



COWORKINGSPAIN®

Magazine 003

Especial



Coworking Spain Conference 2013





Contenido

Ecosistemas emprendedores: Ciudades y Coworking.	4
Colaboración entre coworkings y comunidades virtuales: el coworking como movimiento.	5
Coworking: Grandes Empresas e Innovación.	6
Iniciativas públicas: Competencia o Colaboración.	8
Colaboración Glocal - Global/Local	9
Coworking en ciudades pequeñas. Cómo hacer única tu ciudad	11
El crecimiento de la sociedad colaborativa.	12
Talleres formativos de la primera jornada	14
1. Crear comunidades desde cero	
2. ¿Puede tu coworking ganar dinero?	
3. Gestión de comunidades online/offline.	
4. Consejos para mantener un espacio a flote.	
Lecciones prácticas sobre legalidad, comunicación y gestión de comunidades	15
1. Aspectos Legales del Coworking.	
2. Comunicación Share 360°	
3. El arte del perfecto anfitrión.	
Conclusiones	16



Contacto.
CoworkingSpain.es
CoworkingSpainConference.es
hello@coworkingspain.es
coworkingassembly



Coworking Spain Conference 2013 by Manuel Zea is licensed under a [Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 3.0 Unported License](#).

Queda prohibida la reproducción total o parcial de esta publicación periódica, por cualquier medio o procedimiento, sin para ello contar con la autorización previa, expresa y por escrito de CoworkingSpain.





Coworking Spain Conference 2013

Los espacios de Valkiria Hub Space y MOB // Makers of Barcelona, pusieron sus espacios a disposición de la organización para acoger la segunda edición de la Coworking Spain Conference en Barcelona el pasado 24 y 25 de Mayo.

Coworking Spain junto a utopic_US, The Hub y MOB organizaron este evento para discutir sobre el auge de la sociedad colaborativa y las nuevas formas de trabajo.

No es ningún misterio el gran auge que ha experimentado el coworking recientemente.

Como era de esperar este año 2013, el número de espacios de coworking han aumentado paulatinamente. Pero el dato realmente significativo es el interés que están mostrando instituciones públicas, universidades y grandes empresas por el coworking y como esta filosofía está cambiando las nuevas formas de trabajar de autónomos, freelancers y start ups.

Es muy destacable como han surgido servicios, consultorías, workshops, libros y talleres formativos que tienen el coworking como base, lo cual es un punto indicativo de cómo el sector se profesionaliza, lo que esta provocando el nacimiento de la industria coworking.

Esta industria coworking está sacando a la luz el interés de grandes empresas por la implantación de la filosofía coworking en sus corporaciones, o como grupos inversores están estudiando este fenómeno con interés. (No olvidemos que algún coworking en Estados Unidos han recibido financiación para su crecimiento.)

Universidades están viendo en el coworking un fenómeno social en expansión, lo que está provocando que en sus programas formativos se haga un hueco el coworking aplicándolo a títulos formativos de marketing, sociología y diseño.

Las instituciones públicas se han fijado en el coworking como fenómeno social, económico y profesional que está ayudando a emprendedores y autónomos en el nacimiento o en el asentamiento de sus actividades profesionales.

En el 2012 hablábamos de un burbuja coworking debido al boom de espacios que abrieron ese año. En cambio, este año podemos hablar del asentamiento del coworking y la profesionalización de los espacios, y como consecuencia podemos observar el nacimiento de la Asociación de Espacios de Coworking o como algunos espacios de coworking han comenzando a expandirse.

Nuestro país es uno de los países en los que el coworking ha penetrado con más fuerza en la sociedad, y Barcelona en particular, se ha convertido en una ciudad referencia para el coworking. Este año ya albergó la segunda edición de la Coworking Spain Conference y albergará en Noviembre la Coworking Europe, uno de las dos mayores conferencias de coworking a nivel global. De esta forma Barcelona se establece como una de las capitales del coworking a nivel mundial.



Ecosistemas emprendedores: Ciudades y Coworking.

Ponentes: Joel Dullroy (Deskwanted), Jaime Aranda (workINcompany), Artur Serra (Barcelona Laboratori)

Moderador: Vanessa Sans (utopic_US Barcelona)

El ciclo de conferencias que formaron parte de [Coworking Spain Conference](#) empezó con la mesa redonda “Ecosistemas emprendedores: Ciudades y Coworking”, en la que se abordó el impacto del coworking en los entornos de emprendedores. Durante la conversación, que estuvo moderada por Vanessa Sans, de Utopic_Us Barcelona, Joel Dullroy (Fundador de Deskwanted), Jaime Aranda (con fundador de [workINcompany](#)) y [Artur Serra](#), (Barcelona Laboratori), conversaron también sobre cómo los espacios de coworking pueden ayudar a freelancers y autónomos en el desarrollo de su actividad, arrojando luz sobre nuevas perspectivas y modalidades de trabajo que están influyendo en la creación de modelos propicios para la colaboración abierta.

Con una actividad ligada a la investigación e Internet como plataformas de colaboración abierta, y en un contexto en el que buscar trabajo, según los parámetros tradicionales, no da resultado, Artur Serra fundó en 2007 [Citilab](#), laboratorio ciudadano en el que desarrolla varios proyectos, entre los que destaca laborLab+, un living lab para la generación de nuevos trabajos, cuyo ideal recordó ante los asistentes: “Crea tu trabajo, no lo busques”. Una máxima alineada a el leit motiv de los distintos espacios de coworking en nuestro país. Desde el punto de vista de Artur Serra el movimiento aún está en una fase de crecimiento, y sería recomendable la existencia de un coworking lab que hiciera de nuestro país un perfecto laboratorio de coworking. No hay duda de que la colaboración no ha de limitarse a la coordinación entre coworkers, sino que debe llegar a

los espacios, potenciándose la colaboración entre estos.

Joel Dullroy, co-fundador de [Deskwanted.com](#) y representante internacional del movimiento freelance de Alemania, comentó la situación de desventaja social en la que se encuentran los trabajadores autónomos; una clara situación de discriminación, sin respuesta por parte de los poderes políticos, que ha llevado a freelancers de muchos países a organizarse para reclamar una mejora en sus condiciones sociales. Y es que aunque los gobiernos hablan de la importancia de los emprendedores para salir de la crisis, no ofrecen soporte ni apoyo en términos de impuestos y medidas políticas. Para que un profesional pueda emprender necesita pagar sus facturas sin obsesionarse demasiado en ello: si éstas con altas (alquileres, tasas, impuestos...) no es posible poner en marcha ningún proyecto. Por esta razón y con el fin de obtener un mayor apoyo social, colectivos de trabajadores independientes están haciendo presión sobre los distintos gobiernos. Los espacios de coworking resultan de gran utilidad como punto de encuentro de estos profesionales, y juegan un papel clave para el desarrollo del movimiento entre freelancers al promover la colaboración entre coworkers.

Jaime Aranda, cofundador de [workINcompany](#), señaló la dificultad del comienzo para cualquier espacio, un arranque que ha de basarse en una difusión y comunicación constante sobre los beneficios que supone el coworking. En este sentido, los gestores de espacios deben tener, en cierta medida, una vocación

evangelizadora sobre filosofía colaborativa.

