgos y proyectar el crecimiento de su negocio en menos tiempo, apalancando las necesidades básicas del proyecto en los recursos compartidos, en otras palabras, apoyándose unos a otros.

DISCUSIÓN

El emprendimiento es un tema que motiva innumerables investigaciones desde diversos puntos de vista, que, por lo general, convergen en destacar la importancia que este tiene para la economía de muchos países; esa importancia radica principalmente en la oportunidad de generar fuentes de empleo.

En el mundo de la investigación, las implicaciones de la economía compartida han sido objeto de acalorados debates. Por lo general, el tema central de la discusión se refiere a: si la economía colaborativa ofrece mejores oportunidades de puestos de trabajo a las personas, o si su efecto neto es el desplazamiento de empleos tradicionalmente seguros y la creación de una política generalizada de trabajo a tiempo parcial y mal remunerado.

Es un debate que continúa desarrollándose, obligando a los empresarios a sopesar las connotaciones de sus iniciativas. Esto es porque, si bien no se trata de algo nuevo, tampoco existen conclusiones claras sobre los efectos generales de este sector; más bien, día a día se hace necesario generar mayor investigación ante diversas líneas de argumentación.

En la relación coworking – emprendimiento, hay quienes hacen énfasis en las posibles contradicciones respecto a los resultados favorables de esta práctica y muestran algunas situaciones tal como lo señala Spinuzzi (2012) cuando afirma que se producen distintas formas de actividad colaborativa bajo el disfraz de “coworking”, sin que estas cumplan con todas las características propias de esta actividad en el sentido de proyectar un claro desarrollo de emprendedores.

Es por ello, que varios sitios coworking, al ofertar sus servicios, muestran los beneficios y los inconvenientes para los usuarios en dichos ambientes; así por ejemplo Holded (2017) en su sitio web incluye un artículo detallado, donde además de las ventajas, describe como inconvenientes: la competencia, las distracciones, los malos compañeros de trabajo, los límites de horarios, la envidia y concluye con la pregunta “¿todavía sigues pensando en que un coworking puede ser una buena opción para ti o prefieres trabajar desde casa?”; e inmediatamente el siguiente párrafo, asegura que el coworking sigue siendo la mejor opción, siempre que se escoja el ambiente que más convenga a la actividad de cada usuario.

Notablemente, el coworking es un fenómeno social complejo. Los espacios de coworking son oficinas diáfanos que los trabajadores del conocimiento, móviles e independientes comparten como lugares de trabajo. Pero el coworking suele definirse como algo más que el acceso al espacio y las instalaciones; de hecho, es la cualidad elusiva de este comportamiento de trabajar solos y juntos a la vez, lo que genera una creciente atracción para los participantes, la atención para comentaristas e intriga para académicos (Waters-Lynch, *et al.*, 2016).

CONCLUSIÓN

Esta investigación ha permitido contextualizar las circunstancias en las que la mayoría de los emprendedores inician sus negocios, así como los riesgos que deben asumir. De igual forma, se ha podido comprender la importancia del emprendimiento para la dinamización de la economía a través de soluciones innovadoras y sostenibles basadas en las teorías económicas que sustentan nuevas tendencias que se adaptan a un mundo globalizado, tal como lo es la economía colaborativa.

En consecuencia, queda claro que el emprendedor adopta una concepción socio-histórica y cultural de la actividad emprendedora, de modo que no se puede separar a la persona del emprendimiento; en otras palabras, el individuo recurrirá a un entorno que le proporcione un ambiente favorable. Por ende, uno de los principales argumentos que enfatizan la novedad del coworking es que aspira al equilibrio individual y la autonomía con la colaboración con otros, con los que se encuentra ocasionalmente.

En conclusión, se pudo deducir que, si bien la falta de sostenibilidad de los emprendimientos por la ausencia de alternativas facilitadoras constituye un problema, el coworking como una estrategia fundamentada en la teoría económica, específicamente como una estrategia aplicable de economía colaborativa, se traduce en una clara alternativa para el emprendimiento sostenible; más aún, cuando los usuarios “emprendedores” admiten esta propuesta como la solución para minimizar los obstáculos que ponen en riesgo el inicio favorable de su negocio, tales como, la falta de infraestructura física y tecnológica; la posibilidad de establecer vínculos de intercambio comercial rápidamente, entre otras. Por otro lado, les permite nutrirse de información actual y permanente sin costo, les genera confianza para la innovación y nuevos desafíos y un sinnúmero de oportunidades que le proporciona el establecimiento de relaciones interpersonales que se traduce en beneficio de su negocio.

En este contexto el coworking busca mejorar las condiciones de vida de los emprendimientos sostenibles en negocios que generan más negocios, e intenta activar el relacionamiento de los emprendedores de diferentes sectores; está destinado para los emprendedores que buscan oportunidades, debido a que les brinda un lugar especializado para desplegar sus labores facilitándoles acceso a internet y otros tipos de servicios necesarios para la ejecución de sus actividades.

