



UNIVERSIDAD
DE PIURA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

**El impacto de la productividad en las empresas por el uso
de espacios compartidos**

Trabajo de Investigación para optar el Grado de
Bachiller en Administración de Empresas

**Andrea Takashima Toyofuku
Taly Figueroa Fernández**

**Asesor(es):
Dr. Carlos Lavallo**

Lima, diciembre de 2020



Resumen

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo evaluar la relación entre el uso de los espacios compartidos o *coworking* con la productividad de las empresas en la ciudad de Lima en el año 2020. El modelo de oficinas *coworking* es una tendencia que ha estado en crecimiento durante la última década. Este permite que trabajadores de diversas empresas compartan conocimientos e información en un mismo ambiente. La investigación desarrollará contenido acerca de la satisfacción interna y externa, y la eficiencia de la producción para poder conocer más acerca de la productividad. Con respecto a los espacios compartidos, se profundizará acerca del impacto en la interacción social, la innovación y la estabilidad laboral. Para este estudio cuantitativo se optó por el uso de la herramienta del cuestionario virtual, el cual permitirá conocer el nivel de relación entre las variables previamente mencionadas.





Tabla de contenido

Introducción	11
Capítulo 1: Generalidades	13
Capítulo 2: Marco teórico.....	15
2.1. Antecedentes	15
2.2. Bases teóricas.....	19
2.3. Marco conceptual.....	29
2.4. Planteamiento del problema.....	31
2.4.1 <i>Realidad Problemática</i>	31
2.4.2. <i>Identificación y formulación del problema</i>	34
2.4.4. <i>Objetivos de la investigación</i>	36
2.4.5. <i>Justificación y viabilidad de la investigación</i>	36
2.4.6. <i>Delimitación de la investigación</i>	37
2.4.7. <i>Limitaciones de la investigación</i>	38
Capítulo 3: Metodología de la investigación.....	39
3.1. Diseño de investigación.....	39
3.2. Tipo de la investigación.....	40
3.3. Población y muestra de la investigación.....	41
3.4. Técnicas e instrumentos para la recolección de datos	41
3.5. Técnicas para el procesamiento de datos.....	42
Capítulo 4: Resultados.....	43
4.1. Análisis de confiabilidad	43
4.2. Análisis descriptivo	44
4.3. Análisis inferencial.....	50
4.4. Discusión	56
4.4.1. Implicancias para la gerencia	57
4.4.2. Futuras investigaciones	58
Conclusiones.....	59
Recomendaciones	61
Referencias	63
Anexos.....	67



Lista de tablas

Tabla 1: Estadística de fiabilidad con Alfa de Cronbach.....	43
Tabla 2: Tabla de distribución de frecuencias por género.....	44
Tabla 3: Tabla de distribución de frecuencias por rango de edad.....	44
Tabla 4: Tabla de distribución de frecuencias por preferencias de oficina.....	45
Tabla 5: Tabla de distribución de frecuencias por tipo de oficina actual.....	45
Tabla 6: Tabla de distribución de frecuencias por área que se desempeñan.....	46
Tabla 7: Tabla de distribución de frecuencias por tipo de comentarios escuchados	47
Tabla 8: Tabla de distribución de frecuencias por sector al que pertenece.....	48
Tabla 9: Tabla de distribución de frecuencias por balance entre vida personal y laboral	49
Tabla 10: Tabla de distribución de frecuencias por beneficios laborales.....	49
Tabla 11: Prueba de chi cuadrado para satisfacción laboral y espacios coworking	50
Tabla 12: Prueba de chi cuadrado para satisfacción del mercado y espacios coworking	51
Tabla 13: Prueba de chi cuadrado para estabilidad laboral y productividad.....	52
Tabla 14: Prueba de chi cuadrado para línea de carrera y productividad.....	53
Tabla 15: Prueba de chi cuadrado para interacción social y productividad.....	54
Tabla 16: Prueba de chi cuadrado para innovación y productividad.....	55



Lista de figuras

Figura 1: Relación con los Espacios Coworking	35
Figura 2: Relación con la Productividad	35





Introducción

El presente trabajo tiene como objetivo general evaluar el uso de espacios coworking en la productividad de una empresa en Lima Metropolitana en el año 2020. Asimismo, se intentará identificar que las variables productividad y espacios coworking estén relacionadas. Para obtener dichos resultados, se realizará una encuesta cuantitativa de tipo explicativa a 200 personas que trabajen en una oficina tradicional, espacio compartido o, debido a la coyuntura, desde sus casas.

El modelo de oficinas coworking es una tendencia que ha estado en crecimiento durante la última década. Este tipo de espacios permite a los trabajadores de diversas empresas y a los trabajadores independientes, compartir un ambiente, conocimientos e información. Un espacio coworking representa una atmósfera con un grupo heterogéneo donde tienen las oportunidades de interacción social, ventajas como la reducción de costos, flexibilidad y obtener nuevas perspectivas. (Özbozkurt, 2020)

Actualmente, el mercado de oficinas en Lima Metropolitana está en constante aumento, fundamentalmente los espacios compartidos. Estos se caracterizan esencialmente por la independencia, tecnología y flexibilidad que no provee una oficina tradicional. Asimismo, al ser abiertas e inclusivas pueden ser compartidas con personas de rubros diferentes que tienen aprendizajes y experiencias nuevas. Es importante mencionar que según un estudio realizado años atrás, el negocio de los espacios compartidos en Lima era limitado debido a la carencia de apoyo de organizaciones externas para este modelo que motiva a la innovación y aporta a que más personas emprendan (Pucutay, 2017).

Empresas como HSBC, Bank of America, entre otras han empezado a migrar al uso de estos espacios compartidos. Una de las razones es porque hacen una mezcla de equipos creativos de distintas industrias donde pueden obtener inspiraciones de diferentes puntos de vista que puede desencadenar en la creación de nuevos productos y también impulsa a la productividad y eficiencia de las áreas.

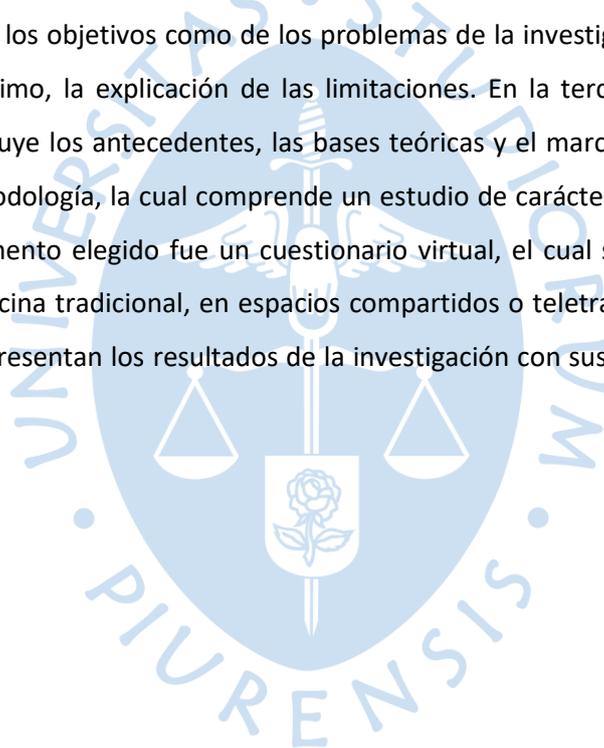
Además, entre los objetivos que tienen los espacios compartidos, está el proveer ambientes a empresas emprendedoras o “start ups” y a los trabajadores independientes un espacio donde se les pueda facilitar creatividad, pensamiento crítico, compartir conocimientos y colaboración mutua entre todos (Antoniades, Halvitigala, & Eves, 2018).

Asimismo, otro estudio analiza por qué los espacios coworkings están en crecimiento. De esta investigación, encontraron que son terceros lugares, donde los trabajadores buscan un ambiente comunitario, tener oportunidades de creatividad y formar relaciones profesionales para

acrecentar su capital social. Asimismo, tienden a establecer un ambiente de comunidad que se afiance con sus expectativas, a diferencia de depender de un espacio predefinido como lo es una oficina tradicional (Leclercq - Vandelannoitte & Isaac, 2016).

Además, en un estudio comparativo entre el trabajo desde casa y los espacios compartidos, se llegó a la conclusión de que los coworkings tienen un alto valor para los trabajadores en términos sociales, de satisfacción y productividad y que los factores como el ruido y la falta de privacidad influyeron en su decisión al elegir (Robelski, Keller, Harth, & Mache, 2019).

El presente trabajo tiene como finalidad analizar la productividad a través del uso de espacios coworking en Lima Metropolitana. En la primera parte, se señalan aspectos generales de la investigación. En la segunda parte, se habla acerca de la realidad problemática, identificación y planteamiento tanto de los objetivos como de los problemas de la investigación, el desarrollo de las justificaciones y por último, la explicación de las limitaciones. En la tercera parte, se evidencia el marco teórico, este incluye los antecedentes, las bases teóricas y el marco conceptual. En la cuarta parte, se explica la metodología, la cual comprende un estudio de carácter cuantitativo explicativo – correlacional. El instrumento elegido fue un cuestionario virtual, el cual se destinó a 200 personas que trabajen en una oficina tradicional, en espacios compartidos o teletrabajo. Para terminar, en la dos últimas partes, se presentan los resultados de la investigación con sus respectivas tablas y luego las conclusiones.



Capítulo 1: Generalidades

Área de Especialización: Administración de Empresas

Línea de investigación: Operaciones

Tema: La productividad a través del uso de espacios compartidos.

Título: El impacto de la productividad en las empresas por el uso de espacios compartidos.

Docente PT2: Dr. Carlos Lavalle





Capítulo 2: Marco teórico

2.1. Antecedentes

Pucutay (2017) realizó un estudio acerca del aporte de los espacios coworking a la capacidad innovadora de las personas, sobre cual se plantea como objetivo general analizar y evaluar la relación entre el coworking y la innovación a través de información descriptiva sobre los factores que influyen en el desarrollo de proyectos emprendedores. El enfoque que le da a la investigación es de tipo cualitativo, descriptivo y explicativo. La muestra utilizada fue de cinco casos de empresas en Lima, Perú. La herramienta usada para recopilar la información fueron las entrevistas semi estructuradas y la observación directa (Pucutay, 2017).

Después de investigar a estas empresas de diferentes sectores, Pucutay llegó a la conclusión de que, en Lima - Perú el negocio de los espacios compartidos es limitado debido a la falta de apoyo de organizaciones externas para este modelo que incentiva la innovación y contribuye a que más personas emprendan. Además, existen tres tipos de coworking: nicho, joven y maduro. El de nicho se enfoca más en el mercado y se relaciona con la innovación. El de tipo joven no presenta relación con la innovación, mientras que el de tipo maduro se orienta más hacia la creatividad y tiene un impacto en la innovación. Los entrevistados dan su opinión acerca de la definición de innovación, la cual es entendida como la combinación de creatividad y marketing que tiene como objetivo mejorar el emprendimiento. Finalmente, el autor recomienda extender la investigación hacia las 16 iniciativas coworking que existen en Lima, Perú para poder entender el inicio del modelo y cómo se trazaría hacia el futuro (Pucutay, 2017).

Orel y Alonso – Almeida (2019) estudiaron el ambiente colaborativo en entornos compartidos, el cual optimiza las oportunidades de interactuar con otros trabajadores y guía hacia un ámbito más cooperativo. Mencionan al teletrabajo como una manera de trabajo alternativo, en el cual hay flexibilidad acerca del lugar, relación laboral y horarios de trabajo, el problema es que la mayoría de veces escogen el hogar como el lugar de trabajo lo que tiene como consecuencias conflictos con la familia, aislamiento social y la falta de socialización con otros trabajadores. El objetivo de esta investigación es entender el rol del ambiente de trabajo basado en cada acción que realizan los trabajadores, analizando el desarrollo del entorno que optimiza las oportunidades de interacción laboral (Orel & Alonso - Almeida, The Ambience of Collaboration in Coworking Environments, 2019).

La muestra que utilizaron fue de seis empresas de espacios compartidos y se usaron las herramientas de observación directa y entrevistas cualitativas. Se llegó a la conclusión que estos espacios se inclinan por ser abiertos para promover la comunicación e interacción, lo que resulta en un ambiente más creativo e incrementa la satisfacción laboral. Definen los espacios coworking como un ambiente laboral que permite ciertos estados anímicos por la apariencia del lugar y los factores que lo hacen más confortable, lo cual produce mayor interacción, eficiencia y productividad (Orel & Alonso - Almeida, *The Ambience of Collaboration in Coworking Environments*, 2019).

Leclercq – Vandelannoitte e Isaac (2016), estudian como la metodología coworking cambia el concepto de trabajo. Tienen como objetivo investigar este fenómeno el entendimiento de cómo y por qué estos espacios están en crecimiento. Además de identificar las implicaciones potenciales para las teorías de administración y organización. Encuentran que los espacios coworking son específicamente tercer lugares, donde los trabajadores buscan socializar y un ambiente comunitario. Tener oportunidades de creatividad y formar relaciones profesionales para incrementar su capital social y evitar los sufrimientos de los movimientos de las épocas de la computadora de hogar (trabajo en casa) y luego de la tecnología móvil. El ejemplo exhibido habla sobre la empresa WeWork, esta se dedica a alquilar espacios a emprendedores, compañías pequeñas o freelancers que desean trabajar de una manera colaborativa. La demanda de estos espacios ha crecido exponencialmente. (Leclercq - Vandelannoitte & Isaac, 2016)

Leclercq – Vandelannoitte e Isaac (2016) también encuentran que las personas que usan este tipo de ambientes tienden a crear un ambiente de comunidad que calce con sus expectativas, en lugar de depender de un lugar predefinido como lo es una oficina tradicional, la cual puede ser vista como artificial e impuesta. El futuro del trabajo estará guiado por los trabajadores y sus funciones, a diferencia del presente que está influenciado por el espacio de la oficina (Leclercq - Vandelannoitte & Isaac, 2016).