En su caso, y tratándose del primer espacio de coworking que se abrió en Andalucía, dar a conocer las características del movimiento así como las ventajas que podía proporcionar a los coworkers, fue su objetivo inicial. Para hacerlo organizaron una serie de encuentros con profesionales de distintos ámbitos y perfiles, en los que transmitieron el valor de la colaboración como principal reclamo del coworking. No obstante, no hay que perder de vista que algunos profesionales interesados en formar parte de la comunidad y convivir con otros freelancers y empresas no desean trabajar con nadie del centro, sobre todo en un principio, y no deben sentirse obligados a ello. Los espacios deben propiciar la atmósfera adecuada para favorecer el conocimiento mutuo y la cooperación, de forma que los coworkers sean conscientes de que se les ofrece una oportunidad para potenciar su desarrollo profesional y de negocio a través del intercambio de conocimiento y el trabajo en equipo, pero que son libres de colaborar o no hacerlo. De ahí que la diversidad de perfiles sea un aspecto a tener en cuenta. Y quizá sea esta heterogeneidad lo que marca la diferencia entre los centros de coworking, en los que la sinergia es pieza clave para el impulso de estructuras innovadoras, y otras organizaciones que han funcionado como “incubadoras” de nuevos proyectos aunque siguiendo otros parámetros, como es el caso de las asociaciones profesionales, las escuelas de negocio o los viveros de empresas.



Colaboración entre espacios de coworking y comunidades virtuales: el coworking como movimiento.

Ponentes: Manuel Zea (CoworkingSpain), Julia López Varela (The HUB), Rafa de Ramón (utopic_US)

Moderador: Cristina Santamarina (Cobot, Coworking Wiki)



Moderada por Cristina Santamarina, directora del proyecto Coworking Wiki, el segundo encuentro de la conferencia reunió a representantes de tres iniciativas pioneras en el ámbito del coworking, con experiencia en coordinar relaciones entre espacios: Manuel Zea, fundador de [Working Space](#) y de Coworking Spain; Julia López Varela, coordinadora de [HUB Madrid](#) y colaboradora del proyecto HUB ART; y Rafa de Ramón, fundador de [utopic_US](#).

Con una red que reúne 37 espacios en el mundo en 17.000 metros cuadrados, y 5.600 miembros, The Hub es un ejemplo de iniciativa en la que la sinergia entre centros, especialmente entre los que pertenecen a la red, ha dado interesantes frutos, también en números (6 millones de euros de beneficio). El funcionamiento de la red está ligado a su innovadora forma de gobierno; todos son miembros de una asociación, dueña de una pequeña empresa llamada HUB global, que cuenta con 5 empleados para dar servicio a toda la red internacional, y que está gobernada por los Hubs locales. Además de fomentar las conexiones

físicas, en [The Hub](#) se propician las conexiones virtuales a través de la plataforma [The HUB.net](#). Asimismo, se celebran conferencias anuales para valorar cómo se están gestionando las comunidades locales, lo que constituye un gran intercambio de conocimiento. Pero la colaboración no se limita sólo a los espacios de la red, sino que en la actualidad Madrid Hub mantiene acuerdos con espacios regionales de España.

Manuel Zea, además de mencionar la existencia de Coworking Spain como plataforma que reúne a espacios y coworkers, relató el reciente nacimiento de la [Asociación de Espacios de Coworking](#) ([aecoworking.org](#)), creada con el fin de responder a las necesidades de todos los espacios a nivel nacional y de asesorar en el ámbito jurídico. Una iniciativa que brinda la oportunidad a cualquier centro de verse representado y que resultaba necesaria ante el “limbo legal” en el que no encontramos en este sentido, según explicó.

Rafa de Ramón abordó la colaboración entre espacios distintos de diferentes países, cuyo ejemplo

lo encontramos en el programa de intercambio con Betahaus que permitió a coworkers de [utopic_US](#) desplazarse a Berlín para trabajar durante unas semanas en el espacio y permanecer hospedados por coworkers de allí. En la segunda fase del proyecto, coworkers de Bethahaus viajaron a Madrid para trabajar en [utopic_US](#). Rafa aprovechó su intervención para mostrar su disposición a colaborar con centros más pequeños de toda España que puedan estar interesados en poner en marcha algún programa de intercambio.

Otra iniciativa de [utopic_US](#) en este sentido ha sido la puesta en marcha de formaciones específicas dirigidas a futuros gestores de centros con el fin de que puedan aprender de su experiencia y transmitirles los errores más comunes cuando se abre un centro de coworking por primera vez. Por otro lado, destacó la ampliación de la red virtual de [utopic_US](#), cuyo desarrollo se ha producido en paralelo al crecimiento de la red física. Como hay una gran rotación crearon un espacio virtual para mantener la conversación más allá de los espacios físicos. Una vez más, el objetivo es propiciar la



aparición de nuevas ideas y sinergias.

A la hora de fijar el beneficio de la colaboración entre espacios, los ponentes coincidieron en ligarlo al aprendizaje y al intercambio de conocimiento. Si bien este tipo de conexiones alumbran proyectos, su principal valor no es monetario, sino que está directamente relacionado con la creación de comunidades y un aprendizaje que influye en que

exista un modelo más sólido de estructura colaborativa.

Por último, se abordó el papel de las redes virtuales de coworking como plataformas de colaboración, cuya importancia previsiblemente irá en aumento. Y es que el valor de los espacios de coworking está íntimamente ligado al conocimiento y a la socialización del conocimiento. Son entornos abiertos que permiten hacer cosas más allá del entorno

físico, y posibilitan la transformación de conocimiento. No es de extrañar, por lo tanto, que las redes virtuales refuercen e impulsen el movimiento en el futuro y adquieran un protagonismo absoluto, algo en lo que insistió Rafa de Ramón, quien, al hilo de la conversación y para sorpresa de los asistentes, anunció que [utopic_US](#) sería gratis a partir del 15 de junio para aquellos que formen parte de su red virtual.

Coworking: Grandes Empresas e Innovación.

Ponentes: Antonio Pérez Lepe (Repsol), Ángel Mestre (Transit), Miquel Àngel Julià (Grup Idea)

Moderador: Manuel Zea

Moderada por Manuel Zea, fundador de Coworking Spain, la mesa redonda dedicada a las grandes empresas y corrientes de innovación en el ámbito del coworking, contó con Antonio Pérez Lepe, de [Repsol](#), Ángel Mestre, director General de [Trànsit Projectes](#), y Miquel Àngel Julià Director de Diseño de [GRUP IDEA](#), quienes expusieron los nuevos modelos de organización de trabajo existentes en las compañías que se han inspirado en una filosofía colaborativa, en la que predominan las estructuras horizontales. Una línea de pensamiento que desgrana los aspectos esenciales del coworking como movimiento, yendo mucho más allá de los espacios físicos.

Nuevas metodologías de trabajo para nuevos tiempos

Miquel Àngel Julià director de Diseño [Grup Idea](#), analizó y expuso la efectividad del coworking como metodología de trabajo, una metodología que está presente en todos sus proyectos. Además del espacio físico compartido, que constituiría el nivel básico dentro del coworking, Julià habló de dos niveles más. Uno vinculado a la colaboración y orientado al crecimiento a través de redes que permita encontrar profesionales que desarrollen su actividad en tu sector y puedan trabajar contigo. Y un tercer nivel que denomina “codiseño” y consiste en poner en contacto a personas de disciplinas que, aportando su conocimiento en áreas específicas, puedan desarrollar

proyectos nuevos.

