

Convocatoria para la presentación de artículos

MANAGEMENT INTERNATIONAL

¿Son los espacios de coworking una nueva forma de iniciativa empresarial colectiva o socializada?

Fecha límite de entrega: 1 de junio de 2020

Co-Editores

Diane-Gabrielle Tremblay (Université TELUQ, Canada)

Anne-Laure Le Nadant (Université Rennes 2, France)

Arnaud Scaillerez (Université de Moncton, Canada)

En la era digital actual, las formas de organización del trabajo han evolucionado, y al mismo tiempo han surgido otras nuevas, lo que ha dado lugar a lo que algunos denominan el "capitalismo de ensambladores" que se agrega y desagrega de forma permanente (De Vaujany, 2016). El movimiento del coworking, que se inscribe dentro de esta evolución, surgió a mediados de los años 2000 en San Francisco, en el entorno californiano de la Web 2.0 y del software libre. En las Américas (Norte y Sur), Europa y Asia, el coworking, que se desarrolló a partir del año 2010, también está provocando cambios importantes en la organización del trabajo. Se trata de un tipo de organización del trabajo que implica no solo compartir un espacio de trabajo, sino también la creación de una red de trabajadores dentro de un mismo lugar, lo que fomenta el intercambio en dicho espacio de trabajo. Los espacios de coworking son lugares de socialización para personas que aprovechan los efectos de las redes que surgen en dichos espacios. De este modo, pueden nacer auténticas comunidades gracias a la creación de relaciones de confianza, de ayuda mutua y de valores compartidos entre los encargados de proyectos o coworkers (Fabbri, 2015, 2016; Garrett et al., 2017).

De manera más general, el fenómeno del coworking se integra en el contexto más amplio del desarrollo de "terceros lugares" (Oldenburg, 1999), es decir, lugares a medio camino entre el lugar de residencia y el lugar de trabajo. Estos espacios de trabajo no eran, en un primer momento, espacios dedicados al trabajo, son lugares que se desviaron en parte de su función inicial, como cafeterías o bibliotecas. Sin embargo, gradualmente, han surgido espacios dedicados, primero en las ciudades y luego fuera de los centros urbanos, creados por individuos, o por grandes empresas, administraciones públicas o responsables políticos. Se trata de espacios híbridos que ofrecen mejores condiciones de trabajo que las que se pueden encontrar en un taller o una oficina. Para los

empresarios y los trabajadores autónomos que se instalan en ellos, el objetivo suele ser llevar a cabo su proyecto de forma independiente, lejos de cualquier tipo de relación jerárquica por encima de ellos. De este modo, para algunos, es una forma de huir del empleo por cuenta ajena, cuya organización produce cada vez más estrés y tensiones, para otros, es la oportunidad de crear su propio puesto de trabajo.

En bastantes países industrializados, e incluso emergentes, el coworking se ha convertido, en los últimos veinte años, en un nuevo modo de organizar el trabajo partiendo de un espacio de trabajo compartido, creado con el objetivo de favorecer los intercambios y la emulación creativa entre los coworkers, para alimentar la innovación (Brown, 2017). Así pues, este fenómeno se considera como una verdadera revolución de la organización del trabajo, comparable a la del taylorismo y el fordismo de principios del siglo XX, que podría poner en entredicho el carácter dirigista y autoritario de estas, pero desde una perspectiva muy diferente.

Desde principios de los ochenta, las iniciativas empresariales y el trabajo autónomo se han visto como un medio alternativo para crear los puestos de trabajo que las grandes empresas ya no pueden ofrecer como hicieron durante los años de fuerte crecimiento de la posguerra. Las iniciativas empresariales también se ven como un medio para impulsar la innovación y la creación de empleo. El modelo de innovación planificado por los departamentos de I + D de las grandes empresas (Galbraith, 1968; Schumpeter, 1942) parece estar en tela de juicio en algunos sectores, especialmente en las tecnologías de la información, el sector multimedia u otros, con empresas como Microsoft, Apple o Google. Sin embargo, aunque el empresario schumpeteriano (Schumpeter, 1911) se convierta de este modo en el nuevo modelo que habría que imitar y desarrollar, esto no es algo que pueda imponerse (Casson, 1990). Además, el modelo de innovación de las empresas ha evolucionado hacia una innovación abierta (Chesbrough, 2003, 2006), ya que estas intentan aprovechar los recursos externos a su organización integrando conocimientos y recursos de las redes y las innovaciones creadas por pequeñas empresas.