Bueno, Rodríguez – Baltanás y Gallego (2018) tienen como propósito de investigación explorar la relación entre los espacios coworking y la productividad. Además de realzar la manera en la que los factores ambientales de trabajo y las facilidades de una oficina ayudan a conseguir mejores condiciones para aumentar la productividad, especialmente en este tipo de espacios. A diferencia del teletrabajo, los espacios coworking prioriza el logro de nueva capacidades y habilidades a través de la cooperación con personas de distintos sectores. El objetivo del estudio es medir el impacto del ambiente laboral y las interacciones sociales en la productividad usando encuestas cuantitativas. La

muestra fue de 75 empresas, de las 518 que fueron consideradas en la población total. Llegaron a la conclusión que estos factores sí impactan en la productividad de una empresa que usa este tipo de espacios compartidos, debido a las oportunidades de interacción y compartimiento del conocimiento (Bueno, Rodríguez - Baltanás, & Gallego, 2018).

El objetivo del estudio realizado por Bencsik, Horváth y Juhász (2016) fue el de recoger las opiniones de personas de diferentes edades acerca de la generación Y y Z y cómo estas dos encajaban en sus lugares de trabajo y el desafío que significaba para el área de Recursos Humanos. La investigación se basó en la literatura encontrada, además de cuestionarios cuantitativos y estudios focus cualitativos. Los temas a investigar fueron los conflictos entre generaciones y la relación de estos en el trabajo y con otras personas. La muestra fue de 410 personas, el menor de 18 años y el mayor de 64, se agruparon en 5 rangos de edades. Los resultados encontrados fueron que el área de recursos humanos tendrá un nuevo desafío para poder capturar y mantener a los trabajadores jóvenes y asegurarse que compartan conocimiento para aumentar la competitividad (Bencsik, Horváth - Csikós, & Juhász, 2016).

Asimismo, se realizó un estudio donde buscaban comprender los procesos de intercambio de conocimientos entre los diversos usuarios de los espacios de coworking. En estos utilizan la idea de ubicación conjunta espacial que mejora la comunicación e intercambio de conocimientos entre profesionales. Existen estructuras de trabajo fluidas y sentido de comunidad que puede facilitar la satisfacción laboral, la creatividad y el espíritu empresarial. En este estudio se pudo hallar que la ubicación conjunta de las personas tiene que ver primero con la proximidad física y luego con las oportunidades de socialización que promueven la proximidad cognitiva. Por lo tanto, la co-ubicación puede facilitar el intercambio tácito de conocimientos, provocar la desencarnación social de ideas, sintetizar el intercambio de conocimientos relacionados con el dominio y promover el aprendizaje entre estos. (Bouncken & Mahmood Aslam, Understanding knowledge exchange processes among diverse users of coworking-spaces, 2019)

Robelski et al. (2019) realizaron un estudio comparativo entre el trabajo desde casa y los espacios coworking. Analizaron a través de una muestra de 112 cuestionarios la preferencia de los trabajadores entre trabajar desde su hogar o en un ambiente colaborativo que les permita un mejor desempeño. El objetivo del estudio fue encontrar si el concepto de coworking tiene un mayor nivel de desempeño laboral, condiciones psicosociales, de salud y satisfacción que el trabajo desde casa. Los resultados del estudio fueron que estos espacios compartidos tienen un alto valor para los

trabajadores, en términos sociales, satisfacción total, organización y productividad obtuvo mayor puntaje que el trabajar desde casa. Factores como el ruido y la falta de privacidad no son impedimento para seguir prefiriendo los espacios coworking (Robelski, Keller, Harth, & Mache, 2019).

Parrino (2013) realiza una investigación acerca de cómo la proximidad física facilita la interacción y el intercambio de conocimientos, en el caso específico de los espacios compartidos. Estudió a dos grupos similares, ambos tenían empleados geográficamente física. La única diferencia era que uno de los grupos tenía una plataforma que creaba sinergias y estimulaba otras maneras de acercarlos físicamente, los ambientes compartidos. Los resultados del análisis que realizó fueron que el segundo grupo sintió más desarrollo colaborativo, una mejor relación empresa – cliente y transmisión de información útil. El primer grupo tuvo una ausencia de expresiones sociales, no promovían iniciativas o un ambiente de trabajo que los impulse a tener mayor interacción entre los trabajadores (Parrino, 2013).

Un estudio por Rus y Orel (2015), trata de abordar por qué es que se está impulsando el crecimiento de espacios compartidos y de dónde proviene la demanda de coworking. Esto se debe a que en los últimos años se ha disparado la cantidad de espacios compartidos y la cantidad de personas que eligen trabajar en ellos, además, se espera que las cifras se dupliquen cada año. Para abordar esta cuestión, intentan analizar las necesidades específicas de la clase creativa en ascenso, identificando su necesidad urgente de compartir sin inhibiciones información, conocimientos, ideas y también recursos materiales. Asimismo, ellos sostienen que estos espacios son privilegiados por la clase creativa, ya que ofrecen una comunidad que facilita la cultura de compartir. Por último, concluyen que los responsables de la formulación de políticas no debería centrarse en la construcción de espacios de trabajo compartido sino deberían centrarse en apoyar las iniciativas existentes que se han construido o están en proceso. (Rus & Orel, 2015)

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Productividad

Colmenares (2007) realiza un estudio acerca de la medición de la productividad en empresas donde diferencia los conceptos de producción y productividad. En primer lugar explica que la producción debe ser vista como una variable competitiva fundamental para la organización ya que sin ella sería imposible llegar a cumplir con los objetivos planteados, es el camino para obtener una ventaja competitiva sólida.

Por otro lado, la productividad es la capacidad de elaborar los productos de manera más eficiente, fiable y precisa. Se define como un comportamiento de la producción, es decir, mientras tenga mayor calidad usando la menor cantidad de recursos, será más productivo.

A diferencia de la producción, la productividad es un concepto relativo ya que no solo mide la cantidad producida si no también la calidad de estos productos.

Finalmente, la productividad tiene un efecto en el nivel de vida de las sociedades ya que supone cambios en la utilización del trabajo, mayor uso de tecnologías, esfuerzos de los trabajadores, entre otros (Colmenares D., 2007)

Según Tangen (2005), la productividad de una empresa es un arma que debe usar para competir contra los otros negocios del mismo sector ya que permite alcanzar ventajas de costos y calidad. Este indicador aumenta al momento de incrementar el volumen y/o la calidad de la producción utilizando la misma cantidad de recursos que el periodo anterior. La fórmula para calcular la productividad de una empresa es dividir la cantidad o resultado entre los recursos usados. Dentro de los recursos se pueden encontrar los de trabajo, capital, material, entre otros, tanto humanos como físicos (Tangen, 2005).

La empresa sufrirá una falta de productividad si es que no tiene recursos o no tiene una manera definida de darles un buen uso. La productividad está ligada a la creación de valor, esta aumentará si las actividades y/o recursos le dan un valor agregado al producto final (Tangen, 2005).

Nowak (2020) menciona en su investigación que la productividad es conocida como la diferencia entre el *input* y *output*. Existen dos tipos de productividad, la individual o personal y la empresarial. La productividad personal depende de diversos factores que influyen en la motivación de cada persona. La medida de la productividad depende de cada uno y del tipo de trabajo que realiza (Nowak, 2020).

Nowak también hace mención a que unos de los factores que influyen en la productividad individual son el ambiente laboral y la sensación de bienestar. Se hace mayor énfasis en el ambiente laboral ya que es considerado una fuente de placer sensorial, los empleados perciben un sentimiento de cooperación y bienestar. Concluye que el ambiente de trabajo tiene un impacto en la calidad del resultado y en la productividad (Nowak, 2020).

Definiciones operacionales

— Satisfacción laboral

Según Locke (1969), se define como el estado emocional placentero al alcanzar los valores laborales de una persona. Es la medida en cómo se define la relación entre el trabajo y el empleado (Locke, 1969)

Caballero (2002), define la satisfacción o insatisfacción laboral como la actitud positiva o negativa del individuo hacia su trabajo. Esta se mide a través de la manera en la que se realizan las actividades primarias, además de la interacción con compañeros de trabajo y jefes, con el cumplimiento de las reglas y políticas organizacionales, las condiciones laborales, entre otros.

La satisfacción del empleado lleva a consecuencias positivas para la organización como mejorar la productividad o una permanencia estática que satisfagan los niveles de exigencia personales (Caballero, 2002).

Orel (2019) menciona en su investigación que los espacios coworking son flexibles y se orientan a la comunidad. Son vistos frecuentemente como una alternativa viable para los trabajadores que desean satisfacer sus necesidades sociales y sus objetivos laborales. Les dan estabilidad y crecimiento. El horario flexible ha ayudado en varios aspectos como el incremento de productividad, manejo del propio tiempo y balance entre la vida personal y el trabajo. Los usuarios

de las oficinas coworking tienden a recibir apoyo emocional y social de otros usuarios debido a la creación de una comunidad. Se alcanza una mayor productividad debido a que las personas tienen una vida más balanceada y una red de contactos que los ayuda a crecer y obtener nuevas oportunidades (Orel, 2019) .

Este se puede medir a través del nivel de rotación del personal, es inversamente proporcional ya que mientras este disminuya, la satisfacción laboral está en aumento. Cuando un trabajador está satisfecho con su lugar de trabajo hará lo posible por quedarse, al encontrar un nivel de estabilidad.

— **Performance**

Tangen (2005), habla de este término como uno más completo que incluye aspectos económicos y operacionales, relacionándose con los costos, flexibilidad, rapidez, dependencia y calidad. Si la empresa logra un resultado positivo, tendrá éxito en sus actividades, muchas de ellas tratan de obtener operaciones de alta calidad, sin perder tiempo en rehacer procesos. Al tener mayor flexibilidad, la empresa tendrá una mejor adaptación ante un cambio externo sin afectar las operaciones (Tangen, 2005).

Lebas (1995) define el concepto de performance como la capacidad que tiene la empresa en desplegar y administrar todos sus componentes que lleven a un cumplimiento de sus objetivos dentro de las limitaciones específicas de la firma y de la situación. Hace una diferencia entre la medición del performance y su administración. Estos dos conceptos difieren, pero no pueden ser independientes. La empresa puede tomar el control sobre el proceso de creación de performance para llegar al éxito (Lebas, 1995).

El performance se podrá medir al hacer un benchmarking con empresas del mismo sector, pero que trabajen en oficinas privadas para poder comparar los resultados al trabajar en espacios compartidos contra un lugar propio.

— Satisfacción de los clientes

Según Zablah et al. (2016), los consumidores podrán evaluar una empresa basándose en sus experiencias personales a través del tiempo. Está relacionada con la satisfacción interna de los trabajadores de la empresa evaluada (Zablah, Carlson, Donavan, & Maxham, 2016)

Khan (2012) afirma en su estudio que la satisfacción del consumidor se refiere al nivel que la empresa pueda alcanzar para cumplir con sus expectativas. Se usa como un indicador para futuras ganancias de la empresa sobre sus consumidores. Al cumplir con las expectativas, hay mayor posibilidad que los clientes regresen a comprar a la empresa. Es también una medida para conocer qué tan bien se sienten internamente en la empresa, analizar el performance a través de la asignación de recursos y externamente los comentarios de los clientes ayudan a dar una idea a los terceros involucrados en la organización como competidores o inversionistas (Khan, 2012).

Esta satisfacción se podrá medir con encuestas a los clientes para saber el nivel de conformidad con la empresa a la cual compran bienes o servicios.

2.2.2. Espacios coworking

Gandini (2015) define estos espacios como ambientes de trabajo compartidos con una variedad de profesionales pertenecientes a distintos sectores, la mayoría son freelancers. Este término es concebido por la sociedad como un servicio de alquiler de escritorios con conexión wifi donde los trabajadores independientes realizan su rutina diaria.

Se originó en el año 2005 en la ciudad de San Francisco, Estados Unidos como un término medio entre el trabajo en casa y el tradicional de oficina (Gandini, The rise of coworking spaces: a literature review, 2015).

En realidad, fue acuñado por primera vez por Bernard de Koven como “trabajando juntos como iguales” varios años antes de que se abriera el primer, oficial, espacio coworking en el 2005, en Spiral Muse en San Francisco, Estados Unidos (Brown, 2016).

Según Gerdenitsch et al. (2016) los espacios coworking son ambientes de trabajo para profesionales independientes. Estos espacios han venido incrementando rápidamente a nivel

mundial con un crecimiento del 36% del año 2014 al 2015. Son usados por estos trabajadores como un lugar de negocios.

Como se ha mencionado anteriormente, los espacios de coworking han proliferado en los últimos años. Estos reflejan un cambio de cómo se trabaja, se aprende y la conexión que existe entre los trabajadores. Cada espacio compartido es distinto, hay algunos que ofrecen una sala abierta con escritorios y sillas, mientras que hay otros que funcionan como pequeñas ciudades. Más allá del tamaño de estos, lo que impulsa al éxito es la comunidad. Se realizó una investigación donde se descubrió la importancia para apoyar el éxito de una comunidad. Es ahí donde Theodora Dulamis descubrió que el lugar donde la gente se demora, reflexiona, hace una presentación son las áreas de reunión informal como las cafeterías. En esos lugares es donde uno se distrae y deja divagar la mente. Es por eso que el diseñador es quien debe crear un espacio que funcione de manera eficiente, donde se puedan generar conversaciones improvisadas. En esta investigación se creó Build, un espacio compartido con un diseño especial donde un arquitecto, programador, periodista y diseñador gráfico se sientan al lado de cada uno. Es como un tipo de universidad, donde se trata de construir marcas, negocios y redes (Doulamis, 2013).