Aunque en el pasado contaban con más de 60 personas y ahora no llegan a los 30, su equipo es mucho más amplio que antes, pues cuentan con una extensa red de colaboradores que les permite llegar a muchos sitios. Anteriormente existía un equipo cerrado que permanecía a “la espera” de que llegasen nuevos proyectos, lo que en la época de bonanza siempre sucedía. Ahora los proyectos deben buscarse, y los equipos se crean específicamente para cada proyecto ganado, siguiendo en cada caso un proceso diferente.

Esta innovadora estructura permite a Grup Idea definir diversas fórmulas de trabajo según los proyectos, habiendo trabajado para un total de 14 entidades bancarias, diversas empresas de moda o marcas como Bershka, Nike o Tiffanys. Por otro lado, son muchas las empresas que acuden a ellos para redistribuir sus espacios interiores teniendo como referentes los centros de coworking y la filosofía de esta corriente para fomentar la interacción desde la arquitectura interior.

La gran corporación aprende del coworking: el caso de Repsol

Antonio Pérez Lepe habló de un innovador proyecto que ha propiciado el acercamiento de [Repsol](#) al mundo del coworking, y que tiene un claro objetivo: la apertura de esta gran corporación hacia entornos de trabajo más

creativos y enriquecedores. La iniciativa fue fruto de una campaña que se lanzó internamente orientada a descubrir nuevas fórmulas de trabajo, y de la que salieron 6 ideas que se están implantando actualmente; una de ellas, propuesta y coordinada por Antonio Pérez, se centra en la deslocalización del empleado. Una de las ventajas principales de la deslocalización está ligada a la retención del talento: el hecho de que un empleado se cambie de ciudad no implicaría que tuviera que abandonar la compañía. Dentro de este proyecto se contempla que periódicamente empleados de la compañía vayan a trabajar a centros de coworking para que puedan nutrirse del ecosistema emprendedor y trasladar a la corporación nuevas perspectivas relacionadas con la sociedad colaborativa.

En estos momentos están poniendo en marcha los pilotos: el empleado seleccionará el espacio de coworking y estará rotando 6 meses. Después recogerán el feedback que les dé; y no sólo del espacio físico, sino del tipo de acciones de networking que se lleven a cabo en el espacio físico, así como de las conexiones que surjan a través de las redes virtuales. Su propósito es que una vez que pasen el piloto se implante como una modalidad de trabajo.

Pero además, el cambio de mentalidad también está presente en el uso interno de ciertas herramientas orientado a mejorar el



intercambio de conocimiento y la comunicación, como puede ser la red de microblogging **Yammer**, que también funciona para fomentar esa vocación colaborativa y generadora de transversalidad dentro de la corporación.

Colaboración en el ámbito de la gestión cultural: “terarquía” frente a jerarquía

Por su parte, Ángel Mestres Vila describió el sistema de trabajo en **Trànsit Projectes**, cuya actividad está orientada a agrupar proyectos que faciliten acceso a cualquier persona al capital cultural. Mestres comentó que afrontan tal diversidad de retos y éstos varían tanto que es ineficaz tener un equipo fijo que esté preparado para dar una respuesta rápida a todos, por lo que casi siempre la fase a través de la cual concretaban sus ideas en proyectos se alargaba de demasiado. Por ello decidieron optar por el coworking para buscar perfiles que les ayudasen a “cristalizar” ideas con

una mayor agilidad, dado que se trata de lugares en los que circula la palabra y la interacción es alta.

Y es que en el contexto actual, para Mestres la “terarquía” debe desbancar a la jerarquía en los modelos de organización del trabajo. Teniendo en cuenta que las realidades de los clientes y proyectos varían con gran celeridad, no es posible mantener un sistema jerárquico y rígido para responder a sus necesidades. Según el talento y las peculiaridades de cada proyecto, definen una estructura determinada que pueda dar respuesta a las necesidades del cliente. El liderazgo también es variable: según el área de conocimiento el líder será uno u otro miembro del equipo. Una apuesta que existe una importante cambio de mentalidad.

Una buena muestra del interés de Mestre Trànsit Projectes en estos nuevos modelos de trabajo, es su proyecto **Música para camaleones**, resultado de un proceso de tres

años de recopilación e investigación de conceptos, espacios compartidos, flujo de ideas y metodologías de trabajo alrededor del sector cultural. El proyecto les ha servido para encontrar nuevas propuestas que ayuden a alumbrar fórmulas innovadoras de trabajo en el ámbito de la producción cultural.

Las nuevas estructuras exigen una nueva concepción, y para llevar a buen término proyectos con estas fórmulas más abiertas es clave la confianza. El compromiso tiene que ver con el trabajo y los resultados, y no con el cumplimiento de un horario determinado. Por otro lado, hay que terminar con la economía del conocimiento, perder el ego y trabajar de forma colectiva. Según Ángel Mestre, el futuro es “co” porque “solo no puedo hacer nada”. Un futuro para el que quizá, y tal como aseguraba Miguel Àngel Julià, la colaboración es el único camino.





Coworking e iniciativas públicas: Competencia o colaboración

Ponentes: Javier Moral (La Guarida Creativa), Ricard Faura i Homedes (Generalitat de Catalunya), Cristina Martínez Sandoval (Gracia Work Center)

Moderador: Yoel Karaso (MOB//Makers of Barcelona)

De forma paralela a la proliferación de centros de coworking, han surgido proyectos puestos en marcha por la Administración, sin apenas coste para los profesionales que trabajan allí, y muy cercanos a los espacios privados en cuanto a concepto. Esto nos hace preguntarnos, ¿impulsará en algún momento la Administración Pública el coworking o su interés en el movimiento se traducirá en una competencia desleal? Por otro lado, ¿existe alguna posible vía de colaboración con las Administraciones que pudiera reportar beneficios para todos o lo mejor es que se mantengan, dentro de lo posible, al margen? Sobre estos y otros aspectos vinculados a la relación entre la Administración y el coworking giró la mesa redonda que abrió la segunda jornada de [Coworking Spain Conference 2013](#). Una reveladora conversación que contó con Javier Moral, co fundador de [La Guarida Creativa](#), Ricard Faura i Homedes, representante de la [Generalitat de Catalunya](#) y Cristina Martínez Sandoval, fundadora de [Gracia Work Center](#) como participantes, y estuvo moderada por Yoel Karaso, co director del [MOB \(Makers of Barcelona\)](#).

Una buena relación es posible: Gracia Work Center y la Guarida Creativa

No todo es desencanto si hablamos de Administración y espacios de coworking. Un ejemplo de colaboración con un balance positivo, lo tenemos en la experiencia de Cristina Martínez Sandoval, fundadora de [Gracia Work Center](#), con [Barcelona Activa](#), organización ejecutora de las políticas de promoción económica del Ayuntamiento de Barcelona. La organización pública se puso en contacto con el espacio fundado por Cristina con el objetivo de conocer qué dinámicas se daban en los centros de coworking para generar conocimiento. Su intención era poder transmitir este aprendizaje en cursos formativos a personas que estuvieran interesadas en las

tendencias colaborativas. Para impartir estos talleres de formación, Barcelona Activa decidió contar con gestores de centros de [coworking de Barcelona](#) que pudieran contar su experiencia en primera persona. Además de dar a conocer el coworking, la finalidad de esta iniciativa es impulsar la demanda explicando a los asistentes a los cursos los beneficios que aporta trabajar en un espacio de este tipo. Por otro lado muchos alumnos acuden interesados en el punto de vista del gestor, ya que se plantean abrir su propio espacio, señaló Cristina.

