



## Medición del capital social en los principales espacios de Coworking de la Región de Valparaíso - Chile

### Measurement of social capital in the main areas coworking of the Region of Valparaíso – Chile

Luis Zamora Caris<sup>1</sup>

Nelson Lay Raby<sup>2</sup>

Daniela Guarda Martínez<sup>3</sup>

#### Resumen

El documento presenta un método de investigación que permite medir el Capital Social que se genera en los espacios de Coworking producto de la interacción entre personas que piensan y trabajan de manera similar. El instrumento servirá para la gestión y toma de decisiones de instituciones que apoyan el emprendimiento y los espacios de trabajo colaborativo. Este instrumento cuenta con una base de cinco ítems o variables, las que están compuestas por: Información y Comunicación, Confianza, Trabajo Cooperativo, Valores – Actitudes – Conductas Personales, y Reciprocidad, las cuales permiten establecer si se genera capital social en el espacio de Coworking en estudio y qué variables predominan sobre otras.

#### Palabras Clave:

*Coworking, Trabajo Colaborativo, Capital Social, Confianza, Comunicación.*

#### Abstract

*The paper presents a research method to measure the social capital generated in spaces Coworking product of the interaction between people who think and work similarly. The facility shall be used for management and decision-making institutions supporting entrepreneurship and collaborative workspaces. This instrument has a base of five items or variables, which are composed of Information and Communication, Confidence, Cooperative Work, Values - Attitudes - Personal behaviors, and Reciprocity, which allow to establish whether capital is generated in the space coworking in which predominates study and on other variables.*

**Keywords:** *Coworking, Collaborative Work, Social Capital, Trust, Communication.*

---

<sup>1</sup>MBA IEDE Business School, Director Académico de Postgrado Facultad de Economía y Negocios Universidad Andrés Bello, Viña del Mar, Chile, [luis.zamora@unab.clorcid.org/0000-0001-9534-804X](mailto:luis.zamora@unab.clorcid.org/0000-0001-9534-804X)

<sup>2</sup>Doctor en Sociología, Universidad Alberto Hurtado, Académico Escuela de Psicología Facultad de Ciencias Sociales Universidad Andrés Bello, Viña del Mar, Chile, [nelson.lay@unab.clorcid.org/0000-0003-3970-1157](mailto:nelson.lay@unab.clorcid.org/0000-0003-3970-1157)

<sup>3</sup>Máster en Gestión Educacional IEDE Business School, Directora de Carrera Ingeniería en Turismo y Hotelería Facultad de Economía y Negocios Universidad Andrés Bello, Viña del Mar, Chile, [daniela.guarda@unab.clorcid.org/0000-0002-3999-5506](mailto:daniela.guarda@unab.clorcid.org/0000-0002-3999-5506)



# 1. Introducción

El emprendimiento es uno de los factores que contribuye al desarrollo económico de los países. Los emprendedores juegan un rol fundamental dentro del motor de una economía, ya que estos por medio de sus empresas generan mayor dinamismo, innovación y creación de puestos de trabajo.



Diversos estudios de organismos internacionales como el Banco Mundial o el Fondo Monetario Internacional, así como informes de gobiernos y universidades, han demostrado que existe una relación directa entre el emprendimiento y el crecimiento económico del país. El último estudio del Instituto de Desarrollo y Emprendimiento Global, emitido a finales de 2014, sitúa a Chile en el puesto número 15 de los mejores países para emprender. Posición que coloca a nuestro país a la cabeza en Latinoamérica. Esta misma investigación detalla que los chilenos entre 18 y 64 años, que poseen un negocio de al menos tres años, representan el 23.4% de la población económicamente activa.

Una sociedad que fomente a las personas para que desarrollen nuevos negocios da cuenta de un país que posee conciencia sobre la importancia del emprendimiento para el bienestar económico y social de sus habitantes. Tanto así que Inti Núñez, Gerente de Emprendimiento CORFO, asegura que durante el 2015 aumentará en un 40% el apoyo y financiamiento a emprendedores. Por otro lado, tenemos que más del 90% de los emprendedores y profesionales independientes desarrollan sus actividades desde sus domicilios o en lugares públicos de uso común.

Por esta razón, allá por el año 2005, comienzan a crecer fuertemente espacios de trabajo colaborativo denominados coworking. Son espacios diseñados para que el trabajo de las personas dentro de ellos fluya aun cuando no todas forman parte de una misma compañía u organización, enfatizando en el capital social que se pudiese generar entre personas que piensan y trabajan de manera similar.