Antes ellos trabajaban desde sus casas, pero corrían el riesgo de sufrir problemas sociales, principalmente el aislamiento. Eligen los espacios compartidos porque además de ofrecer una infraestructura para sus negocios, la oportunidad de interacción social (Gerdenitsch, Scheel, Andorfer, & Korunka, 2016).

Seo et al. (2017) detallan que el espacio coworking es un espacio compartido utilizado por diversos profesionales de distintos ámbitos. Precisan que la mayoría son autónomos e incluyen a aquellos que quieren deshacerse de la soledad de trabajar en sus casas para comenzar a comunicarse con especialistas de diferentes industrias del conocimiento. Asimismo, aseguran que el coworking es una herramienta especial para la promoción de un enfoque colectivo basado en la comunidad y concluyen que es un lugar perfecto para los jóvenes emprendedores ya que proporciona todo lo que necesitan (Seo, Lysiankova, Ock, & Chun, 2017).

Boutiller et al. (2020) definen los espacios coworking como un tipo de espacio colaborativo que son locaciones que ofrecen abiertamente los recursos compartidos y se caracteriza por tener una cultura de franqueza y de colaboración ya que además de compartir recursos, también comparten conocimientos y habilidades, recursos tangibles e intangibles.

Los administradores de empresas han encontrado este nuevo “fenómeno” al buscar nuevas formas de integrar la organización, tener mayor flexibilidad, desarrollar colaboraciones externas y captar nuevas ideas. Además, mencionan que para la creación de ideas y el desarrollo de productos y servicios innovadores se necesita un contexto donde la socialización sea primordial. El proceso de innovación casi siempre ocurre fuera de las estructuras convencionales y se valora la participación de personas externas a la empresa. (Boutiller, Capdevila, Dupont, & Morel, 2020)

Habiendo dicho esto, atrás quedaron los días de trabajar en un entorno de oficina tradicional. El aumento de los espacios compartidos en todo el mundo, ha dejado a más personas añorando entornos de trabajos colaborativos, inspiradores y estimulantes. Asimismo, este aumento se debe en parte al resurgimiento significativo de los trabajadores contingentes, profesionales que trabajan de manera independiente ya sea como autónomos o emprendedores individuales. Los espacios compartidos vienen con bonificaciones adicionales como las ganancias profesionales, personales y sociales. Estos entornos no solamente son estimulantes, divertidos e inspiradores, sino que también conducen al desarrollo de nuevos negocios y colaboraciones, como también a mayores niveles de productividad e ingresos como resultado de ser parte de una red comercial en expansión (Lopez, 2013).

Definiciones operacionales

— Interacción social

Gandini (2015) explica en su estudio que un trabajador al independizarse de la empresa en la que labora o le dan la opción de trabajar desde casa, sufre un aislamiento social ya que no interactúa con otras personas y hasta puede causar un conflicto entre su familia y el trabajo. Al moverse a ambientes compartidos, tiene la ventaja de estar rodeado de profesionales de distintos sectores que pueden ser de ayuda al compartir ideas y discusiones de temas de interés. De esta manera se crea una comunidad entre los trabajadores de diversas empresas (Gandini, The rise of coworking spaces: a literature review, 2015)

Chen y Huang (2007) definen la interacción social como la medida en la que los trabajadores de una empresa se relacionan en términos de confianza, comunicación y coordinación. Menciona que en equipos de trabajos siempre hay diferencias acerca del fondo de cada persona, es decir cada uno viene con experiencias diferentes de trabajos anteriores. Al trabajar con grupos de personas

diferentes, tienden a buscar conocimiento relevante de los que tienen mayor confianza. Al haber mayor comunicación, la empresa distribuye las habilidades eficientemente. Finalmente, refiere que al tener mayor confianza entre los empleados, aumenta el deseo de cada individuo de intercambiar y absorber conocimientos de otros llevando a una etapa de gran intercambio de conocimientos (Chen & Huang, 2007).

Amir (2020) realizó una investigación acerca de la manera en que los espacios *coworking* impactan en la innovación. El investigador evalúa acerca de cómo el administrador de los espacios compartidos, en su rol, crea positivismo, interacción y el proceso de innovación de sus inquilinos.

La interacción social incrementa las oportunidades de intercambio de conocimiento entre las personas en un espacio *coworking*. Estos espacios poseen herramientas, tales como eventos sociales, que ayudan a que sus clientes interactúen entre ellos y los ayudan en una reducción de tiempo si es que desean buscar ayuda o nuevas ideas fuera de la empresa e incrementan las valiosas oportunidades de interacción. (Amir, 2020)

Esta interacción puede ser medida en la cantidad de contactos laborales que una persona puede obtener al trabajar en espacios compartidos. El *networking* laboral va en aumento mientras se relaciona con personas que pertenecen a otras industrias, lo cual es beneficioso para poder crear una red de clientes más amplia.

— **Estabilidad laboral**

Según Ramírez (2019), la generación Y son aquellos que tienen entre 23 y 37 años, buscan tener un balance entre la vida laboral y personal. Esta generación se caracteriza por tener retroalimentación constante, buscan nuevos desafíos y muchos de ellos renuncian a sus trabajos para poder emprender en un negocio que tienen en mente. (Ramírez, 2019)

Begazo (2015) menciona en su estudio que esta generación no se siente cómoda con los horarios ni trabajo de oficina, prefieren laborar desde sus hogares. Por lo general, duran poco tiempo en una misma empresa, lo que disminuye el nivel de estabilidad laboral. (Begazo, 2015)

Este término se podrá medir en los espacios coworking comparando la cantidad de trabajadores independientes, o freelancers, con el número de trabajadores pertenecientes a una empresa mediana o grande.

— Innovación

Según el diccionario de la Real Academia Española, la palabra innovación significa crear o modificar un producto, y su introducción al mercado.

Hernández (2009) a través de su investigación, afirma que para poder retener a los trabajadores pertenecientes a la generación Y, es necesario crear un ambiente donde se fomente la integración tecnológica, el trabajo en equipo, intercambio de ideas e innovación (Hernández, 2009).

Bouncken et al. (2016) mencionan en su estudio que los espacios coworking ofrecen estos factores, al trabajar con personas de distintos sectores hay mayor oportunidad de un intercambio de ideas que puede resultar en la creación de un nuevo producto o idea innovadora, lo cual es beneficioso para la empresa o emprendedor que quiera empezar un nuevo negocio (Bouncken, Clau, & Reuschl, Coworking spaces in Asia: a business model design perspective, 2016).

Amir (2020) en su investigación menciona que la interacción social es un requerimiento para el desarrollo de la creatividad. El valor de los espacios compartidos es relevante al promoverse los procesos de innovación como un beneficio.

La innovación consiste en las etapas que explican el proceso de generar, promover e implementar ideas útiles que puedan solucionar cierto problema. Las organizaciones reconocen las necesidades de utilizar capacidades externas en lugar de depender únicamente de los recursos de innovación internos de la empresa.

Cada proceso involucra un desafío en el que el clima laboral tiene un rol facilitador ya que la creación de nuevas ideas necesita de un recurso psicológico como la esperanza y el optimismo.

El positivismo puede facilitar la creatividad y la persuasión a que otros sigan una nueva idea. Se puede esperar que los espacios coworking estimulen estas condiciones para la generación, promoción e implementación de ideas. (Amir, 2020)

Según Marchegiani & Arcese (2018) los espacios compartidos son amigos de la innovación. Ellos realizaron un estudio donde explicaron que los espacios coworking funcionan dentro de un entorno donde la interacción social profesional es simultáneamente física y digital. Esta interacción es la que conduce a un resultado innovador, tanto en términos de desarrollo empresarial como en términos de innovaciones organizativas que son fundamentales para el crecimiento empresarial (Marchegiani & Arcese, 2018).

Se puede medir a través de cuestionarios sobre productos o servicios nuevos que hayan nacido en espacios coworking o por observación directa en estos ambientes y analizar la interacción entre personas que no pertenezcan a la misma empresa o sector.

— **Boundaryless**

Bravo et al. (2015) conciben el término de boundaryless como un fenómeno que trasciende varios límites físicos y psicológicos. En una carrera de este tipo, los empleados ya no se apoyan en los ascensos en una organización ni en la línea de carrera que puedan ofrecer. Actualmente, las carreras de estos empleados pueden cruzar límites mientras se rotan de funciones, organizaciones, puestos, etc (Bravo, Seibert, Kraimer, Wayne, & Liden, 2015).

Stone (2005) habla del término boundaryless como un fenómeno de este siglo, donde los empleados esperan cambiar de trabajo con frecuencia. El hecho de tener un trabajo no significa un compromiso a largo plazo con la empresa. Las organizaciones impulsan a sus trabajadores a manejar sus propias carreras y no esperar estabilidad laboral en una sola empresa. Este fenómeno les permite tener un aprendizaje continuo y experiencias distintas en cada sector donde laboren (Stone, 2005).

Bednarska-Wnuk (2020) explica que existen dos dimensiones, el nivel de movilidad física y el de movilidad psicológica. La orientación del individuo será entre las diferentes profesiones y organizaciones que encuentre. La movilidad psicológica se refiere a la capacidad que tiene la persona para moverse y adaptarse a los cambios. A estas personas les gusta trabajar con personas de diferentes organizaciones, se entusiasma al comprometerse con nuevas experiencias y conocer personas fuera de su entorno laboral (Bednarska-Wnuk, 2020).

— Hot Desking

Berelson et al. (2018) mencionan que gracias a la tecnología muchas ciudades están incorporando los edificios inteligentes en los cuales hay sensores que analizan los movimientos y comportamiento de las personas para poder ahorrar costos en energía, incrementar la conexión y de esta manera reducir el impacto negativo en el ambiente. Dentro de este contexto, el hot desking es una de las formas para poder reducir el impacto y a su vez incrementar el ambiente laboral ideal en una empresa. La intención de este sistema es aumentar la satisfacción del empleado y de esta manera la productividad.

El bienestar del empleado depende de la interacción con sus compañeros, el ambiente laboral y el trabajo que realizan. El sistema analiza el mejor lugar para cada empleado y se le asigna junto a las personas que tienen impacto positivo sobre su bienestar (Berelson, Tryfonas, Simini, & Cooper, 2018).

Sander (2017) define el término de hot desking como el lugar donde los empleados comparten un escritorio con otras personas o no tienen un lugar permanente asignado. La empresa usa este tipo de estrategia para ahorrar espacio y para atender las necesidades de los empleados que pasan largo tiempo fuera de la oficina. Los empleados están mejor motivados si sienten que la empresa les da movilidad e independencia, además a través de este sistema no están obligados a socializar con personas que no quieren a diferencia de tener un lugar permanente y sentirse comprometidos a relacionarse con personas con las cuales no tienen nada en común (Sander, 2017).

Fulton (2005) realizó un estudio donde participaron hotdeskings en entrevistas semiestructuradas sobre su comportamiento. La gran mayoría coincidió en que la clave del éxito para el hotdesking es el acceso a los recursos electrónicos, la reorganización de la información, el almacenamiento, el espacio de trabajo permanente y las tecnologías móviles. Asimismo, los hallazgos apuntan a que los hotdeskings tienen un comportamiento particular y se sugiere crear áreas para el desarrollo futuro de acuerdos hotdesking (Fulton, 2005).

2.3. Marco conceptual

Coworking

Una nueva manera de organización laboral que promueve las oportunidades de colaboración y fomenta el sentido de comunidad dentro de un espacio compartido, juntando trabajadores de diferentes empresas y sectores con diversos perfiles y objetivos tanto personales como profesionales. No solo ha cambiado el espacio de trabajo, sino también la manera en que las personas trabajan y cooperan mutuamente. Estos ambientes tienen un alto valor con respecto a la autonomía y empoderamiento (Leclercq - Vandellannoitte & Isaac, 2016). Asimismo dan un intercambio de conocimientos e ideas que pueden proporcionar más que un mero intercambio de espacios de trabajo, sino de un espíritu empresarial o de incubación. Estos espacios estimulan la búsqueda de compañeros de equipos, proyectos y emprendimientos. (Bouncken & Reuschl, 2016)

Teletrabajo

Se refiere a los trabajadores que laboran en espacios lejanos a las oficinas centrales, que no tienen contacto personal con otros empleados, pero sí tienen comunicación en línea. Es una manera de que la persona tenga la oportunidad de balancear su vida laboral y familiar. El lado negativo es que estudios han demostrado que este tipo de trabajo reduce la satisfacción laboral y de la misma persona debido a la poca interacción con otros trabajadores. (Bueno, Rodríguez - Baltanás, & Gallego, 2018)

El teletrabajo puede impulsar la productividad individual a corto plazo y reducir el número de interrupciones por parte de otros compañeros de trabajo. Sin embargo, puede traer consecuencias negativas a largo plazo, como la reducción de interacción dentro de las empresas y menor transferencia de conocimientos y creatividad entre los empleados. A diferencia de los espacios coworking que permite la interacción entre los miembros de dichos espacios (Ross & Ressia, 2015).

Boundaryless

Ciudadanos con formación y calificaciones profesionales altas, caracterizados por evitar crear nudos en solo un espacio de trabajo, tienen un estilo de vida que les permite estar en continuo aprendizaje para poder desarrollar sus proyectos personales, huyendo del hábito de trabajo y las jerarquías (Stone, 2005).