Otro ejemplo de colaboración, y muy innovador, es el caso de los fundadores de [Creativa](#) y el [Ayuntamiento de Fuenlabrada](#), población del sur de Madrid, donde han decidido abrir su segundo centro de coworking. Javier Moral, cofundador de este centro, relató su llegada al mundo del coworking con un primer espacio en Móstoles, también en el sur de Madrid, mediante el que pretendían conseguir que los profesionales de la zona se conectasen. Con el fin de dar a conocer su proyecto y encontrar fórmulas de colaboración, trataron de ponerse en contacto con el Ayuntamiento de Móstoles sin éxito. Fue entonces cuando decidieron dirigirse al Ayuntamiento de la población vecina, Fuenlabrada, que a su parecer tenía una buena política de empleo, para saber si en el caso de abrir otro centro en esta población tendrían apoyo de algún tipo. La respuesta del Ayuntamiento fue positiva e incluso entusiasta, mostrando una clara disposición a colaborar con ellos. Los trámites posteriores para la realización de proyecto, sin embargo, han sido complejos: tras año y medio trabajando en una iniciativa conjunta, al escalarlo a la concejalía se vieron obligados a replantear el modelo de centro propuesto. El cambio exigido en la concepción del acuerdo implicaba una colaboración más estrecha: desde la Administración se mostraban interesados en crear una sinergia entre el Ayuntamiento, la Concejalía

de Empleo y el resto de usuarios del centro. Deseaban integrarse en el espacio desde la oficina de innovación y emprendimiento, que es la incubadora de nuevos proyectos, lo que fomentaría la sinergia entre los gestores del espacio, la concejalía y los coworkers. Pero además, les comunicaron otro cambio inesperado: habían decidido sacar el proyecto (en principio, una iniciativa de los gestores de [La Guarida Creativa](#) para la que habían solicitado apoyo) a concurso público, lo que les obligó a competir con otras propuestas que aparecieron, y supuso un vuelco al planteamiento inicial de la relación. A pesar de los duros momentos por los que pasaron al ver que el proyecto que habían ideado podía ser adjudicado a otras personas, la recompensa llegó al ganar ellos el concurso público. Ahora, y a punto de abrir, sólo esperan que la colaboración sea fructífera, ya que lo que se persigue es generar empleo en Fuenlabrada a través de esta fórmula innovadora, que confían en que funcione y se replique en otros municipios.

El coworking: inspiración para las organizaciones públicas

La intervención de Ricard Faura i Homedes, como representante de una Administración (la Generalitat de Cataluña, concretamente) resultó, cuanto menos, esperanzadora para muchos de los gestores presentes en la conferencia. Antropólogo social y cofundador del [Observatorio para la Cibersociedad](#), espacio en el que se analiza el impacto de la tecnología en un entorno más social y cultural, su interés por saber de qué manera la tecnología influía en el día a día de los ciudadanos ha inspirado buena parte de su trayectoria profesional. Ricard Faura i Homedes entró en la Administración con responsabilidad en el entorno de las TICs y pasar a coordinar los telecentros en Cataluña, dándose cuenta de que lo más importante es la dinamización que llevan a cabo las personas en estos espacios. Fue entonces



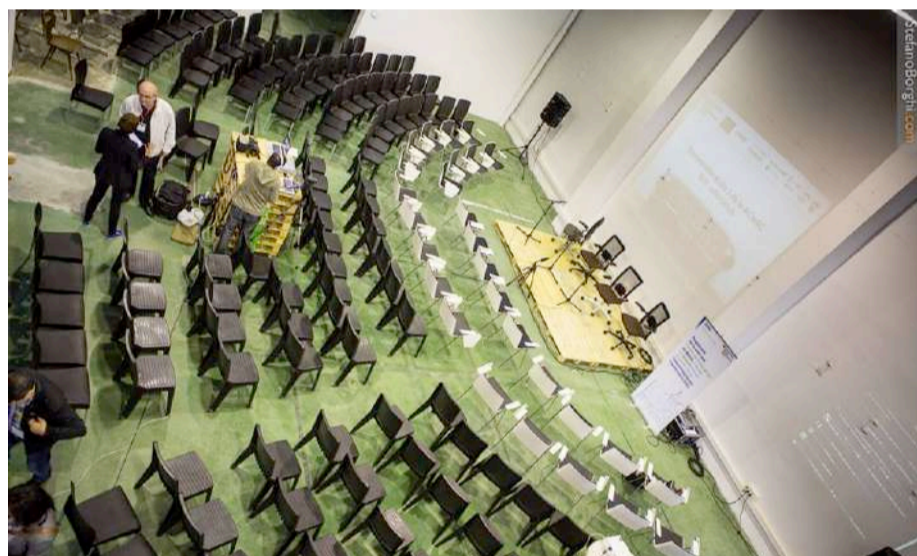
cuando conoció el fenómeno coworking. A partir de ahí, y sobre todo trabajando en la Consejería de Empleo, ha tenido como primera preocupación ver de qué manera espacios y movimientos, como el coworking, pueden ayudar a personas que están desempleadas a descubrir nuevas posibilidades y reconstruir su carrera profesional. Este es el punto de partida del acercamiento y colaboración de la Generalitat con espacios de **coworking de Barcelona**, al ser conscientes de la necesidad de reforzar y apoyar estas iniciativas.

Pero además, Ricard Faura señaló que el coworking puede aportar modelos de trabajo mucho más ágiles e innovadores, esquemas que permitirían mejorar el funcionamiento de las administraciones, siendo por lo tanto fuentes de información sobre

“metodologías” muy útiles para ellos. Por otro lado, también haría falta dar a conocer el valor del conocimiento que hay en los centros de coworking: ¿Qué proyectos se dan? ¿Qué profesionales hay? ¿Cómo se produce la colaboración entre ellos? Por último, Ricard señaló que en la actualidad desde la Generalitat están trabajando en un plan con la Consejería de Empleo orientado a detectar a personas desempleadas, pero que tienen un perfil potencial de coworker, para informarles sobre el coworking. A continuación, y previo acuerdo con los espacios, se les invitaría a algún centro para que conociesen su funcionamiento y viesen la dinámica de trabajo que se da en ellos.

Las conclusiones principales de estas mesa fueron claras: fomentar la demanda y dar a conocer el coworking entre los ciudadanos y

también, en el ámbito político, son las aportaciones de las Administraciones más valoradas por parte de los gestores, y empiezan a formar parte de las iniciativas más innovadoras que poco a poco están surgiendo desde el sector público, aunque todavía queda mucho por hacer. Eso sí, se echan de menos otras medidas orientadas a la viabilidad de estos proyectos, como la simplificación de los trámites administrativos o la reducción de tasas e impuestos, que también constituirían un espaldarazo muy importante para el movimiento. Una reivindicación que es menester poner sobre la mesa de los responsables políticos y las personas que toman este “tipo de decisiones”, tal y como animó a hacer Ricard Faura i Homedes al término de su intervención.