Pero el coworking no solo es compartir gastos y romper con el aislamiento, también se trata de pertenecer a una comunidad de individuos que están abiertos a intercambiar ideas, proyectos, conocimiento, comunicarse, generar confianza crear redes y trabajar colaborativamente, generándose así Capital Social.



Los espacios de coworking están brotando por todo el planeta, es un movimiento global que está cambiando el modo de trabajar y la forma de interactuar en los espacios de trabajo. En Chile los coworking irrumpieron en el año 2011 y desde entonces su crecimiento ha sido exponencial. Hoy existen más de 30 espacios a nivel nacional y el gobierno no ha querido estar ajeno a este impacto, lanzando en mayo del 2015 y, a través de CORFO, un nuevo programa para generar coworking y hub globales en todo Chile. Se trata de un programa que apoyará la operación de espacios colaborativos de trabajo para el emprendimiento en distintas regiones del país.

Los países que buscan ser líderes en innovación y emprendimiento, como es el caso de Chile, deben generar este tipo de espacios ya que fomentan el trabajo colaborativo y la sinergia, la generación de redes, la incorporación activa de talento, la creación y mejoramiento de metodologías para el emprendimiento dinámico, y financiamiento especializado y complejo para las iniciativas.

De lo anterior surge el objetivo principal de la presente investigación, la cual plantea analizar el capital social que se genera en los espacios de coworking de la Región de Valparaíso en Chile, en base a sus variables de confianza, redes sociales y comunicación.

---

## 2. Material y métodos

En la presente investigación se aplicó una metodología de tipo mixta. La metodología mixta representa un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (metainferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio (Baptista, Hernández & Fernandez, 2008).

Chen (2006, citado por Sampieri en 2010) define los métodos mixtos como la integración sistemática de los métodos cuantitativo y cualitativo en un solo estudio con el fin de obtener una “fotografía” más completa del fenómeno, y señala que estos pueden ser armonizados de tal manera que las aproximaciones cuantitativa y cualitativa conserven sus estructuras y procedimientos originales (“forma pura de los métodos mixtos”); o bien, que dichos métodos pueden ser adaptados, alterados o sintetizados para efectuar la investigación y lidiar con los costos del estudio (“forma modificada de los métodos mixtos”).

En resumen, los métodos mixtos utilizan evidencia de datos numéricos, verbales, textuales, visuales, simbólicos y de otras clases para entender problemas en las ciencias (Creswell, 2013a) y (Lieber & Weisner, 2010).

Johnson et al. (2006) en un “sentido amplio” visualizan la investigación mixta como un continuo en donde se mezclan los enfoques cuantitativo y cualitativo, centrándose más en uno de ellos o dándoles el mismo “peso”, donde cabe señalar que cuando se hable del método cuantitativo se abreviará como CUAN y cuando se trate del método cualitativo como CUAL. Asimismo, las mayúsculas-minúsculas indican prioridad o énfasis.



Al realizar una investigación mixta, no se reemplaza a la investigación cuantitativa ni a la investigación cualitativa, sino que se utilizan las fortalezas de ambos tipos de investigación combinándolas y tratando de minimizar sus debilidades potenciales.

Dentro de la metodología mixta existen distintos diseños de investigación que se pueden llevar a cabo. Una de estas metodologías es el Diseño Exploratorio Secuencial (Dexplos), el cual tiene como características:

Diseño exploratorio secuencial (DEXPLOS): El diseño implica una fase inicial de recolección y análisis de datos cualitativos seguida de otra donde se recaban y analizan datos cuantitativos (Baptista, Hernández & Fernandez, 2008).

Dentro del Diseño Exploratorio Secuencial se encuentran dos tipos de modalidades: la Derivativa y la Comparativa. Para efectos de nuestra investigación no hemos optado por la modalidad Derivativa.



Figura 1. Fases Diseño Exploratorio Secuencial (DEXPLOS). Fuente: Hernández, Sampieri y Mendoza, 2008 y Creswell et al., 2008.

### Modalidad Derivativa

En esta modalidad la recolección y el análisis de los datos cuantitativos se hacen sobre la base de los resultados cualitativos. La mezcla mixta ocurre cuando se conecta el análisis cualitativo de los datos y la recolección de datos cuantitativos. La interpretación final es producto de la comparación e integración de resultados cualitativos y cuantitativos. En este caso es útil usar un diseño exploratorio secuencial de tres etapas:

- 1** Recabar datos cualitativos y analizarlos (obtener categorías y temas, así como segmentos específicos de contenido que los respalden e ilustren).
- 2** Utilizar los resultados para construir un instrumento cuantitativo. De forma alternativa, se buscan instrumentos que puedan ser modificados para que concuerden con los temas y frases encontradas durante la etapa cualitativa.
- 3** Administrar el instrumento a una muestra probabilística de una población para validarlo durante la etapa cualitativa.