Referencias bibliográficas

- 360°. I. U. (2018). Coworking. *Mercatec*, 3(54).
- Algar, R. (2007). Collaborative consumption. *Leisure Report*, 16-17. <http://www.oxygenconsulting.co.uk/docs/collaborative-consumption.pdf>
- Auria A., L. M., & LLerena A., K. L. (Agosto de 2017). Repositorio Digital ULVR. <http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/1915>
- Barnes, S., & Mattsson, J. (2016). Understanding current and future issues in collaborative consumption: A four-stage Delphi study. *Technological Forecasting and Social Change*, 200-211.
- Bostman, R., & Rogers, R. (2010). *What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption*. New York: Harper Business.
- Deskmag. (12 de agosto de 2012). <https://www.deskmag.com/es/>.
- Durán-Sánchez, A., Álvarez-García, J., Del Rio-Rama, M., & Maldonado-Erazo, C. (Septiembre de 2016). Economía colaborativa: Análisis de la producción científica en revistas académicas. *Revista de Gestão e Secretariado*, 7(3), 1-20. <https://www.redalyc.org/pdf/4356/435649063002.pdf>
- El Telégrafo. (9 de Agosto de 2019). Nuevas ideas se desarrollan en los "coworking". *El Telégrafo*.
- El Universo. (31 de agosto de 2017). Los coworking en auge. <https://www.eluniverso.com/vida/2017/08/31/nota/6356467/coworking-auge>
- Espinoza, M. (1 de Abril de 2018). Repositorio Comillas. La economía colaborativa. Orígenes, evolución y retos futuros. Madrid, España. <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/18637/TFG-EspinozaFernandez%2CMariaTeresa.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- García, J. (9 de 07 de 2020). El blog de retos para ser directivo. E. B. School, Ed. <https://retos-directivos.eae.es/que-es-la-economia-colaborativa-y-cuales-son-sus-beneficios/#:~:text=La%20econom%C3%ADa%20colaborativa%20es%20un,clases%20de%20ingl%C3%A9s%20o%20franc%C3%A9s>.
- Hamari, J., Sjöklint, M., & Ukkonen, A. (2015). The Sharin economy: Why people participate in collaborative consumption. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 2047-2059.
- Holded. (10 de abril de 2017). HoldedCoworking, ventajas e inconvenientes para emprendedores. https://www.holded.com/es/blog/coworking-ventajas-inconvenientes-emprendedores#Inconvenientes_del_coworking
- Huarte-Mendicoa Fiol, E. (2014). Emprendedor/inversor, los intereses comunes. En M. Pérez-Quintanilla, *TicLaude, el reto de emprender* (p.93). Universitat Autònoma de Barcelona.
- La Zona Coworking. (17 de Febrero de 2021). La Zona Coworking. <https://lazona.co/es/about>
- Levinsohn, D. (2013). ¿Desarraigado y decapitado? Una revisión crítica de el campo emergente del emprendimiento sostenible. *Emprendimiento y pequeñas empresas*, 200-211.
- Moreno Castro, T. F. (2016). *Emprendimiento y plan de negocio*. RIL editores.
- Rajadell Carreras, M. (2019). *Creatividad: emprendimiento y mejora continua*. Reverté.
- Rodríguez, D. (2016). Emprendimiento sostenible, significado y dimensiones. *Revista Katharsis*(21), 419-448. <http://revistas.iue.edu.co/index.php/katharsis>
- Sastre, R. F. (febrero de 2013). La motivación emprendedora y los factores que contribuyen con el éxito del emprendimiento. *Ciencias Administrativas*(1), 1-10. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=5116/511651377005>
- Schuermann, M. (2014). *Coworking Space. A potent business model for plug'n play and indie workers*. Rocket publishing, Lucerne & epubli GmbH.

Facultad de Ciencias Administrativas. Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Manta, Ecuador.

https://revistas.uleam.edu.ec/index.php/business_science

Licencia de Creative Commons (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0>)

Spinuzzi, A. (2012). Working alone together coworking as emergent collaborative activity. *Journal of Business and Theoretical Communication*, 399-441.

Tadashi, U. (21 de marzo de 2017). ¿Qué es el coworking? Un estudio teórico sobre el concepto de coworking. SSRN, 1-15. doi:<http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2937194>

Uribe Macías, M., & Reinoso, J. F. (2013). *Emprendimiento y empresarismo*. Ediciones de la U.

Waters-Lynch, J., Potts, J., Butcher, T., Dodson, J., & Hurley, J. (04 de 03 de 2016). Coworking: una visión transdisciplinaria. SSRN, 58. doi:<http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2712217>