Colaboración Glocal - Global/Local

Ponentes: Cecilia Tham (MOB), Cristina Santamarina (Cobot / Coworking Wiki), William Van Den Broek (La Mutinerie)(Inglés)

Moderador: Ramón Suárez (Betacowork)

La posible colaboración entre espacios de coworking es uno de los aspectos más enriquecedores de la corriente, y fue también uno de los que más se destacó en las distintas mesas que tuvieron lugar en **Coworking Spain Conference 2013**. Medidas como el intercambio de conocimiento e información, la cooperación en distintos proyectos o el desplazamiento temporal de coworkers de unos centros a otros, dentro y fuera de España, son algunos ejemplos de este tipo de colaboración, y constituyen uno de los principales atractivos del coworking. Ramón Suárez, fundador de **Betacowork**, moderó una mesa

dedicada a la colaboración internacional que contó con Cristina Santamarina, directora del proyecto **Coworking Wiki**, Cecilia Tham, fundadora de **Makers of Barcelona (MOB)** y William Van Den Broek, co fundador de **La Mutinerie**, centro de coworking situado en París.

La naturaleza colaborativa inherente a la corriente de coworking no se limita a cada país, si no que se extiende alrededor del mundo, propiciando la creación de redes entre distintas naciones. Poseedores de un espíritu en muchas ocasiones itinerante y con una necesidad constante de aprender, son muchos

los coworkers que valoran de una forma muy positiva la oportunidad de trabajar fuera de sus fronteras o de enriquecer su perspectiva con la visión de profesionales de otros países. Por lo tanto, la colaboración entre espacios no tendría que quedarse en compartir un manual de “buenas prácticas” (sin desestimar este intercambio de conocimiento), sino que a través de acuerdos que fomenten la movilidad, podría ofrecer un valor adicional a todos aquellos profesionales independientes que decidan desarrollar su actividad en un espacio de coworking.



Proyectos para inspirarse y...¡colaborar!

Íntimamente ligada a esta filosofía, surgió **CoPass**, red de colaboración que William Van Den Broek ha lanzado recientemente junto a Stefano Borghi. La finalidad de **CoPass**, es promocionar y facilitar el intercambio de coworkers entre espacios de distintos países. La dinámica es muy simple: sólo es necesario hacerse miembro de la red y en el caso de los coworkers, acumular crédito en la cuenta y usarlo en cualquiera de los espacios de coworking que también formen parte de ella. Al desplazarse a través de **CoPass**, los coworkers se beneficiarán de atractivos descuentos en los espacios en los que quieran trabajar.

Además de iniciativas como **CoPass**, los programas de intercambio, fruto de acuerdos entre centros, son una opción que cualquier gestor puede implementar en su centro de coworking, y que resultará muy atractiva para los coworkers. Tampoco hay que olvidar oportunidades ya existentes que brinden distintas entidades o administraciones, y de las que conviene estar informado. Un ejemplo de ello es la beca de Erasmus para jóvenes emprendedores, a través de la cual se perciben 800 euros mensuales para desplazarse a otro país, y que

puede tener una duración de hasta 6 meses.

Cristina Santamarina dirige uno de los proyectos que, seguramente, constituyan uno de los casos más representativos de colaboración: la **Coworking Wiki**. Mantenido por voluntarios de distintos países, ofrece todo tipo de información relacionada con el coworking. Incluye desde un directorio no comercial, en el que cualquier gestor puede agregar su espacio, hasta recursos prácticos como *business plans*, tipos de contratos e información legal de distintos países, así como contenidos que se hayan publicado relativos al coworking (posts, artículos, estudios de universitarios...) Por otro lado, la iniciativa sirve para recordar el conjunto de valores que caracterizan este movimiento; colaboración, apertura, comunidad, accesibilidad y sostenibilidad. Un proyecto en el que puede participar cualquier persona sólo con aportar información o su experiencia, y que poco a poco va creciendo. Además, vinculados a esta iniciativa, existen grupos de discusión (Facebook, LinkedIn...) donde los participantes comparten experiencias y plantean sus inquietudes.

Cecilia Tham, fundadora de **Makers of Barcelona (MOB)**, describió su participación en el programa **Unreasonable at Sea**, uno de los

proyectos en los que se ha implicado para impulsar esta colaboración internacional. Se trata de un innovador programa a través del cual un grupo de emprendedores viaja por distintos lugares durante un mes, visitando una serie de espacios de coworking situados en las ciudades a las que llegan. **Makers of Barcelona (MOB)** tuvo la oportunidad de recibir a algunos de estos emprendedores, lo que resultó muy enriquecedor para ambas partes. Sin embargo no se trata de una acción aislada; este intercambio de conocimiento "internacional" ha sido para Cecilia uno de los valores a promover en su espacio. Recientemente, y con el objetivo de conectar a gente internacional con local, han puesto en marcha un proyecto orientado a atraer a estudiantes extranjeros que estén en Barcelona y ofrecerles un entorno colaborativo no académico.

Las posibilidades de colaboración van más allá de los programas existentes, ya que cualquier gestor puede tomar la iniciativa y aprovechar eventos, fechas o encuentros para crear sinergias que permitan la interacción con profesionales de otros países. Nada como el entusiasmo y la creatividad para generar dinámicas que aporten valor a la experiencia de los coworkers en los espacios y enriquezcan el ambiente de trabajo.





Coworking en ciudades pequeñas. Cómo hacer única tu ciudad.

Ponentes: Juan Diego Pereiro (WeKCo), África Sanjuán (Crearium), Celeste Senés (Coespai).

Moderador: Miguel Angel Calero (Cosfera)

Caracterizado por la creación de centros de innovación que reúnen profesionales independientes, parece lógico pensar en el coworking como un movimiento urbano, pero lo cierto es que cada vez hay más proyectos en ciudades pequeñas. Juan Diego Pereiro, gestor de **WeKco (Coworking en A Coruña)**, África Sanjuán, de **Crearium (Coworking en Monzón)** y Celeste Senés, de Coworking en Girona), abordaron los elementos peculiares de la gestión de centros en entornos alejados de las grandes urbes, en una mesa moderada por Miguel Ángel Calero, de **Cosfera (Coworking en Córdoba)**.

A modo de introducción, cada uno de los ponentes contó cómo había llegado a coworking y presentó su espacio. El primero de ellos fue Juan Diego Pereiro, gestor de **WeKco (WeKAb Coworking Space)**, un espacio situado en un barrio de A Coruña, a través del que ha buscado un estilo de vida. Si bien no recuerda la puesta en marcha del **WeKco** como un proceso demasiado duro, la captación de coworkers para hacer el proyecto sostenible ha supuesto y aún supone un gran reto para ellos. Considera el entusiasmo y el compromiso absoluto con el proyecto claves para que este llegue a buen término, ya que la gestión de un espacio requiere una gran cantidad de tiempo y energía, sobre todo en la primera etapa. La segunda ponente fue África Sanjuán quien, tras diez años en Barcelona, “regresó a casa” y fundó **Crearium**, un espacio de coworking, creación y formación, situado en Monzón, población de Huesca con unos 17.000 habitantes, ubicada en un entorno rural. En su caso, el apoyo de gestores de otros centros junto a la ayuda de su equipo han sido decisivos en el desarrollo del proyecto, que empieza a dar los

primeros frutos. Por último, Celeste Senés es cofundadora y gestora en Girona. En su caso, dedicó mucho tiempo en la búsqueda del espacio adecuado y la comunicación del proyecto, aunque hasta la apertura del centro no habían conseguido llamar la atención de los profesionales. Según la experiencia de Celeste, en una ciudad pequeña es necesario invertir mucho tiempo en explicar qué es el coworking, y si bien no les quedan dudas del interés que despiertan, aún muchas personas siguen sin llegar a entenderlo. Desde su punto de vista, son los propios coworkers los que mejor están transmitiendo el concepto, llegando a más profesionales.