Siendo la metodología de tipo mixto, se optó por el uso de:

1. Fase Cualitativa: Entrevista
2. Fase Cuantitativa: Encuesta

La entrevista es un instrumento de tipo cualitativo, que es posible definir como una conversación: a) provocada por el entrevistador; b) dirigida a sujetos elegidos sobre la base de un plan de investigación; c) en número considerable; d) que tiene una finalidad de tipo cognoscitivo; e) guiada por el entrevistador y f) sobre la base de un esquema flexible y no estandarizado de interrogación.

Dentro de los tres modelos de entrevista (estructurada, semiestructurada y no estructurada), se selecciona el de tipo semiestructurada. En este caso el entrevistador dispone de un «guion», que recoge los temas que se tratarán a lo largo de la entrevista. Sin embargo, el orden en el que se abordan los diversos temas y el modo de formular las preguntas se dejan a la libre decisión y valoración del entrevistador. En el ámbito de un determinado tema, se puede plantear la conversación como se desee, efectuar las preguntas que se crean oportunas y hacerlas en los términos que se estime convenientes, explicando su significado, o pedir al entrevistado aclaraciones cuando no se entienda algún punto y que profundice en algún aspecto cuando parezca necesario, estableciendo un estilo propio y personal de conversación.

Para la fase cuantitativa se presenta a continuación una gráfica del conjunto de actividades realizadas para el diseño y aplicación de la encuesta de Capital Social en los espacios de Coworking de la Región de Valparaíso. La mayor parte de las actividades apuntaron a la elaboración de la encuesta, de modo tal de introducir un conjunto de teorías que expresan la presencia de capital social en distintos ámbitos, en un instrumento que permitiera objetivamente medirlo en la realidad social estudiada.

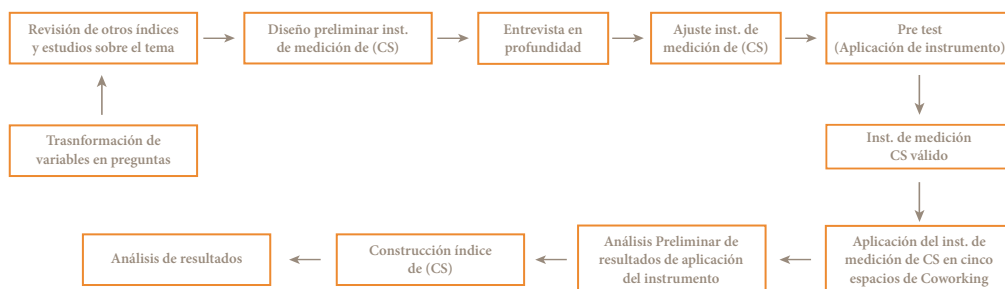


Figura 2. Modelo del estudio propuesto. Fuente: Elaboración propia.



Este esquema implicó un trabajo en tres etapas sucesivas: la primera estuvo orientada a la construcción del instrumento de medición de capital social (diseño preliminar, indagación cualitativa, ajuste pre-test o aplicación piloto del instrumento y validación definitiva). La segunda etapa se abocó a la aplicación del instrumento en cinco espacios de coworking en las ciudades Viña del Mar y Valparaíso. En la tercera etapa se realizó la construcción definitiva del índice de Capital Social (ICS) y se analizaron los resultados que éste arrojó.

## 4. Resultados

La encuesta que se utilizó para recolectar los datos en los Coworking o Unidad de Estudio (UE), se estructuró de acuerdo a las variables que fueron planteadas en el estudio (Confianza, Redes Sociales y Comunicación).

De estas variables se establecieron cinco dimensiones o ítems relacionados, los cuales son:

- 1) Información y comunicación**  
Conocer el nivel de Información y Comunicación en la UE.
- 2) Nivel de confianza**  
Se trata de analizar el nivel de confianza percibido por las personas que conforman la UE.
- 3) Trabajo cooperativo**  
Se busca evaluar la actitud hacia la cooperación, el nivel de cooperación dentro de la UE.
- 4) Valores, actitudes y conductas personales**  
Se busca evaluar la actitud hacia la cooperación, el nivel de cooperación dentro de la UE.
- 5) Reciprocidad**  
Se busca evaluar la actitud hacia la cooperación, el nivel de cooperación dentro de la UE.