Dentro de este contexto, las medidas y las estructuras de acompañamiento para la creación de empresas se han multiplicado en muchos países. En particular, se han creado incubadoras de nuevos proyectos (colmenas, polos de competitividad, clusters, etc.) para supervisar y apoyar la creación de empresas. El candidato para la creación de una empresa se convierte así en una pieza de un juego complejo en el que participan una serie de partes interesadas (consejeros, financiadores, asesores, etc.). Las iniciativas empresariales son más que nunca un fenómeno colectivo (Johannisson, 2002), e incluso socializado (Boutillier, Uzunidis, 2016). El promotor del proyecto ya no actúa aislado, sino dentro de una dinámica colectiva (Verstraete, Fayolle, 2005). Trabaja dentro de una red (Aldrich, Zimmer, 1986; Chabaud, Ngijol, 2010) o incluso en equipos (Shepherd, Krueger, 2002), lo que le permite recabar la información y los recursos necesarios para la realización de su proyecto. Dentro de los espacios de coworking, la dimensión colectiva de las iniciativas empresariales es especialmente fuerte porque, para los empresarios que trabajan en estos espacios, las dinámicas de interacción (Trupia, 2016) con las diferentes partes interesadas se ven

facilitadas por la proximidad geográfica, ya se trate de interacciones con otros empresarios presentes en el espacio de coworking que, formal o informalmente, intercambien ideas, información o conocimiento (Krauss, Tremblay, 2019, Parrino, 2013), o de interacciones con estructuras específicas dentro del espacio de coworking, en el marco de sesiones de formación o concursos para ver cuál es la empresa más innovadora. Las redes sociales y las diferentes partes interesadas son las que impulsan el dinamismo de las iniciativas empresariales dentro del espacio de coworking. De este modo, cabe resaltar la importancia de estas relaciones, pero también de los vínculos entre los enlaces (Cohendet et al., 2003). La construcción de estas redes es un medio para reducir la incertidumbre en un entorno económico en constante cambio y muy competitivo.

Los espacios de coworking apoyan directa o indirectamente el desarrollo de los proyectos de los empresarios y de los trabajadores autónomos que acogen y fomentan dinámicas de colaboración (Fabbri y Charue-Duboc, 2013) basadas en relaciones de confianza y/o cooperación. El intercambio de ideas y el trabajo colaborativo que da pie a todo tipo de innovaciones siguen las reglas de la organización socializada, donde el tema de la propiedad privada se plantea con mayor agudeza cuando se trata, por ejemplo, de registrar una patente, cuando hay que evaluar la participación de las diferentes partes interesadas. Sin embargo, hablar del coworking en singular no refleja la realidad del fenómeno. De hecho, los creadores de los espacios de coworking pueden ser empresarios que han identificado una oportunidad de mercado, responsables de las colectividades territoriales que ven en ellas un medio para crear empleo en su región, o grandes empresas que favorecen una forma de trabajo por cuenta ajena nómada. Las situaciones varían según los países e incluso según las regiones (en particular, en el entorno urbano frente al entorno rural) en lo que respecta a los creadores y las personas que trabajan en ellos, a veces son sobre todo trabajadores por cuenta propia, solos o que están creando una empresa (micropyme o pyme). Según el caso, los tipos de gobernanza serán diferentes, más o menos sencillos, más o menos mercantiles ... Además, también varían los métodos de acceso a estos espacios. Algunos tienen instaurada una selección inicial, otros no. Es en este sentido, los espacios de coworking son muy diferentes según los países o las regiones donde se encuentran, y también dentro de los países o las regiones.

El objetivo de este número temático es reunir artículos que permitan profundizar las consideraciones arriba presentadas y, en general, enriquecer nuestra comprensión sobre las iniciativas empresariales y el trabajo en los espacios de coworking. Aceptamos todo tipo de enfoques teóricos y de estudios de casos. Nos interesan en particular los estudios que reflejan la diversidad del fenómeno y las comparaciones internacionales. Aquí proponemos algunos temas que podrían tratarse:

- ✓ Análisis de los espacios de coworking, en diferentes regiones y/o países, para evidenciar la complejidad del proceso de los proyectos o las iniciativas empresariales colectivas-socializadas y comparar las situaciones según los países y/o las regiones del mundo,
- ✓ Métodos de gobernanza y de gestión de los espacios de coworking: espacios *bottom-up* o *top-down*, participación de los coworkers, etc. ¿cuáles son las consecuencias?

- ✓ Innovación, iniciativas empresariales colectivas-socializadas y propiedad intelectual,
- ✓ Perfiles, trayectorias profesionales y motivaciones de los empresarios o trabajadores autónomos dentro de los espacios de coworking (miembros/usuarios pero también fundadores que a veces son empresarios en serie),
- ✓ Formas de aprendizaje colectivo, relaciones cooperativas y ayuda mutua en el seno de los espacios de coworking,
- ✓ Problemas geográficos (ubicación de las actividades, movilidad de las personas) de las proyectos empresariales colectivas en los espacios de coworking,
- ✓ La digitalización como factor de apoyo para estas formas de proyectos empresariales colectivas,
- ✓ El espacio de coworking como medio de acompañamiento para las iniciativas empresariales.