Si en líneas generales hay mucha confusión respecto a qué es coworking y a qué no, en una ciudad pequeña esto aún es más notable, por lo que el punto de partida siempre ha de estar orientado a transmitir los valores de la filosofía colaborativa y describir este modelo de trabajo. A la hora de dar a conocer el espacio para captar nuevos coworkers, las herramientas no difieren de las que por lo general se usan en las grandes ciudades: eventos (dirigidos a emprendedores, Workshops, exposiciones...), apariciones en medios locales y gestión de redes sociales son también los canales principales para darse a conocer. No obstante, el nivel digital del usuario de una ciudad pequeña, y más si se trata de una población ubicada en algún entorno rural, es bastante menor del de los gestores, por lo tanto, si bien las redes sociales son un escaparate que permite generar interés en la actividad que se lleva a cabo en el centro, y compartirla, la organización de eventos atractivos para todo tipo de perfiles, las menciones en prensa o incluso otras acciones como el reparto de folletos publicitarios,

ayudarán a generar expectación sobre el proyecto y a que el espacio se conozca.

La captación de coworkers en estos entornos, y según los ponentes, está más ligada al boca a boca y a la recomendación que a ninguna de las acciones anteriormente descritas; y es que una persona satisfecha siempre es el mejor embajador en estos casos para conseguir nuevos coworkers

Dos aspectos en los que también señalaron diferencias respecto a los centros en la gran ciudad son la creación de comunidad y el impulso a la colaboración. Lo cierto es que en poblaciones con menos habitantes la comunidad suele ser mucho más heterogénea, y no se da ninguna “concentración” de perfiles profesionales. Esta diversidad aporta un gran valor al espacio y posibilita que interactúen de forma espontánea casi desde el primer momento que entran en el espacio: todas las relaciones surgen de forma muy natural.

Por último, no hay que perder de vista una necesidad, también recomendable para cualquier centro de cualquier ciudad: hacer una previsión de gastos e ingresos antes de la apertura del espacio. De esta forma es posible valorar el esfuerzo económico que implicará, sobre todo en un principio, y tomar conciencia de que la inversión acabará siendo mucho mayor de lo estimado aunque los costes en una ciudad pequeña sean más bajos. Asimismo el retorno tardará en llegar, como comentaban los participantes, algo que puede generar cuanto menos “inquietud”. U es que aunque para la mayoría de los fundadores de espacios, el coworking sea más una forma de vida enriquecedora que un negocio, es necesario ser capaz de sostenerlo en el tiempo.



El crecimiento de la sociedad colaborativa.

Ponentes: Albert Cañigueral (Consumo Colaborativo), Libby Garret (redactora PSFK) (Inglés), Ignasi Alcalde.

Moderador: Marcus Hurst (Yorokobu)

La filosofía del coworking está vinculada a las tendencias colaborativas, que parecen augurar un nuevo modelo de sociedad. Sin embargo, en esta sociedad colaborativa hay muchas capas, muchos matices y aspectos sobre los que pudimos profundizar gracias a las aportaciones de Albert Cañigueral (fundador de **Consumo Colaborativo** y conector de **OuiShare**), **Libby Garret** (consultora de empresas orientada a la innovación) e **Ignasi Alcalde** (consultor docente en Universitat Oberta de Catalunya), en una mesa redonda moderada por el periodista Marcus Hurst (**Yorokobu**)

La primera pregunta cuando hablamos de este nuevo paradigma de sociedad, que conlleva un comportamiento, es hasta qué punto podemos ser “colaborativos” como consumidores, ¿es realmente posible llevar una vida colaborativa? Albert Cañigueral, una de las voces expertas en este ámbito afirmaba que, hoy por hoy, aún es complicado. Si bien los modelos de consumo colaborativo permiten ahorrar dinero, también es cierto que suponen una mayor inversión de tiempo, bien “escaso” en nuestra sociedad. Prueba de ello es que en cualquier intercambio o trueque, un tipo de acuerdo frecuente en este modelo de consumo, se habla con

personas, no con compañías, estableciéndose así una comunicación no estandarizada que exige más tiempo. Además, los procesos para consumir en este tipo de opciones, al no basarse en una adquisición inmediata como la compra tradicional, son más largos.

El impacto de la tecnología en el desarrollo de este modelo es innegable, un aspecto que apuntó Libby Garret. El entorno 2.0 y los avances tecnológicos han cambiado nuestra forma de relacionarnos con el mundo: establecemos relaciones colectivas, y la movilidad, gracias a la proliferación de dispositivos portátiles, ha influido en que las líneas entre los distintos ámbitos de nuestras vidas se afinen hasta casi diluirse, como ocurre cada vez con más frecuencia con la vida personal y la profesional. Este cambio estructural, fruto del paso de una sociedad basada en el modelo industrial a una sociedad “conectada”, implica un cambio más profundo, al hacer del conocimiento el mayor activo.

Metodologías que fomentan la innovación Pero la colaboración no es un fenómeno completamente aislado de los actores sociales que conocemos: de hecho, según Ignasi Alcalde, puede trasladarse a la empresa tradicional, siendo una

herramienta muy útil para innovar a través del diseño de procesos más efectivos y con menos costes. De ahí que cada vez más empresas dirijan su mirada a los centros de coworking, en los que la flexibilidad y la interacción entre los miembros enriquecen la experiencia de trabajo de los profesionales, generando dinámicas más productivas y que podrían tener cabida también en las grandes corporaciones. La aparición de nuevas metodologías está directamente relacionada con la existencia de dos inteligencias “sociales”; la inteligencia colectiva (personas aportan conocimiento pero sin interacción) y la inteligencia colaborativa (en las que el área de conocimiento se amplía mediante el aprendizaje, por un lado, y las experiencias de los demás, por otro, lo que posibilita innovar).

El entorno actual, cambiante, podría generar dinámicas que eviten el estancamiento del talento: muchos profesionales se dan cuenta de que no encajan en una “job description” específica, por lo que optan por crear y definir su perfil de una forma más innovadora. Así, ciertas profesiones parecen estar abocadas a extinguirse, mientras otras surgen con fuerza, como es el caso del community manager, de importancia creciente dado el desarrollo de las redes sociales, o del content curator,



imprescindible ante el exceso de información que nos llega para filtrar y agrupar los contenidos, según un criterio experto en una determinada área de conocimiento, y evitar la desinformación.

Aprendiendo a colaborar para crear conocimiento

Aparte de esta conciencia laboral, existen iniciativas vinculadas a fomentar el consumo colaborativo desde una perspectiva “práctica”. Este es el caso de **OuiShare**, una comunidad de gente apasionada por la economía colaborativa en todas sus vertientes, no sólo en cuanto a consumo sino también en relación a la producción, las finanzas o incluso el conocimiento. Empezando por la “ciudad”, ámbito desde el que trabajan (y no desde países) amplían y mejoran el conocimiento, que después se puede extrapolar a todo el mundo. El modelo de organización de la iniciativa es desestructurado, compartiendo las mejores prácticas en distintas redes sociales como Facebook, y foros, tanto físicos como virtuales.