Generación Y

Los hombres y mujeres nacidos entre 1979 y 2000 aproximadamente pertenecen a este grupo generacional. Componen el 15% de la fuerza laboral, al momento de empezar a trabajar tendrán destrezas moderadas y falta de experiencia para posiciones gerenciales de alto rango en los próximos años. Esta generación tiene la ventaja de haber crecido con la entrada del internet y la rápida transferencia de información gracias a la tecnología móvil, además de haber desarrollado destrezas en grupo les permite trabajar bien en medioambientes de equipos.

En el ámbito laboral, desean retroalimentación inmediata de su trabajo. Tienen grandes expectativas futuras, buscan oportunidades de trabajo que tengan algún significado social y tenga balance entre la vida familiar y laboral, son motivados con beneficios y flexibilidad de horarios (Hernández, 2009).

Generación Z

Son las personas nacidas en el siglo XXI y se han desarrollado bajo una era totalmente digital. Están acostumbrados a socializar a través de redes digitales, las maneras tradicionales son más difíciles para ellos. A comparación de la generación Y, ellos son más prácticos y les gusta liderar. Continuamente están buscando desafiarse, son más impacientes y ágiles, no le tienen miedo al cambio.

En el ámbito laboral, escogerán una carrera de su propio interés. Tienen un espíritu emprendedor y desean influenciar en el mundo. Un factor importante es tener un balance entre la vida familiar y laboral, además de tener estabilidad (Bencsik, Horváth - Csikós, & Juhász, 2016).

Flexibilidad laboral

Hay tres niveles de flexibilidad laboral, el primero es recolocar los riesgos de la organización reduciendo los costos al tercerizar procesos. El segundo nivel es representado por la cantidad de trabajo en las funciones del trabajador. Finalmente, el tercer nivel de flexibilidad está en el lugar donde se realizará el trabajo, desde el hogar, equipo móvil o espacios coworking (Robelski, Keller, Harth, & Mache, 2019).

Hot Desking

Se refiere a un método en el cual un solo escritorio puede ser usado por uno o más empleados al mismo tiempo, en lugar de asignar un lugar propio a cada uno. De esta manera, se puede reducir el espacio necesario en 30%. Los factores negativos del uso de este método son la falta de personalización del escritorio, no hay disponibilidad del lugar de trabajo preferido y el desarrollo de sinergias de personas que tengan funciones similares (Berelson, Tryfonas, Simini, & Cooper, 2018).

Freelancers

Forman parte del mercado laboral moderno, son las personas que trabajan como independientes. Son los principales clientes de las empresas que ofrecen servicios de coworking debido a que es una herramienta para las relaciones sociales. Más que un espacio de trabajo, los espacios coworking son un lugar donde buscan oportunidades de socialización y colaboración con otros profesionales (Gandini, 2016)

2.4. Planteamiento del problema

2.4.1 Realidad Problemática

Actualmente, en el ámbito laboral existen cuatro generaciones de trabajadores: la silenciosa, los *baby boomers*, la generación X e Y. Las dos primeras se encuentran de salida y le dan paso a los nuevos jóvenes que ingresan al mundo de negocios (Begazo, 2015). Este estudio se centrará principalmente en las actitudes que tienen las personas que conforman la generación Y, más conocidos como *millennials*, en el ámbito laboral.

Los jóvenes que pertenecen a la generación Y tienen entre 23 y 37 años aproximadamente. Ellos tienen como objetivo lograr un equilibrio entre la vida personal y laboral, por lo que es común que tengan poca duración en una empresa. Este problema se debe a que ellos se caracterizan por tener una sensación de inmediatez y son impacientes por alcanzar el éxito, por lo que si perciben que en la empresa en la que se encuentran la remuneración no es justa, no son reconocidos por sus

superiores o sienten que no encajan con los valores, buscarán otro lugar donde tengan la oportunidad de un crecimiento rápido y lograr el balance que buscan con beneficios como flexibilidad de horarios, trabajo desde casa, pero sin dejar de lado los desafíos que se presenten (Ramírez, 2019).

Las personas que pertenecen a esta generación también se caracterizan por ser tecnológicos, materialistas y liberales, viven arriesgándose en busca de vivir nuevas experiencias y relacionarse con personas con diferentes puntos de vista. En el Perú, el 79% de *millennials* han sido criados bajo una cultura del ahorro, los cuales tienen planeado en usarlos para la compra de un inmueble o invertir en un negocio. El 71% de las personas encuestadas priorizan la formación de una empresa frente a otra decisión que se pueda presentar en el momento (IPSOS: Investigación de Mercado, 2019).

Dentro del territorio peruano, el 29% del total de la población son parte de la generación Y, es decir aproximadamente 9 millones de peruanos poseen las características previamente mencionadas (Datum Internacional, 2019). Del total de *millennials* en el Perú, el 82% de trabajadores dependientes tienen el deseo de emprender en su propio negocio. Las principales causas para independizarse son la poca estabilidad laboral y querer tener mayores ingresos (Cóndor, 2019).

A su vez, el mercado de oficinas en la capital limeña está en constante crecimiento, especialmente el que ofrece espacios compartidos o *coworkings*. Este tipo de inmueble surgió en el año 2005 en la ciudad de San Francisco como un tipo de trabajo que balancea el estándar con el independiente. Es decir, permite a los trabajadores que se están independizando tener un lugar comunitario donde concretar reuniones, poder laborar tranquilamente y no estar aislados de la sociedad, lo que ocurre normalmente al independizarse y empezar a trabajar desde casa (Gandini, *The rise of coworking spaces: a literature review*, 2015).

Debido a los avances tecnológicos, no es necesario estar físicamente en una oficina para cumplir con las funciones de cada puesto. El tener una computadora en casa, empezó con una era de “dispersamiento” del trabajo y contribuyó con los procesos virtuales. Existen tres olas de virtualización, la primera empezó con el uso de la computadora en casa, que incluía el correo electrónico, la segunda, con el desarrollo de la tecnología móvil que permitía poder trabajar desde cualquier parte del mundo. La tercera es el fomento de los espacios coworking, caracterizados por la independencia, la tecnología y la flexibilidad que no provee una oficina tradicional (Leclercq - Vandelannoitte & Isaac, 2016).

Los beneficios que se pueden encontrar con el uso de este tipo de oficinas es que son extremadamente abiertas e inclusivas. El espacio es compartido con personas de rubros diferentes, que vienen con aprendizajes y experiencias nuevas y por un tiempo flexible. El estar cerca a personas con diferentes puntos de vista y que trabajan en diversos sectores, puede llegar a ser una fuente de inspiración y además del beneficio de estar en constante interacción con otros profesionales. De esta manera se puede ahorrar tiempo y dinero (Cheah & Ho, 2019).

Este tipo de espacios compartidos se denominan “tercer lugar”, es decir, un ambiente informal donde se pueden hacer reuniones fuera de la casa u oficina. El término surgió en el año 1983 cuando se fundó en Estados Unidos una cafetería tradicional italiana donde se podía sostener una conversación en un ambiente comunitario, un tercer lugar después del hogar o espacios de trabajo. Las personas que utilizan estos ambientes los describen como amigables, creativos, divertidos, productivos, sociables, entre otros (Moriset, 2013).

Las empresas están cada vez más interesadas en este fenómeno del cambio de la manera tradicional de trabajar a un espacio compartido con otras empresas y profesionales ya que lo consideran como una manera de reducir los gastos, tener mayor flexibilidad y lograr mejoras en sus empleados. Es una manera de atraer a los trabajadores abarcando las diferentes expectativas que tengan. Grandes compañías como IBM, Deloitte, entre otras estadounidenses han migrado a estos ambientes, a comparación de años atrás donde los espacios coworking eran usados por trabajadores independientes. Al hacer una mezcla de equipos creativos de industrias diferentes hay una inspiración diferente que conlleva a creación de nuevos productos y distintas maneras de pensar. La consecuencia es un aumento de la productividad, eficiencia y creatividad (Leclercq - Vandelannoitte & Isaac, 2016).

Los *millennials* peruanos se caracterizan por trabajar desde casa o emprenden en negocios propios. Además, se preocupan por el medio ambiente por lo que optarían por compartir espacios en un ambiente laboral con mayor flexibilidad. Para tener éxito en el ámbito laboral, debe hacer lo que más le apasiona e intentar convertirse en un experto en su área. Esta generación sería la que más se adapte a los cambios laborales, dejando atrás el trabajo tradicional y enfocarse en un ambiente con flexibilidad de horarios, espacio social, donde se pueda compartir con otras personas de diferentes sectores para seguir aprendiendo y tener un crecimiento profesional alto que le permita conocer el mundo (Begazo, 2015).

Finalmente, en el Perú, la manera tradicional de trabajar está dando un giro ya que ahora el enfoque está en la satisfacción de los trabajadores para poder aumentar la productividad. Además de ahorrar costos, a través de este método se puede flexibilizar el crecimiento debido a los espacios comunes que caracterizan a este tipo de oficinas. El tipo de oficina que se busca es independiente del sector al que pertenezca la empresa, desde *freelancers* hasta negocios consolidados solicitan estos ambientes. El mercado de oficinas *coworking* está en crecimiento debido a la tendencia de los peruanos emprendedores, ya que se adecúa a sus necesidades, impactando en el crecimiento de su red de contactos. (Sánchez, 2018)

2.4.2. Identificación y formulación del problema

Problema general

¿Cuál es el efecto del uso de espacios *coworking* en la productividad en empresas que usan estos ambientes de trabajo?

Problemas específicos

¿Cuáles son las dimensiones que caracterizan al uso de espacios *coworking*?

¿Cuáles son las dimensiones que caracterizan a la productividad de una empresa?

¿Qué relación tiene el uso de espacios *coworking* con la productividad de una empresa?

2.4.3. Hipótesis de la investigación

Hipótesis general

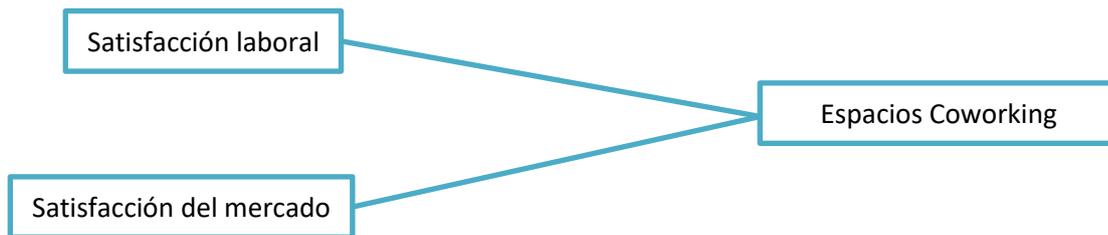
Existe relación significativa entre el uso de espacios *coworking* y la productividad en empresas en Lima Metropolitana en el año 2020.

Hipótesis específicas

Hipótesis 1: Existe relación entre la satisfacción laboral y los espacios coworking.

Hipótesis 2: Existe relación entre la satisfacción del mercado y los espacios coworking.

Figura 1: Relación con Espacios Coworking



Fuente: Elaboración Propia

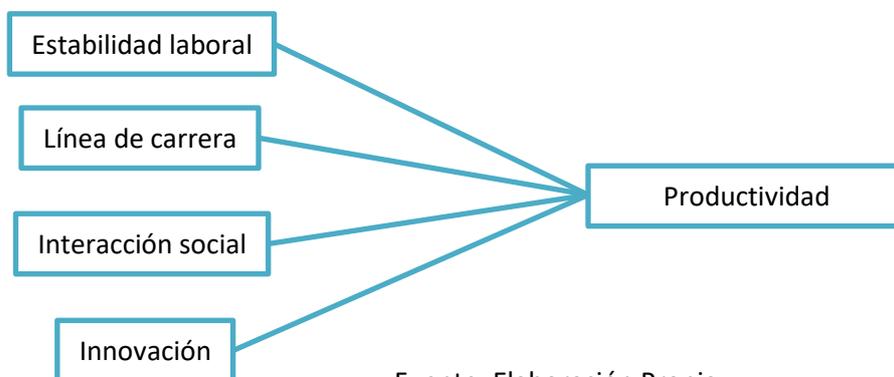
Hipótesis 3: Existe relación entre la estabilidad laboral y la productividad.

Hipótesis 4: Existe relación entre la línea de carrera y la productividad.

Hipótesis 5: Existe relación entre la interacción social y la productividad.

Hipótesis 6: Existe relación entre la innovación y la productividad.

Figura 2: Relación con Productividad



Fuente: Elaboración Propia

2.4.4. Objetivos de la investigación

Objetivo general

Evaluar el uso de espacios coworking en la productividad de una empresa, en Lima Metropolitana.

Objetivos específicos

Identificar las dimensiones que caracterizan al uso de espacios coworking.

Identificar las dimensiones que caracterizan a la productividad de una empresa.

Examinar la relación entre el uso de espacios coworking con la productividad de una empresa.

2.4.5. Justificación y viabilidad de la investigación

Justificación teórica

El siguiente estudio se realiza ante el surgimiento de nuevos espacios de trabajo, caracterizados por ser ambientes compartidos y cómo la generación que empieza a trabajar tiene una mayor inclinación por el uso de estos espacios que laborar dependiendo de otra empresa. Además, existe un estancamiento en el alquiler o venta de inmuebles por lo que la implementación de oficinas *coworking* podría ser una buena salida ante esta falta de movimiento en el sector.

Justificación práctica

La siguiente investigación puede ser útil para que empresas con pocos trabajadores que tengan altos gastos puedan tener en cuenta la opción de alquiler de estos espacios compartidos, lo que generaría menores costos y un mayor nivel de clima laboral, lo cual se podría ver reflejado en el aumento de la productividad. Además, podría servir como un comienzo para una persona que se esté independizando y necesite un lugar donde concretar reuniones de negocios sin la necesidad de alquilar un inmueble o hacer gastos innecesarios en salidas a restaurantes o cafeterías.