Por favor enviar proposiciones para el 1 de Junio 2020 a los coordinadores, por email: diane-gabrielle.tremblay@teluq.ca ; anne-laure.lenadant@univ-rennes2.fr et arnaud.scaillerez@umoncton.ca

Ver la política de edición de *International Management-Management International-Gestion Internacionale* : <http://www.managementinternational.ca/es/seccion-de-los-autores/politica-de-edicion/>

References

- Aldrich, H., Zimmer, C., 1986. Entrepreneurship through social networks. In Sexton D & Smilor R (eds) *The Art and Science of Entrepreneurship*, 3-23. Cambridge, Mass: Ballinger.
- Boutillier S., Uzunidis D., 2016, *The Entrepreneur. The Economic Function of Free Enterprise*, ISTE Ltd, London and John Wiley & Sons, New York.
- Brown J., 2017, Curating the « third place » ? Coworking and the mediation of creativity, *Geoforum*, 82, 112-126.
- Casson M., 1990, *L'entrepreneur*, Economica.
- Chabaud D., Ngijol J., 2010, Quels réseaux sociaux dans la formation de l'opportunité d'affaires ? *Revue française de gestion*, 206, 129-147.
- Chesbrough H., 2003, *Open innovation: The new Imperative for creating and Profiting from technology*, Harvard Business School Press.
- Chesbrough H., 2006, *Open innovation Models*, Harvard Business School Press.
- Cohendet P., Créplet F., Dupouët O., 2003, Innovation organisationnelle, communautés de pratique et communautés épistémiques : le cas de Linux, *Revue française de gestion*, 146 (5), 99-121.
- De Vaujany F.-X., 2016, Les communautés collaboratives dans la cité : de politiques pour à des politiques par les tiers-lieux ? Rapport de recherche Research Group on Collaborative Spaces (RGCS), HAL <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01616871/document>

- Fabbri, J., 2015, *Les espaces de coworking pour entrepreneurs. Nouveaux espaces de travail et dynamiques interorganisationnelles collaboratives*. Thèse en Ecole polytechnique, Palaiseau, 454p.
- Fabbri J., 2016, Les espaces de coworking : ni tiers-lieux, ni incubateurs, ni fab-Lab, *Entreprendre et Innover*, 31 (4), 8-16.
- Fabbri, J., Charue-Duboc, F., 2013, Un modèle d'accompagnement entrepreneurial fondé sur des apprentissages au sein d'un collectif d'entrepreneurs : le cas de La Ruche, *Management International*, 17(3), 86-99.
- Fabbri, J., Charue-Duboc, F., 2016, Les espaces de coworking : nouveaux intermédiaires d'innovation ouverte ? *Revue française de gestion*, 254, 163-180.
- Johannisson B. (2002), Entrepreneurship as a collective phenomenon, Scandinavian Institute for Research in Entrepreneurship (SIRE), Växjö University, Sweden.
- Galbraith J. K., 1968, *Le nouvel état industriel*, Gallimard.
- Garrett L., Spreitzer G., Bacevice P., 2017, *Co-constructing a sense of community at work: the emergence of community in coworking spaces*, *Organization Studies*, 38 (6), 821-842.
- Krauss, G. et D.-G. Tremblay, dirs. (2019). *Tiers-lieux – travailler et entreprendre sur les territoires : Espaces de coworking, fablabs, hacklabs*. Rennes-Québec : Presses universitaires de Rennes et Presses universitaires du Québec.
- Oldenburg R., 1999, *The great Good place: cafes, coffee shops, bookstores, bars, hair salon, and other hangouts at the heart of a community*, Marlowe & Company.
- Parrino L., 2013, Coworking: Assessing the Role of Proximity in Knowledge Exchange, *Knowledge Management Research & Practice*, August, 1-11.
- Shepherd D. A., Krueger N. F., 2002, An Intention-Based Model of Entrepreneurial Teams' Social cognition, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 27(2), 167-185.
- Schumpeter J. A., 1935, *Théorie de l'évolution économique*, Dalloz.
- Schumpeter J. A., 1942, *Capitalisme, Socialisme et démocratie*, Fayard, édition consultée 1979.
- Trupia D.V., 2016, Produire un espace hybride de coopération. Une enquête ethnographique sur La Cantine, *Réseaux*, 196 (2), 111-145.
- Verstraete T., Fayolle A., 2005, Paradigmes et entrepreneuriat, *Revue de l'entrepreneuriat*, 5, 33-52.