Sería lógico pensar que esta fórmula exige un compromiso y entraña un comportamiento con el que hay que ser coherente. En realidad, para los defensores de este modelo y según señaló Albert Cañigueral, su popularización no exige la desaparición de otras opciones, simplemente las amplía. Seguramente las posibilidades de viajar sean mucho mayores a través del intercambio, y nos permitirán conocer gente, pero en determinadas ocasiones preferiremos optar por un hotel para

así tener más intimidad. No estamos ante opciones excluyentes ni manifestaciones radicales, tan sólo se desea fomentar el espíritu colaborativo a través de empresas que permitan ahorrar dinero de una forma sencilla, y nos brinden un valor añadido, vinculado a las relaciones sociales. El enfoque a la hora de atraer a participantes es eminentemente práctico, y no ideológico, una perspectiva mucho más atrayente que caer en dogmas.

La adopción de estos nuevos modelos, además de nuevas experiencias de consumo, fomenta la creación de conocimiento, y es ahí donde, según Ignasi Alcalde, está el valor de este tipo de iniciativas. La mera información no tiene valor, lo que sí es valioso es el conocimiento; esa información segmentada, hecha propia y puesta en práctica. Es ese conocimiento lo que permite innovar. No obstante, no todo el mundo puede entrar en las estructuras horizontales creadoras de conocimiento: para poder hacerlo tenemos que aportar valor al grupo, lo que exige una simetría de expectativas (persecución de objetivos comunes) y una asimetría del conocimiento (diversidad de áreas de conocimiento).

La confianza: un valor al alza en la sociedad colaborativa

En todos los fenómenos sociales relacionadas con la colaboración, hay un componente que no puede faltar: la confianza. Para fomentarla debemos gestionar adecuadamente nuestra identidad digital: nuestro histórico de acciones en una determinada red de colaboración

contribuirá a hacernos más o menos confiables en una primera etapa. En ese sentido la reputación resulta clave para inspirar esa confianza.

Una reputación ligada a la transparencia que el mundo conectado nos exige, y que hace de la confianza y el prestigio (intangibles) elementos más importantes que el dinero (material), lo que implica un giro de 180 grados respecto a la mentalidad más tradicional y cerrada.

El cambio hacia esta nueva mentalidad está siendo lento, dada la fuerza de nuestros referentes y el hecho de que la educación haya estado ligada al consumo. Sin embargo, podemos afirmar que en este ámbito se están produciendo también cambios gracias a las redes sociales y a la web. Vivimos en un entorno de abundancia cognitiva; si quieres aprender a tocar la guitarra, sólo tienes que acudir a Youtube para encontrar a alguien que ha dejado un vídeo explicando cómo hacerlo sólo por el placer de ayudar. Un dato anecdótico que bien pensado, supone un cambio drástico a nivel formativo.

Es lógico pensar que, de aquí en adelante, las empresas valoren más a los candidatos por lo que sean capaz de aprender, y cómo lo adapten al entorno digital, que por un título académico. La formación informal y el aprendizaje desde la experiencia gana fuerza a pasos agigantados, y augura un cambio de mentalidad también en el ámbito de la educación y la formación, en el que la colaboración es ya una realidad.





Talleres formativos de la primera jornada

Las tardes de [Coworking Spain Conference 2013](#) tuvieron una vocación práctica, ya que se impartieron talleres en los que los asistentes, que pudieron comentar y conversar sobre sus experiencias. Así, en la primera jornada, se centraron en la importancia de la comunidad para los centros de coworking, así como en las claves para hacer rentable la gestión de un espacio, más complicado de lo que puede parecer a priori. En la sala verde e impartidos por gestores de distintos centros de referencia, estuvieron orientados a resolver dudas sobre la gestión y los aspectos más pragmáticos de la dirección de un espacio de coworking.

1. Crear comunidades desde cero.

Diseñado por Jaime Aranda y Alberto Pérez Sola, de [workINcompany](#), estuvo centrado en identificar y concretar qué aspectos y herramientas pueden ayudarles a crear comunidad en un centro recién abierto. Tener claro el objetivo de la organización de eventos y creación de comunidades, bien sea captar nuevos coworkers, retenerlos o reforzar las sinergias es una condición indispensable para el éxito de éstas. Entre los consejos principales para partir de 0 señalaron la necesidad de crear hojas de ruta bien definidas y comprobar que existen perfiles interesados en la comunidad que se quiere crear, a quiénes se puede convocar con el fin de fomentar la conversación y que se conviertan en coworkers. Una medida que evitará que la aparición de comunidades que desaparezcan rápidamente o eventos en los que no se tenga el éxito de asistencia oportuno, casos en los que puede resultar incluso contraproducente la iniciativa.

Asimismo señalaron la importancia de utilizar adecuadamente las herramientas de comunicación para dar a conocer un espacio de coworking, ya que permiten mover la comunidad del 1.0 hasta el 2.0. La creación de perfiles y actividad en redes sociales, siendo particularmente interactivo, y la participación en foros online temáticos resultarán de gran ayuda, pues el acercamiento más efectivo en este ámbito se da desde la afinidad. Es importante monitorizar y valorar el retorno de cada acción y cuáles son los objetivos, ya sean económicos, comerciales u orientados a obtener notoriedad.

2. ¿Puede tu coworking ganar dinero?

O lo que es lo mismo, ¿qué números hay detrás de un espacio de coworking? Este fue el punto de partida de un taller muy interactivo

que arrancó de una premisa realista: la apertura de un espacio de coworking exige, además de entusiasmo y energía, una inversión económica importante si queremos hacerlo rentable. A través de una conversación en la que se animaba a los asistentes a aportar ideas y compartir sus experiencias, Ramón Suárez, fundador de [Betawork](#), enumeró las fuentes de ingresos principales y los gastos que implica la gestión de un centro de coworking en función de los objetivos. Eventos, cuotas de coworkers y sponsors constituyen fuentes de ingresos básicos, cuya mayor o menor importancia estará ligada al modelo de negocio que se desee adoptar. Además, salieron otros aspectos a colación, como la necesidad de valorar de qué forma podemos hacer un centro más rentable: ¿Ofrecemos más puestos fijos o flexibles? ¿Es mejor un espacio grande que uno menor? ¿Deben ser los coworkers la principal fuente de ingresos en todos los casos, los eventos o mitad y mitad? Todas ellas, preguntas que debemos plantearnos para tener definido nuestro modelo de negocio ya antes de abrir un espacio. Ubicación, diseño, estructura, tipos de puestos... serán definidos en función de estos parámetros e influenciarán decididamente en el tipo de espacio que se quiera crear. Por último, limitar los gastos también es importante, para lo que la capacidad de negociación con nuestros proveedores es esencial. Intentar obtener meses de alquiler gratis, compartir los ingresos con el dueño del local para limitar los riesgos de inversión, o llegar a relaciones de intercambio o trueque con profesionales que nos puedan ayudar en determinados ámbitos se reflejará en un número más saneados.