Justificación social

Las personas que se podrían ver beneficiadas con este estudio son las que están independizándose de la empresa donde trabajan, los que tienen en mente empezar con un emprendimiento o ya tienen una empresa con pocos trabajadores y altos gastos que buscan alguna manera de reducir costos y a la vez poder aumentar la productividad. Asimismo, el uso de espacios compartidos podría ayudar a reducir la contaminación ambiental al no implementar un lugar solo para una empresa, en este caso se comparten redes inalámbricas, cocina, sala de reuniones, entre otros servicios.

Justificación económica

En la presente investigación se hará el análisis del tipo de oficina que mejor convendría a una empresa, principalmente en la diferencia de implementar una propia o el alquiler de un espacio compartido. De esta manera, se podría llegar a un aumento de productividad al hacer mejor uso de los recursos que posee la organización. Al hacer este análisis no solo se ahorra en costos, si no también influye el ambiente laboral en el que se encuentra ya que también podría afectar en los resultados de la empresa.

2.4.6. Delimitación de la investigación

La presente investigación se centrará en las personas que trabajen en oficinas tradicionales, espacios coworking o teletrabajo que tengan conocimiento o hayan escuchado comentarios acerca de los espacios coworking y poder analizar los beneficios que ellos perciban, en la ciudad de Lima, en el año 2020. Asimismo, se tendrá como referencias empresas de diversos sectores que hagan uso de espacios *coworking*, ya sea por primera vez o han decidido pasar de un espacio tradicional a uno compartido. De esta manera se tendrá mejor referencia acerca de la forma en que una empresa se ve beneficiada al usar estos servicios.

2.4.7. Limitaciones de la investigación

La siguiente investigación presenta algunos casos de complicación en la recopilación de información ya que cabe la posibilidad de que no se pueda acceder a la información real de los resultados financieros todas las empresas en las que se tienen contactos, pero sí es posible llegar a los comentarios y opiniones de los trabajadores acerca del uso de este tipo de espacios y acerca del clima laboral. Asimismo, las personas quienes serían encuestadas son de distintos rubros, existe la eventualidad que los resultados dependan del tipo de empresa y el sector al que pertenezcan.

Para evitar estos contratiempos, se elegirá cuidadosamente las empresas las cuales tengan información relevante para la investigación y, por último, hacer un comparativo si es que existen diferencias en los resultados y analizar las causas.



Capítulo 3: Metodología de la investigación

3.1. Diseño de investigación

Según la naturaleza de las variables, la investigación que se realiza es de diseño no experimental ya que no se manipularán las variables para ver si existe alguna reacción o efecto. En esta investigación se observarán las variables en su contexto natural y se analizará la manera en la cual la productividad se ve afectada positiva o negativamente al trabajar en lugares compartidos, en lugar de estar aislados socialmente como pasaría en casos de trabajadores independientes.

No se tiene un control directo sobre las variables, se investigará sobre trabajadores que trabajen en una oficina coworking, tradicional o teletrabajo para analizar los posibles beneficios que perciben al trasladarse a un ambiente compartido con profesionales de distintos ámbitos y la capacidad de intercambiar información para nutrirse de más ideas y lograr un mejor ambiente de trabajo.

La investigación de diseño no experimental se clasifica en transversal o longitudinal dependiendo del momento en el que los datos son recolectados y la manera en la que se analizan los efectos.

En esta investigación en particular, el diseño es no experimental de tipo transversal ya que se tomarán los datos en un solo periodo de tiempo para poder describir las variables y analizar su relación en el momento dado.

Dentro del diseño no experimental transversal existen tres tipos, el exploratorio, descriptivo y correlacionales – causales. Esta investigación es de tipo no experimental y debido a que tiene como objetivo analizar el efecto positivo o negativo sobre la productividad al trabajar en espacios coworking, en primer lugar, es correlacional debido a que se observará el nivel de relación entre las dos variables para luego pasar a una relación causal para investigar acerca del nivel en el que trabajar en este ambiente ayuda a mejorar la productividad de la empresa. Estos efectos ya sucedieron en las personas a las cuales se va a encuestar, por lo que el investigador no provocaría intencionalmente el resultado.

3.2. Tipo de la investigación

Esta investigación, por su finalidad es de tipo aplicada debido a que se tiene como objetivo resolver determinado problema. En este caso intentará analizar si el uso de espacios compartidos o coworking tiene un impacto positivo en la productividad de la empresa, y a su vez mayores ingresos. Además, se usarán investigaciones históricas para entender algunos puntos de manera más general como la definición de productividad, satisfacción laboral y el estudio de las características de cada generación que ha pasado por un ambiente laboral.

Por su dimensión temporal es de tipo explicativa porque se busca si existe algún efecto en la productividad al cambiar el ambiente de trabajo a uno donde cuente con espacios compartidos con personas que laboren en distintos sectores. Se buscará determinar si hay una relación de causa – consecuencia entre las variables.

Por su carácter es de tipo cuantitativa debido a que se analizarán los efectos del uso de espacios compartidos o coworking en la productividad de una empresa. A través de los instrumentos como cuestionarios se podrá medir los resultados para poder validar las hipótesis planteadas en la investigación.

Por su profundidad será de tipo correlacional ya que se busca la relación entre las variables, productividad y el uso de espacios compartidos al investigar empleados y empresas que utilicen un espacio coworking y analizar el impacto que perciben en sus resultados. Es decir, comprobar si el trabajar en un ambiente compartido, donde se puede escuchar ideas de diferentes profesionales, lleva a tener un impacto positivo en la productividad de la empresa

3.3. Población y muestra de la investigación

Para esta investigación la población es finita, ya que se pondrán limitaciones sobre las personas que respondan a los cuestionarios que formarán parte del proceso para obtener los resultados y un análisis más completo.

En este caso se interrogarán a personas trabajen en una oficina tradicional, espacio coworking o por la coyuntura, estén laborando desde sus hogares en la forma de teletrabajo. Se elige este tipo de población debido a que tienen mayor contacto con las variables que se están investigando en este trabajo.

El muestreo para esta investigación será probabilístico debido a que todas las personas que cumplan con las características mencionadas anteriormente tendrán la posibilidad de responder el cuestionario asignado.

Según las investigaciones realizadas la muestra será de 200 personas las que serán sometidas a responder el cuestionario. Todas las personas pertenecientes a la muestra deberán tener relación directa con las variables que se intentan relacionar, es decir que trabajen en una oficina tradicional, en espacios compartidos o teletrabajo y puedan describir la percepción acerca de las variables usadas dentro del ambiente de trabajo.

3.4. Técnicas e instrumentos para la recolección de datos

Para recolectar los datos necesarios para esta investigación se seguirá el siguiente plan:

1. Fuentes de donde se obtendrán los datos: la información recopilada será proporcionada por personas que trabajen en una oficina tradicional, espacios compartidos o teletrabajo.
2. Localización de dichas fuentes: todos los datos recopilados serán de personas que trabajen en Lima, Perú independientemente de la ciudad de origen de la persona. Se agruparán a los encuestados según el sector en el que trabajen para lograr resultados más precisos.
3. Método para recolectar datos: se usará únicamente la encuesta como técnica para recolectar los datos. Será a través de un cuestionario para los empleados de empresas o independientes. Tendrá como objetivo medir los indicadores mencionado anteriormente con preguntas cerradas para una medición cuantitativa.

La validez de los datos será medida en función a quiénes son las personas que contestan el cuestionario, confirmar si efectivamente son trabajadores de empresas. Para poder tener una mejor confiabilidad acerca de las respuestas se usarán preguntas filtro en el cuestionario.

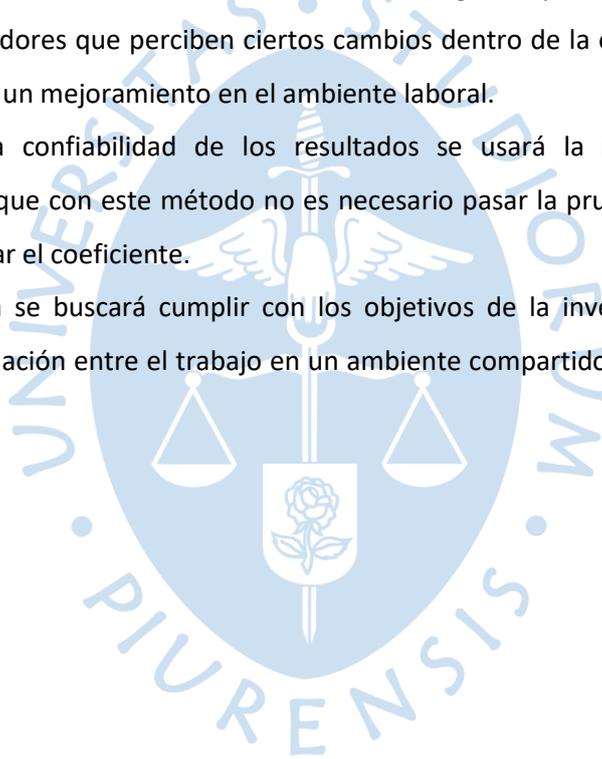
3.5. Técnicas para el procesamiento de datos

Para el procesamiento de datos se utilizará el programa SPSS en el cual se evaluarán las distribuciones y estadísticas de los ítems y observar cuáles tiene relación. Se agruparán los ítems en las variables del estudio para así analizar las estadísticas descriptivas, de frecuencias y el análisis inferencial.

Esta distribución de frecuencias será útil en la investigación para poder analizar la cantidad de empleados o empleadores que perciben ciertos cambios dentro de la organización, ya sea desde el área productiva hasta un mejoramiento en el ambiente laboral.

Para calcular la confiabilidad de los resultados se usará la medida de coherencia o consistencia interna ya que con este método no es necesario pasar la prueba dos veces ni dividir el cuestionario para calcular el coeficiente.

De esta manera se buscará cumplir con los objetivos de la investigación y determinar si realmente existe una relación entre el trabajo en un ambiente compartido y la productividad de una organización.



Capítulo 4: Resultados

Con la finalidad de llevar a cabo el presente trabajo de investigación, se realizaron 200 encuestas a personas que trabajen en la ciudad de Lima, Perú. A continuación, se presentarán los análisis de confiabilidad, el análisis descriptivo e inferencial.

4.1. Análisis de confiabilidad

Se utilizó el coeficiente Alfa de Cronbach para medir el nivel de confiabilidad de la encuesta realizada a 200 personas. La confiabilidad es el grado en el que un instrumento de diversos ítems mide consistentemente una muestra. (Oviedo & Campos - Arias, 2005)

El coeficiente que se obtuvo del análisis es de 0.905. Este valor indica una fiabilidad elevada del estudio, ya que según Oviedo y Campos – Arias, el valor de la confiabilidad varía entre -1 y +1 siendo +1 la relación más cercana entre las variables.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,905	,907	6

Tabla 1: Estadística de fiabilidad con Alfa de Cronbach

Fuente: Elaboración Propia

4.2. Análisis descriptivo

Se alcanzó un total de 200 encuestas válidas en las que participaron hombres y mujeres de 18 a más de 47 años de Lima Metropolitana, que pertenezcan a la población económicamente activa. Del total de la muestra, aproximadamente el 54% pertenece al género femenino, mientras que el porcentaje restante pertenece al género masculino.

Tabla 2: Tabla de distribución de frecuencias por género

		Género			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Mujer	107	53,5	53,5	53,5
	Hombre	93	46,5	46,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Asimismo, dentro de las personas encuestadas, aproximadamente el 35% pertenece al rango de más de 47 años. El porcentaje menor (18%) pertenece al rango entre 38 a 47 años. El 24% de los encuestados están dentro de la Generación Y, o millenials.

Tabla 3: Tabla de distribución de frecuencias por rango de edad

		Edad			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Entre 18 - 23 años	47	23,5	23,5	23,5
	Entre 24 - 37 años	48	24,0	24,0	47,5
	Entre 38 - 47 años	36	18,0	18,0	65,5
	Más de 47 años	69	34,5	34,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Por un lado, se preguntó cuál era el lugar de preferencia de oficina y el 46% prefiere laborar con la modalidad de teletrabajo. Mientras que existe un 27% que prefiere trabajar en un coworking y otro que prefiere desde una oficina tradicional.

Del total de millenials que respondieron a la encuesta, el 46% prefiere trabajar en la modalidad de teletrabajo, el 33% en una oficina coworking y finalmente, el 21% en una oficina tradicional.

Tabla 4: Tabla de distribución de frecuencias por preferencia de oficina

		Preferencia de oficina			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Coworking	54	27,0	27,0	27,0
	Oficina tradicional	54	27,0	27,0	54,0
	Teletrabajo	92	46,0	46,0	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Por otro lado, el 57.5% de los encuestados trabaja en teletrabajo, el que le sigue son las oficinas tradicionales con un 35%. Estos resultados se ven reflejados debido a la coyuntura actual que vive el mundo.

Tabla 5: Tabla de distribución de frecuencias por tipo de oficina actual

		Tipo de oficina actual			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Oficina coworking	9	4,5	4,5	4,5
	Oficina tradicional	70	35,0	35,0	39,5
	Teletrabajo	115	57,5	57,5	97,0
	Oficina tradicional y teletrabajo	2	1,0	1,0	98,0
	Teletrabajo y Coworking	1	,5	,5	98,5
	Laboratorio	1	,5	,5	99,0
	local comercial	1	,5	,5	99,5
	Ninguna	1	,5	,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Además, en esta encuesta, donde fueron 200 las personas encuestadas, hubo 37 diferentes áreas en las que laboran. Entre ellas, el área más recurrente, con el 32% de los encuestados, fue la administración. El segundo más popular fue el área comercial con un 19% de los encuestados.

Los sectores más frecuentes entre los encuestados que tienen entre 24 y 37 años son comercial, administración y marketing con 29%, 19% y 17% respectivamente.

Tabla 6: Tabla de distribución de frecuencias por área que se desempeñan

		Área			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Abogada	2	1,0	1,0	1,0
	Administración	64	32,0	32,0	33,0
	Arte	1	,5	,5	33,5
	Calidad	1	,5	,5	34,0
	Canales digitales	1	,5	,5	34,5
	Capacitación	1	,5	,5	35,0
	Comercial	38	19,0	19,0	54,0
	Consultoría	2	1,0	1,0	55,0
	Contabilidad	2	1,0	1,0	56,0
	Customer experience	1	,5	,5	56,5
	Departamento técnico	1	,5	,5	57,0
	Deportista	1	,5	,5	57,5
	Diseñador	3	1,5	1,5	59,0
	Diseño de Producto	2	1,0	1,0	60,0
	Diseño digital	1	,5	,5	60,5
	Ecommerce	2	1,0	1,0	61,5
	Finanzas	17	8,5	8,5	70,0
	Gerencia General	5	2,5	2,5	72,5
	Inmobiliaria	1	,5	,5	73,0
	Investigación	1	,5	,5	73,5
	Legal	1	,5	,5	74,0
	Marketing	24	12,0	12,0	86,0
	Operaciones	6	3,0	3,0	89,0
	Operaciones clínicas	1	,5	,5	89,5
	Producción	1	,5	,5	90,0
	Producción de TV y prensa	1	,5	,5	90,5
	Proyectos	1	,5	,5	91,0
	Psicología	2	1,0	1,0	92,0
	Publicidad	1	,5	,5	92,5
	Química	1	,5	,5	93,0
	Recursos Humanos	5	2,5	2,5	95,5
	Sistema gestión integrak	1	,5	,5	96,0
	Sistemas	1	,5	,5	96,5
	Soporte	1	,5	,5	97,0
	Tecnología	4	2,0	2,0	99,0
	TI	1	,5	,5	99,5
	Ventas	1	,5	,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

En referencia a los tipos de comentarios escuchados con respecto a los espacios compartidos, se les preguntó si estos habían sido positivos, negativos, neutros o ninguno y, aproximadamente, el 80% de los encuestados respondieron haber escuchado comentarios positivos.

El 71% de millenials ha escuchado comentarios positivos acerca de las oficinas coworking, mientras que el 21% ha escuchado ningún comentario y el 8% comentarios neutrales.

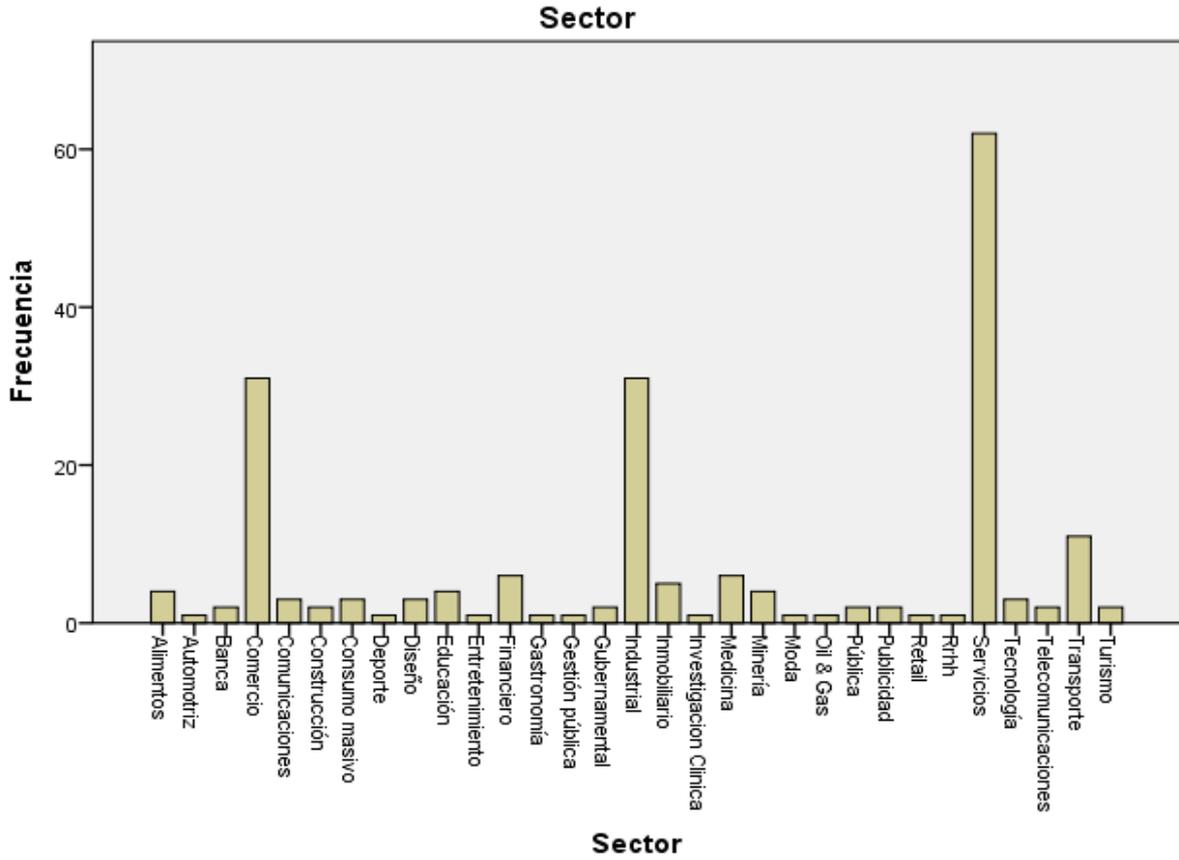
Tabla 7: Tabla de distribución de frecuencias por tipo de comentarios escuchados

		Tipos de comentarios escuchados			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Positivos	159	79,5	79,5	79,5
	Neutros	11	5,5	5,5	85,0
	Negativos	4	2,0	2,0	87,0
	No he escuchado sobre las oficinas coworking	26	13,0	13,0	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Asimismo, la mayoría de los encuestados trabaja en el sector de servicios (más de un 30%), industrial (15,5%) y comercio (15,5%).

Tabla 8: Tabla de distribución de frecuencias por sector al que pertenece



Fuente: Elaboración propia

También, a los 200 encuestados se les preguntó acerca de si tienen un balance entre la vida personal y laboral. El más del 76% de las personas respondió que sí lo tienen.

El 73% de los encuestados que pertenecen a la generación Y también creen tener un balance entre su vida personal y laboral mientras que el 27% consideran que no lo tienen.

Tabla 9: Tabla de distribución de frecuencias por balance entre vida personal y laboral

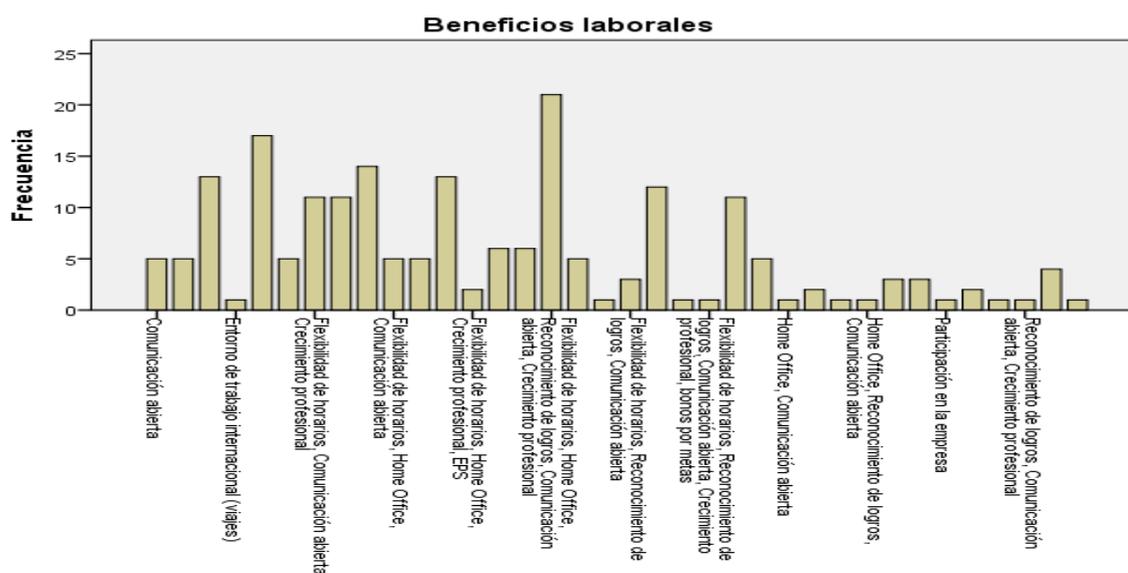
Balance entre vida personal y laboral					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	153	76,5	76,5	76,5
	No	47	23,5	23,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Por último, se presenta una tabla con todas las opiniones acerca de qué beneficios laborales prefiere el encuestado, entre ellas está la flexibilidad de horarios, la comunicación abierta, tener home office, tener participación en la empresa, que te reconozcan los logros, entre otras.

Para los millenials, el beneficio más importante que consideran es tener flexibilidad de horarios y crecimiento profesional. Dentro del crecimiento profesional, desearían tener capacitaciones y sentir que pueden tener una línea de carrera dentro de la empresa.

Tabla 10: Tabla de distribución de frecuencias por beneficios laborales



Fuente: Elaboración propia

4.3. Análisis inferencial

Para realizar el análisis inferencial, que tienen como objetivo probar las siguientes hipótesis, se usaron las tablas cruzadas y el estadístico chi cuadrado entre las variables con la finalidad de identificar la relación entre estas. Según Hernández Sampieri, esta es una prueba estadística para evaluar las hipótesis acerca de la relación entre dos variables categóricas (Sampieri, 2014)

Hipótesis específica 1:

H0: No existe relación entre la satisfacción laboral y los espacios coworking.

H1: Existe relación entre la satisfacción laboral y los espacios coworking.

La prueba chi cuadrado dio como resultado una correlación de Pearson menor a 0.05, es decir, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alternativa. Por lo tanto, se puede afirmar que existe la relación entre estas dos variables.

Tabla 11: Prueba de chi cuadrado para satisfacción laboral y espacios coworking

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	216,956 ^a	36	,000
Razón de verosimilitud	132,508	36	,000
Asociación lineal por lineal	70,670	1	,000
N de casos válidos	200		

a. 35 casillas (71,4%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,05.

Fuente: Elaboración propia

Hipótesis específica 2:

H0: No existe relación entre la satisfacción del mercado y los espacios coworking.

H1: Existe relación entre la satisfacción del mercado y los espacios coworking.

La prueba de chi cuadrado tuvo como resultado un valor menor a 0.05. Por lo tanto, al igual que la primera hipótesis, se debe rechazar la hipótesis nula y validar la segunda hipótesis alternativa afirmando que existe una relación entre la satisfacción del mercado y los espacios coworking.

Tabla 12: Prueba de chi cuadrado para satisfacción del mercado y espacios coworking

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	247,515 ^a	36	,000
Razón de verosimilitud	105,546	36	,000
Asociación lineal por lineal	55,718	1	,000
N de casos válidos	200		

a. 34 casillas (69,4%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,02.

Fuente: Elaboración propia

Hipótesis específica 3:

H0: No existe relación entre la estabilidad laboral y la productividad.

H1: Existe relación entre la estabilidad laboral y la productividad.

Se realizó la prueba del chi cuadrado para identificar la relación entre la estabilidad laboral y la productividad. El resultado dio como válida la hipótesis alternativa ya que tiene un valor menor a 0.05, por lo tanto si existe relación entre estas dos variables.

Tabla 13: Prueba de chi cuadrado para estabilidad laboral y productividad

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	174,557 ^a	36	,000
Razón de verosimilitud	105,367	36	,000
Asociación lineal por lineal	50,006	1	,000
N de casos válidos	200		

a. 37 casillas (75,5%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,05.

Fuente: Elaboración propia

Hipótesis específica 4:

H0: No existe relación entre la variable línea de carrera y la productividad.

H1: Existe relación entre la variable línea de carrera y la productividad.

En el caso de la cuarta hipótesis específica, el resultado de la prueba de chi cuadrado para las variables línea de carrera y productividad dio como resultado el valor de 0.192, es decir, mayor a 0.05. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis alternativa y se valida la hipótesis nula. No existe una relación entre la línea de carrera y la productividad.

Tabla 14: Prueba de chi cuadrado para línea de carrera y productividad

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	8,681 ^a	6	,192
Razón de verosimilitud	8,656	6	,194
Asociación lineal por lineal	2,967	1	,085
N de casos válidos	200		

a. 6 casillas (42,9%) han esperado un recuento menor que 5.

El recuento mínimo esperado es ,48.

Fuente: Elaboración propia

Hipótesis específica 5:

H0: No existe relación entre interacción social y la productividad.

H1: Existe relación entre interacción social y la productividad.

El resultado de la prueba de chi cuadrado dio el valor de 0.23, menor a 0.05. Por lo tanto, se puede validar la hipótesis alternativa y rechazar la hipótesis nula. Es decir, existe relación entre la interacción social y la productividad.

Tabla 15: Prueba de chi cuadrado para interacción social y productividad

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	23,565 ^a	12	,023
Razón de verosimilitud	21,530	12	,043
Asociación lineal por lineal	8,602	1	,003
N de casos válidos	200		

a. 11 casillas (52,4%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,17.

Fuente: Elaboración propia

Hipótesis específica 6:

H0: No existe relación entre la innovación y la productividad.

H1: Existe relación entre la innovación y la productividad.