3. Gestión de comunidades online/offline.

Tras la pausa para el café y un poco de networking, Olivia Czetwertynski, directora de comunicación de

[utopic_US](#), planteó con un gran sentido del humor las dificultades de la comunidad en un espacio de coworking, una tarea que también tiene un “lado oscuro”. Y es que si bien a todos los coworkers les une la vocación de compartir y colaborar, los caracteres podrían dar lugar a determinados tipologías: dinamiteros (polémicos), viajeros (itinerantes), “fantasmas” (vienen poco al centro) o “hijos pródigos” (van y vienen) son algunos de los perfiles sobre los que se conversó para encontrar fórmulas que permitan gestionarlos. Además de esto, se pusieron ejemplos de iniciativas que no funcionaron para crear sinergias, como fue en el caso de la organización de grupos profesionales de [utopic_US](#), que en la mayoría de los casos no llegó a “cuajar” debido a la similitud de los perfiles profesionales. De hecho, el único de estos pools que funcionó fue el de moda, dado que contó con profesionales más diversos. Como ejemplo de actividades eficaces, Olivia destacó aquellas orientadas al trueque de coworker a coworker. En la actividad en redes sociales, Olivia insistió en que resulta imprescindible para la creación de una comunidad online, si bien la gestión de los perfiles debe estar preferiblemente orientada a la conversación y ser muy dinámica. No hay necesidad de estar en todas las redes, pero sí debe llevarse a cabo una comunicación muy activa en las que se esté presente.

4. Consejos para mantener un espacio a flote.

Tras la apertura y puesta marcha de un nuevo espacio de coworking, y más en un contexto en el que estos proliferan, es necesario seguir ciertas pautas que permitan el mantenimiento del centro sin que sea una ruina para su gestor. Cristina Pastor, fundadora de [Comunidad Coworking](#), compartió con los asistentes algunas de estas claves. Tras subrayar que coworking no es necesariamente sinónimo de éxito y basándose en su propia



experiencia, Cristina planteó algunas de las máximas imprescindibles para consolidar un centro: reivindicar el valor de la comunidad para generar talento, especializarse en

determinadas actividades o sectores, o aportar personalidad al espacio para que el coworking no se quiera ir son algunas de ellas. Además, es importante mantenerse

en constante “movimiento”: no hay que olvidar que los espacios de coworking son espacios vivos y por lo tanto han de estar en permanente evolución.



Lecciones prácticas sobre legalidad, comunicación y gestión de comunidades.

Los talleres prácticos de la segunda jornada de [Coworking Spain Conference 2013](#) trataron cuestiones clave en la gestión de centros de coworking: los aspectos legales, la estrategia de comunicación y las claves para ser un perfecto anfitrión protagonizaron las tres sesiones prácticas con el que se cerró el ciclo de mesas redondas de la conferencia.

1. Aspectos Legales del Coworking.

El taller dedicado a las cuestiones legales fue uno de los que más interés despertó, y fue impartido por José María Aznar, miembro del espacio coworking [Plug 'n' Play](#) (Pamplona) y editor del blog [LegArs](#), dedicado a los derechos de autor y las cuestiones legales relacionadas con el coworking. En su intervención, José María señaló algunos de los puntos más confusos relacionados con la legislación. Cómo se puede enfocar jurídicamente un coworking, qué tipo de licencia corresponde, qué cláusulas debe incluir el contrato que se establece con los coworkers, qué aspectos se deben valorar a la hora de definir las relaciones legales con todas las partes, qué grado de responsabilidad tiene el gestor sobre el desarrollo de la actividad profesional de los coworkers o qué errores se dan con frecuencia en este gremio, aún muy nuevo, fueron algunas de las cuestiones discutidas

en la conversación, en la que los asistentes plantearon todas sus dudas.

2. Comunicación Share 360°:

El segundo taller de la tarde corrió a cargo de Andrea Valverde, de [pajarerianewton](#), productora de comunicación especializada en estilo de vida local y propuesta creativas. Tras una breve presentación de credenciales, Andrea compartió con los asistentes las coordenadas principales a tener en cuenta en una estrategia de comunicación 360°, basándose en la campaña que han diseñado para [MOB \(Makers of Barcelona\)](#). Dinamización interna, networking, estrategia de social media y aparición en medios locales son algunas de las acciones que han de formar parte de una plan de comunicación, para el que hay que generar dos documentos clave en su desarrollo: el dossier corporativo y el de prensa. Tras la presentación, se planteó un ejercicio práctico en el

que los asistentes, organizados por equipos, tuvieron que definir, a partir de un caso práctico inspirado en un centro de coworking ficticio, un claim, territorios de marca y las acciones de comunicación que llevarían a cabo.

3. El arte del perfecto anfitrión.

Julia López Varela y Mikel Oleaga, de [HUB Madrid](#) impartieron el último taller del día, en el que se explicaron algunas dinámicas útiles para la creación de sinergias y metodologías orientadas a fomentar la colaboración en un centro de coworking, destacando el papel del gestor como conector y moderador de los flujos de información dentro de la comunidad. Para empezar, los asistentes, de pie y dispuestos en círculo, se presentaron y hablaron de las comunidades que gestionaban. A partir de ahí, se inició una conversación en la cual se explicaron algunas de las metodologías, basadas en el diálogo



como proceso central, que se han implementado en HUB para fomentar el pensamiento lateral y obtener un conocimiento colectivo; y que reflejan una nueva perspectiva en la relación entre el diálogo y la

acción. Estas metodologías además de internamente, pueden utilizarse externamente para conectarse con otros agentes externos. Los principales puntos tratados en esta sesión quedaron reflejados en una

gran “infografía” hecha a mano sobre papel que un representante del HUB fue dibujando en una pared según transcurría el taller.

Conclusiones

La Coworking Spain Conference (#CwSC) reunió a más de 200 personas entre gestores de espacios, grandes empresas, instituciones, profesionales del sector, y expertos en tendencias colaborativas procedentes de toda Europa.

La segunda Coworking Spain Conference demuestra el auge que está sufriendo la filosofía coworking celebrada en Barcelona los días 24 y 25 de Mayo. El evento reunió a más de 200 personas entre gestores de espacios de coworking, instituciones públicas, grandes empresas e interesados en la sociedad colaborativa, que llenaron los espacios que sirvieron como sedes de la conferencia en Barcelona (Valkiria Hub Space y MOB // Makers of Barcelona).

En las mesas redondas se debatieron aspectos relacionados con la evolución del coworking, hacia donde va esta nueva forma de trabajar, relación entre instituciones públicas y grandes empresas, y como está evolucionando la sociedad colaborativa. Las mesas redondas se completaron con los talleres que tuvieron lugar por las tardes, que contaron con conocidos ponentes del ámbito nacional e internacional.

El balance de la conferencia ha significado un éxito tanto de participantes como de empresas e instituciones involucradas que están comprendiendo que el coworking es más que compartir un espacio, sino que se trata de una filosofía de vida que está poniendo al servicio de la sociedad nuevas formas de hacer negocios, proyectos y trabajar de una forma más productiva.

Debemos terminar mencionando que el interés que está despertando en todo tipo de profesionales, instituciones públicas, universidades y grandes empresas, nos animan a seguir trabajando.

Manuel Zea



Gracias

#CwSC



Sponsor Oro



Sponsors Plata



Sponsors Bronze



Official Media Partner



Organizadores



 **Coworking
Spain
Conference
2013**



Gracias