La prueba chi cuadrado para las variables de innovación y productividad dio como resultado un valor inferior a 0.05. Con este valor se puede rechazar la hipótesis nula y afirmar la hipótesis alternativa, validando la relación entre estas dos variables en el estudio.

Tabla 16: Prueba de chi cuadrado para innovación y productividad

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	310,895 ^a	36	,000
Razón de verosimilitud	183,136	36	,000
Asociación lineal por lineal	93,998	1	,000
N de casos válidos	200		

a. 37 casillas (75,5%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,04.

Fuente: Elaboración propia

4.4. Discusión

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo verificar que las variables: productividad y espacios coworking estén relacionadas. En base a los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a 200 personas se puede llegar a la conclusión que la cantidad de usuarios que prefieren oficinas tradicionales es igual a los que optan por trabajar en una oficina coworking. Este estudio fue realizado durante la pandemia por el Coronavirus en el año 2020, por lo tanto, se agregó una nueva opción, el teletrabajo, el cual la mayoría de peruanos estuvieron realizando durante estos meses. Esta última opción tuvo mayor preferencia entre los encuestados, con el 46%.

Casi el 80% de encuestados respondieron que habían escuchado buenos comentarios acerca de las oficinas coworking y el mismo porcentaje le gustaría compartir recursos reduciendo gastos al compartir una oficina con otras empresas de diferentes sectores.

Orel y Alonso – Almeida (2019) concluyen en su investigación que el teletrabajo es una alternativa para el trabajo fuera de una oficina tradicional. Para que exista un aumento en la satisfacción laboral y creatividad, es necesario espacios abiertos que promuevan la comunicación e interacción. (Orel & Alonso - Almeida, 2019)

En base a las respuestas de los encuestados, el 63% de las personas que trabajan en oficinas coworking contestaron que sí han tenido interacciones con personas de otras empresas y el 57% han participado en diferentes eventos organizados para integrar a los empleados de diferentes empresas.

Robelski et al. (2019) concluye en su estudio que de 112 encuestados, la mayoría prefería trabajar en espacios compartidos que desde sus hogares. (Robelski, Keller, Harth, & Mache, 2019)

A diferencia de los resultados de las encuestas que muestran una mayor inclinación por el teletrabajo ante las oficinas en espacios compartidos o en las tradicionales. Esta variación se puede asociar al contexto actual en la que la mayor parte de peruanos está trabajando desde sus casas y pasando mayor tiempo en familia.

Los resultados de las encuestas validaron las hipótesis que relacionan las siguientes variables: satisfacción laboral y del mercado con los espacios coworking, y la estabilidad laboral, interacción social e innovación con la productividad.

La relación entre la línea de carrera y la productividad no pudo ser validada por el valor del chi cuadrado. Esto puede deberse a que el 76% de los encuestados creen tener una línea de carrera en la empresa donde laboran actualmente, por lo que no es una preocupación que impida aumentar la productividad. Al tener línea de carrera, hay una mayor posibilidad que se alcance mayor satisfacción y estabilidad laboral, y menor rotación del personal.

4.4.1. Implicancias para la gerencia

En el presente estudio se realizó una encuesta a 200 personas, de las cuales los sectores que tuvieron mayor participación en cuanto a los encuestados fueron, el sector de servicios, con más del 30%, el sector de comercio, con un 15,5% y el sector industrial, con un 15,5% de los encuestados. En total, estos sectores abarcaron aproximadamente 122 personas de las 200 encuestadas. Debido a esto, la gerencia puede verse beneficiada ya que permite saber la preferencia de los trabajadores en distintos sectores, tales como los mencionados anteriormente.

Un factor importante para que esta investigación sea relevante para la gerencia de una empresa es si esta tiene local propio o es alquilado ya que tener una nueva opción sería una gran inversión y tendría que tener un estudio más a fondo sobre las ventajas que podrían tener.

Asimismo, se ha llegado a la conclusión de que el uso de espacios coworking es una de las mejores alternativas para aumentar y mejorar la comunicación e interacción entre las distintas áreas de la empresa. Además, uno de los factores más atractivos de los espacios compartidos es la idea de compartir los gastos y aliviar los bolsillos de la compañía ya que genera un ahorro a largo plazo.

De igual manera, ser parte de la comunidad de los espacios compartidos brinda varios beneficios tales como la flexibilidad de horario, se puede entrar y salir a la hora que desees, sin un límite de horario. Crean el espacio óptimo para que se puedan desenvolver de la mejor manera según la tarea que haya ya que cuentan con espacios de todo tipo, desde salas privadas, de reuniones hasta zonas de recreación. Asimismo, existen áreas comunes en las que se puede interactuar no solo con personas de otras áreas sino de otras empresas, en donde se puede aprender un poco más de su trabajo para poderlo aplicar al de uno mismo. Además de ampliar la red de contactos y potenciar la creatividad. Según los resultados de la encuesta realizada, los beneficios laborales que tienen mayor preferencia son tener horarios flexibles, poder trabajar desde casa por lo menos una vez por semana, que la empresa reconozca los logros obtenidos, tener comunicación

abierta y que les brinden herramientas para que puedan tener un crecimiento profesional, tal como capacitaciones y que tengan la oportunidad de hacer una línea de carrera que les permita una mayor estabilidad.

También, potencia el área de recursos humanos ya que en varios espacios compartidos, se generan actividades de capacitación que la oficina brinda, además de las actividades de recreación o los *after office* que implican no solo a los trabajadores de la misma empresa si no de la oficina en general. Estas actividades permiten que haya una interacción entre empleados de distintas empresas y una mejora en el ambiente laboral.

4.4.2. Futuras investigaciones

Se propone a futuros investigadores que decidan estudiar temas relacionados le den énfasis a los cambios que están ocurriendo debido a la coyuntura actual de la pandemia. Hasta la fecha, la mayoría de trabajadores peruanos no han regresado a sus oficinas y siguen laborando desde sus casas. Se recomendaría hacer un estudio acerca de las diferencias que estos trabajadores perciben con respecto a trabajar desde sus oficinas, desde sus casas y presentarles la nueva opción sobre las oficinas compartidas.

La mayoría de trabajadores peruanos no tienen los recursos necesarios para poder realizar un trabajo óptimo desde sus casas. Personas que no cuentan con un servicio de internet wifi, de una computadora o un espacio propio para convertir en una oficina en casa. Se podría presentar una propuesta a estas personas para que compartan un espacio donde tengan todas las facilidades para realizar un buen trabajo y cumplir con los objetivos que se proponen.

Además, estudiar a fondo la causa por la cual las variables productividad y línea de carrera no se relacionan. Se podría realizar un estudio cualitativo para tener un mejor análisis de la percepción que tienen los trabajadores acerca de la estabilidad laboral y si tener una línea de carrera influye en la decisión de cambio de empresa, por lo tanto en la productividad de la misma al haber menor rotación en el personal y no enfocar tiempo en las etapas de aprendizaje de nuevos trabajadores.

Conclusiones

El objetivo general de esta investigación es evaluar el uso de espacios coworking en la productividad de una empresa en Lima Metropolitana en el año 2020. Entre los objetivos específicos está identificar las dimensiones que caracterizan al uso de espacios coworking, a la productividad de una empresa y examinar la relación entre estas dos variables.

1. Se puede concluir que cada vez hay más personas interesadas en trabajar en un espacio donde pueda compartir los gastos de recursos con otras empresas. Aproximadamente el 80% de los encuestados han escuchado comentarios positivos acerca del uso de estos espacios compartidos. El contexto de la pandemia impidió que se realice una investigación más acertada debido a los cambios que ocurrieron como el teletrabajo.
2. Se puede decir que las dimensiones que caracterizan al uso de espacios coworking son el poder tener un nivel de interacción social con personas externas a la empresa en la cual uno trabaja. Según los resultados de las encuestas, el 63% de las personas que laboran en espacios coworking han tenido interacciones con otras personas. El 56% ha participado en actividades que integren a las empresas que trabajen en el mismo espacio.
3. La estabilidad laboral también es una dimensión que caracteriza al uso de espacios coworking. El 76% de los encuestados respondió que sí tiene o cree poder tener línea de carrera en su actual trabajo. Este número es importante ya que si no cree tener este factor, podría buscar otro tipo de trabajo e ir rotando fácilmente lo cual hace que la empresa pierda tiempo en reclutar nuevas personas y que estas aprendan sobre el trabajo que deben hacer.
4. Con respecto a las dimensiones que caracterizan a la productividad de una empresa, se puede concluir que la satisfacción tanto interna como externa son los factores que influyen sobre esta variable. El 76% de los encuestados creen tener un balance entre su vida personal y laboral
5. Para que la empresa tenga una alta satisfacción del mercado, los clientes deben tener una buena relación con los empleados de la empresa. Si los empleados no tienen un buen ambiente laboral o un balance en su vida, es más probable que no den una buena atención a sus clientes por lo que la satisfacción externa podría decrecer.

6. El 71% de millenials, pertenecientes a la Generación Y que tienen entre 24 y 37 años, han escuchado comentarios positivos hacia las oficinas coworking. Sin embargo, tienen una preferencia hacia el teletrabajo antes que las oficinas coworking y tradicionales. Además, el 73% prefiere trabajar en una oficina coworking aunque por la coyuntura casi el 70% está realizando teletrabajo y solo el 6% en una oficina compartida.

7. Por último, sí existe una relación entre los espacios coworking y la productividad de una empresa. Según los resultados de las encuestas procesadas con el estadístico de chi cuadrado, existe relación entre las definiciones operacionales dentro de cada variable. Excepto por línea de carrera y productividad que no se relacionan y se rechazó dicha hipótesis

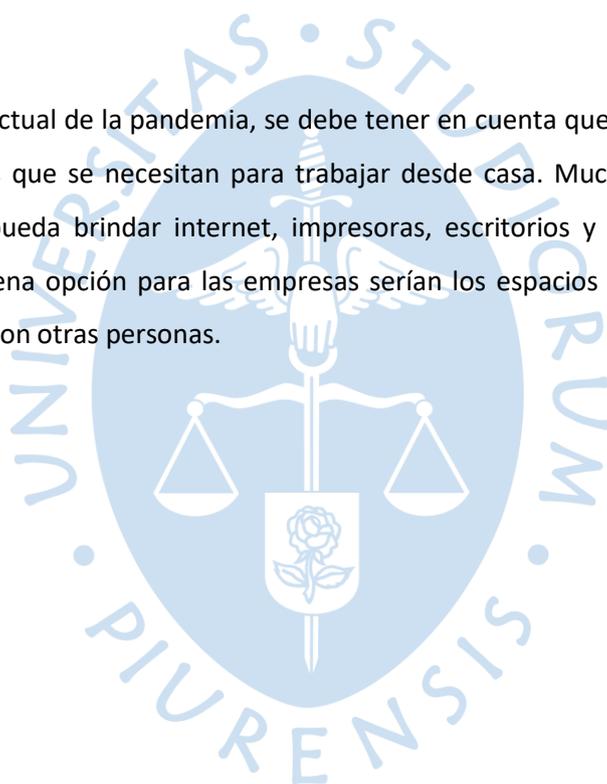


Recomendaciones

En líneas generales, se recomienda a las empresas tener en cuenta la opción de las oficinas coworking para mejorar aspectos en relación al clima laboral y satisfacción de los empleados de sus empresas.

Según la encuesta que se realizó en el trabajo, la mayoría de encuestados respondió que sí esperan tener una línea de carrera en las empresas donde laboran y que los beneficios que más se buscan son tener flexibilidad de horarios, reconocimientos de logros, comunicación abierta y crecimiento profesional.

En el contexto actual de la pandemia, se debe tener en cuenta que no todos los trabajadores tienen las herramientas que se necesitan para trabajar desde casa. Muchos optan por alquilar un espacio donde se les pueda brindar internet, impresoras, escritorios y sillas para poder trabajar cómodamente. Una buena opción para las empresas serían los espacios coworking donde permite compartir estos gastos con otras personas.





Referencias

- Amir, M. (2020). *How coworking spaces impacts innovation: a literature review*. Jakarta, Indonesia.
- Antoniades, H., Halvitigala, D., & Eves, C. (2018). *CoWorking Space v. The Traditional Office Space: Challenges and Opportunities in Sydney*.
- Bednarska-Wnuk, I. (2020). *Boundaryless Career: Research Perspectives*.
- Begazo, J. D. (2015). Los millennials peruanos: características y proyecciones de vida. *Revista de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas UNMSM*.
- Bencsik, A., Horváth - Csikós, G., & Juhász, T. (2016). *Y and Z generations at Workplaces*.
- Berelson, K., Tryfonas, T., Simini, F., & Cooper, P. (2018). *Sensor - based smart hot - desking for improvement of office well - being*.
- Bouncken, R., & Mahmood Aslam, M. (2019). *Understanding knowledge exchange processes among diverse users of coworking-spaces*. Bayreuth: Universitat Bayreuth.
- Bouncken, R., & Reuschl, A. (2016). *Coworking-spaces: how a phenomenon of the sharing economy builds a novel trend for the workplace and for entrepreneurship*. Berlin: Crossmark.
- Bouncken, R., Clau, T., & Reuschl, A. (2016). Coworking spaces in Asia: a business model design perspective. *SMS Special Conference Hong Kong 2016*. Hong Kong.
- Boutiller, S., Capdevila, I., Dupont, L., & Morel, L. (2020). *Collaborative Spaces Promoting Creativity and Innovation*. *Journal of Innovation Economics and Management*.
- Bravo, J., Seibert, S., Kraimer, M., Wayne, S., & Liden, R. (2015). Measuring Career Orientation in the Era of the Boundaryless Career. *Journal of Career Assessment*.
- Brown, J. (2016). *Curating the "Third Place"? Coworking and the mediation of creativity*. Southhampton: Elsevier.
- Bueno, S., Rodríguez - Baltanás, G., & Gallego, M. (2018). *Coworking spaces: a new way of achieving productivity*.
- Caballero, K. (2002). El concepto de satisfacción en el trabajo y su proyección en la enseñanza. *Revista de currículum y formación de Profesorado*, 1-10.
- Cheah, S., & Ho, Y.-P. (2019). *Coworking and Sustainable Business Model Innovation in Young Firms*.
- Chen, C.-J., & Huang, J.-W. (2007). How organizational climate and structure affect knowledge management - The social interaction perspective. *International Journal of Information Management*.
- Colmenares D., O. A. (2007). *Medición de la productividad empresarial*.

- Cóndor, J. (11 de agosto de 2019). El 82% de millennials que trabajan en empresas desean abrir su negocio. *Gestión*.
- Datum Internacional. (2019). *¿En qué se diferencian los millennials en el Perú?*
- Doulamis, T. (2013). *Coworking*. Virginia: Virginia Commonwealth University.
- Fulton, C. (2005). *Hotdesking*. Dublin: IFIP.
- Gandini, A. (2015). The rise of coworking spaces: a literature review. *Ephemera Journal*.
- Gandini, A. (2016). *Coworking: The Freelance Mode of Organisation?*
- Gerdenitsch, C., Scheel, T., Andorfer, J., & Korunka, C. (2016). Coworking Spaces: A Source of Social Support for Independent Professionals. *Frontiers in Psychology*.
- Hernández, E. (2009). *La generación Y o generación milenaria: el nuevo paradigma laboral*.
- IPSOS: Investigación de Mercado. (2019). *New consumer, new research, new business!*
- Keren Berelson, F. S. (2018). *Sensor - based smart hot desking for improvement of office well-being*.
- Khan, I. (2012). Impact of Customers Satisfaction and Customers Retention on Customer Loyalty. *International Journal of Scientific & Technology Research*.
- Lebas, M. (1995). *Performance measurement and performance management*. Cedex, Francia: International Journal of Production Economics.
- Leclercq - Vandelannoitte, A., & Isaac, H. (2016). *The new office: how coworking changes the work concept*.
- Locke, E. (1969). *What is job satisfaction?*
- Lopez, A. (2013). *Coworking: Is It Just A Fad Or The Future Of Business?* New Orleans: Forbes.
- Marchegiani, L., & Arcese, G. (2018). *Collaborative Spaces and Coworking as Hybrid Workspaces: Friends or Foes of Learning and Innovation?* Palgrave Macmillan, Cham.
- Moriset, B. (2013). *Building new places of the creative economy. The rise of coworking spaces*.
- Nowak, J. (2020). *Office Space Development and Respective Effects on Productivity and Work-Life Balance*. Vienna.
- Orel, M. (2019). *Supporting work-life balance with the use of coworking spaces*. Praga.
- Orel, M., & Alonso - Almeida, M. (2019). *The Ambience of Collaboration in Coworking Environments*.
- Oviedo, H., & Campos - Arias, A. (2005). *Aproximación al uso del coeficiente alfa de Cronbach*. Bogotá: Revista Colombiana de Psiquiatría.
- Özbozkurt, D. Ö. (2020). *A new business model: coworking offices*.

- Parrino, L. (2013). *Coworking: assessing the role of proximity in knowledge exchange*. Milan: Operational Research Society.
- Pucutay, T. (2017). *El aporte de los espacios coworking a la capacidad innovadora de las personas. Estudio de caso múltiple en Lima, Perú*.
- Ramírez, L. M. (agosto de 2019). *Aproximación a la caracterización del perfil de los millennials*. Bogotá.
- Robelski, S., Keller, H., Harth, V., & Mache, S. (2019). *Coworking spaces: The better home office?*
- Ross, P., & Ressia, S. (2015). *Neither office nor home: coworking as a emerging workplace choice*.
- Rus, A., & Orel, M. (2015). *Coworking: a community of work*. Liubliana: Clanki.
- Sampieri, R. H. (2014). *Metodología de la Investigación*. McGraw - Hill / Interamericana Editores, S.A.
- Sánchez, E. (2018). *Conozca en qué consiste y cómo avanza el coworking en el Perú*.
- Sander, L. (11 de 04 de 2017). The research on hot - desking and activity - based work isn't so positive. . *The conversation*.
- Seo, J., Lysiankova, L., Ock, Y.-S., & Chun, D. (2017). *Priorities of Coworking Space Operation Based on Comparison of the Hosts and Users' Perspectives*. Vilnius: MDPI.
- Stone, K. (2005). *Rethinking Labor Law: Employment Protection for Boundaryless Workers*.
- Tangen, S. (2005). *Demystifying productivity and performance*.
- Zablah, A., Carlson, B., Donovan, T., & Maxham, J. (2016). A Cross - Lagged Test of the Association Between Customer Satisfaction and Employee Job Satisfaction in a Relational Context. *Journal of Applied Psychology*.



Anexos

Anexo 1:

Encuesta cuantitativa

Estudio del impacto en la productividad a través del uso de espacios coworking

Título: El impacto en la productividad a través del uso de espacios coworking

Estimado(a) encuestado(a), somos Andrea Takashima y Taly Figueroa, alumnas de la Universidad de Piura de la carrera de Administración de Empresas. Se está realizando una investigación acerca del impacto de la productividad a través del trabajo en espacios compartidos, o coworkings.

La finalidad de esta encuesta es medir la relación entre los dos temas mencionados, productividad y espacios compartidos.

La información brindada será tratada de manera confidencial y anónima, muchas gracias por su tiempo.

Definiciones:

Espacios coworking: “Organización laboral que promueve las oportunidades de colaboración y fomenta el sentido de comunidad dentro de un espacio compartido, juntando trabajadores de diferentes empresas y sectores con diversos perfiles y objetivos tanto personales como profesionales”. (Leclercq - Vandelannoitte & Isaac, 2016)

Teletrabajo: “Trabajadores que laboran en espacios lejanos a las oficinas centrales, que no tienen contacto personal con otros empleados, pero sí tienen comunicación en línea”. (Bueno, Rodríguez - Baltanás, & Gallego, 2018)

1. ¿Cuál es su género?

- Mujer
- Hombre
- Prefiero no decirlo

2. ¿Cuál es su edad?

- Más de 47 años
- 38-47 años
- 23-37 años
- 18-23 años

3. ¿A qué sector pertenece la empresa en la que labora?

- Industrial
- Servicios
- Medicina
- Comercio
- Turismo
- Construcción
- Transporte
- Otro: _____

4. ¿En qué área desempeña sus labores?

- Administración
- Marketing
- Contabilidad
- Comercial
- Finanzas
- Otro: _____

5. ¿Cree que tiene un balance entre su vida personal y laboral?

- Sí
- No

6. ¿Cuántos años lleva en su actual trabajo? _____

7. ¿Ha tenido o cree poder tener línea de carrera en su actual trabajo?

- Sí
- No

8. ¿Qué beneficios laborales prefiere? (Se pueden marcar varias opciones)

- Flexibilidad de horarios
- Home Office (1 día a la semana)
- Reconocimiento de logros
- Comunicación abierta
- Crecimiento profesional (capacitaciones, línea de carrera, etc.)
- Otro: _____

Análisis sobre conocimiento acerca de los espacios coworking:

9. Anteriormente, ¿ha escuchado sobre las oficinas coworking?

- Sí
- No

10. Si su respuesta a la pregunta anterior fue sí, ¿qué tipo de comentarios ha escuchado?

- Positivos
- Negativos
- Comentario adicional: _____
- Anteriormente no he escuchado sobre las oficinas coworking

11. ¿En qué tipo de oficina labora actualmente?

- Oficina tradicional
- Oficina coworking
- Teletrabajo
- Otro: _____

12. ¿En cuál prefiere trabajar?

- Coworking
- Oficina tradicional
- Teletrabajo

13. ¿Le gustaría trabajar en un espacio coworking que le permita ahorrar costos, reducir gastos y compartir recursos?

- Sí
- No

14. ¿Cuáles son los siguientes gastos que le gustaría compartir con los demás usuarios del espacio coworking?

- Seguridad
- Recepción
- Mantenimiento
- No me gustaría compartir gastos con otros
- Otro: _____

15. Si trabaja en una oficina coworking, ¿ha tenido interacción con personas de otra empresa diferente a la suya?

- Sí
- No
- No trabajo en oficina coworking

16. Si trabaja en una oficina coworking, ¿alguna persona de distinta empresa o sector le ha sugerido alguna idea nueva o consejo para su negocio?

- Sí
- No
- No trabajo en oficina coworking

17. Si trabaja en una oficina coworking, ¿ha participado de alguna actividad que integre a las empresas que trabajen en el mismo espacio que usted?

- Sí
- No
- No trabajo en oficina coworking

De acuerdo a su experiencia trabajando en un espacio coworking, siendo 1 el puntaje más bajo y 5 el más alto (marque 0 si no ha trabajado en un espacio coworking):

18. ¿Considera que trabajar en un espacio coworking le da más independencia?

1	2	3	4	5

19 ¿Considera que trabajar en un espacio coworking mejora la productividad en la empresa?

1	2	3	4	5

En las siguientes preguntas se analizarán diversos factores, los puntajes son del 1 al 7. Siendo 1 el puntaje más bajo y 7 el puntaje más alto.

20. ¿Cómo podría calificar la estabilidad laboral de los empleados de la empresa?

1	2	3	4	5	6	7

21. ¿En qué nivel cree que ha mejorado la innovación de la empresa?

1	2	3	4	5	6	7

Análisis sobre la productividad:

22. ¿Cómo podría calificar la productividad de la empresa?

1	2	3	4	5	6	7

23. ¿Cómo podría calificar la satisfacción de los empleados de la empresa?

1	2	3	4	5	6	7

24. ¿Cómo podría calificar el ambiente laboral de la empresa?

1	2	3	4	5	6	7

25. ¿Cómo podría calificar la satisfacción de los clientes de la empresa?

1	2	3	4	5	6	7





Anexo 2:

Validación de la herramienta realizada por Martha Tello, supervisora del área de Marketing de la empresa Honda del Perú S.A

En las siguientes preguntas se analizarán diversos factores, los puntajes son del 1 al 7. Siendo 1 el más bajo y 7 el más alto.

13. ¿Cómo podría calificar la productividad de la empresa?

1	2	3	4	5	6	7

14. ¿Cómo podría calificar la satisfacción de los empleados de la empresa?

1	2	3	4	5	6	7

15. ¿Cómo podría calificar el ambiente laboral de la empresa?

1	2	3	4	5	6	7

16. ¿Cómo podría calificar la estabilidad laboral de los empleados de la empresa?

1	2	3	4	5	6	7

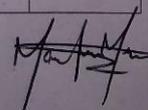
17. ¿En qué nivel cree que ha mejorado la innovación de la empresa?

1	2	3	4	5	6	7

18. ¿Cómo podría calificar la satisfacción de los clientes de la empresa?

1	2	3	4	5	6	7

Martha Tello
 supervisora de
 MKT
 Honda del Perú





Anexo 3:

Validación de la herramienta realizada por Diego Sakoda, Profesor del curso de Marketing Estratégico de la Universidad de Piura.

En las siguientes preguntas se analizarán diversos factores, los puntajes son del 1 al 7. Siendo 1 el más bajo y 7 el más alto.

13. ¿Cómo podría calificar la productividad de la empresa?

1	2	3	4	5	6	7

14. ¿Cómo podría calificar la satisfacción de los empleados de la empresa?

1	2	3	4	5	6	7

15. ¿Cómo podría calificar el ambiente laboral de la empresa?

1	2	3	4	5	6	7

16. ¿Cómo podría calificar la estabilidad laboral de los empleados de la empresa?

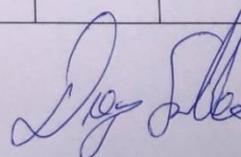
1	2	3	4	5	6	7

17. ¿En qué nivel cree que ha mejorado la innovación de la empresa?

1	2	3	4	5	6	7

18. ¿Cómo podría calificar la satisfacción de los clientes de la empresa?

1	2	3	4	5	6	7



DIEGO SAKODA-PROFESOR MARKETING ESTRATÉGICO



Anexo 4:

Matriz de operacionalidad

Variable	Definición Conceptual	Definición operacional	Indicadores	Escala de Medición
V1: Productividad	Para una empresa, es un arma para alcanzar ventajas de costos y calidad frente a la competencia. Cuánto y la manera de producir con los recursos obtenidos, aumenta si se incrementa el volumen o la calidad producida usando los mismos recursos (Tangen, 2005)	Nivel de satisfacción laboral: estado emocional placentero al alcanzar los valores laborales de una persona, es la medida de la relación entre el trabajo y la persona (Locke, 1969)	Rotación del personal	Nominal SÍ/NO
		Nivel de eficiencia de producción: obtener el mismo resultado utilizando menos recursos, afecta el ratio de productividad (Tangen, 2005)	Cantidad o calidad de producción	
		Nivel de satisfacción del mercado: evaluación de una empresa basada en las experiencias personales a través del tiempo (Zablah, 2016)	Encuestas cuantitativas	
V2: Espacios coworking	Ambientes compartidos usados por una variedad de profesionales, la mayoría freelancers. Concebido como alquiler de escritorios y conexión wi-fi (Gandini, 2015)	Nivel de interacción social: creación de una comunidad por la relación con profesionales de distintos sectores (Gandini, 2015)	Red de contactos laborales	Nominal SÍ/NO
		Nivel de estabilidad laboral: duración de un trabajador en una empresa, como trabajador dependiente (Villanueva, 2015)	Cantidad de trabajadores independientes	
		Nivel de innovación: creación o modificación de un producto, y su introducción al mercado (RAE)	Creación de nuevos productos/ideas	