A su vez, cada dimensión o ítem estaba compuesto por seis preguntas, donde por medio de una escala Likert se recogió la impresión de cada persona respecto a la pregunta planteada. Al responder a una pregunta del cuestionario elaborado con la técnica de Likert, se especifica el nivel de acuerdo o desacuerdo con una declaración. En este caso específico, el formato que se utilizó es el siguiente:



Tabla 1. Formato escala Likert utilizada	
Nivel de Acuerdo o Desacuerdo	Codificación
Muy poco	1
Poco	2
Regular	3
Bueno	4
Muy bueno	5

Fuente: *Elaboración propia*

La tabla de interpretación de resultados es:

Tabla 2. Tabla de interpretación	
Rangos	Criterios
Puntaje total entre 0.0 y 2.0	Inadecuado
Puntaje total entre 2.1 y 3.0	Deficiente
Puntaje total entre 3.1 y 4.0	Satisfactorio
Puntaje total entre 4.1 y 5.0	Adecuado

Fuente: *Elaboración propia*

### > Análisis a las UE de forma global

El valor promedio general o Índice de Capital Social (ICS) obtenido al momento de analizar los datos entregados por la encuesta es de 3.6. Este resultado sitúa al ICS en nivel Satisfactorio, respecto a las variables analizadas en el estudio.

En el estudio realizado, las dimensiones o ítems relacionados a las variables (Confianza, Redes sociales y Comunicación) se comportaron a nivel general en el total de la muestra como se expone en la siguiente tabla:



Tabla 3. Tabla de interpretación

Dimensión	Criterios
Ítem 1: Información y comunicación	3.39
Ítem 2: Nivel de confianza	3.93
Ítem 3: Trabajo cooperativo	3.39
Ítem 4: Valores, actitudes y conductas personales	3.83
Ítem 5: Reciprocidad	3.63
<b>ICS General de las UE</b>	<b>3.63</b>

Fuente: *Elaboración propia*

Entre las dimensiones de la encuesta aplicada se observa que el ítem 2, destaca con un promedio de 3.93, situándolo en un nivel de Satisfactorio. Pero a nivel general los cinco ítems de la encuesta se comportan de forma Satisfactoria.

### > Análisis de las UE en forma particular

A continuación, se presentan los resultados y análisis de las cinco UE de forma individual y por dimensión.

Tabla 4. Comportamiento Housenovo

Dimensión	Criterios
Ítem 1: Información y comunicación	3.55
Ítem 2: Nivel de confianza	4.14
Ítem 3: Trabajo cooperativo	3.99
Ítem 4: Valores, actitudes y conductas personales	3.88
Ítem 5: Reciprocidad	3.96
<b>ICS Housenovo</b>	<b>3.90</b>

Fuente: *Elaboración propia*

En esta UE, resalta el ítem 2 (Nivel de Confianza) con un 4.14, situándose en el nivel Adecuado. Con un promedio general de 3.90 en las cinco dimensiones, el ítem 1 (Información y comunicación) es el más bajo, pero se situó en un nivel Satisfactorio, estando dentro del promedio general para esta UE.





<b>Dimensión</b>	<b>Criterios</b>
Ítem 1: Información y comunicación	3.71
Ítem 2: Nivel de confianza	4.08
Ítem 3: Trabajo cooperativo	3.58
Ítem 4: Valores, actitudes y conductas personales	3.92
Ítem 5: Reciprocidad	3.46
<b>ICS Cien</b>	<b>3.75</b>

Fuente: *Elaboración propia*

Este grupo de Ítems evidencia un comportamiento satisfactorio, con un promedio de 3.75. El más bajo desempeño detectado con la encuesta fue para el ítem 5, reciprocidad con un nivel de 3.46.

<b>Dimensión</b>	<b>Criterios</b>
Ítem 1: Información y comunicación	3.87
Ítem 2: Nivel de confianza	4.21
Ítem 3: Trabajo cooperativo	3.42
Ítem 4: Valores, actitudes y conductas personales	3.55
Ítem 5: Reciprocidad	3.93
<b>ICS UrbanWork</b>	<b>3.80</b>

Fuente: *Elaboración propia*

Para esta dimensión el ítem 2 (Nivel de confianza), aparece con un nivel adecuado, con un promedio de 4.21. En términos generales el índice para esta UE es de 3.80, situándose en un nivel satisfactorio.

<b>Dimensión</b>	<b>Criterios</b>
Ítem 1: Información y comunicación	2.83
Ítem 2: Nivel de confianza	3.43
Ítem 3: Trabajo cooperativo	2.71
Ítem 4: Valores, actitudes y conductas personales	3.83
Ítem 5: Reciprocidad	3.15
<b>ICS Dinamarca 399</b>	<b>3.19</b>

Fuente: *Elaboración propia*



Esta UE en particular presenta dos dimensiones de desempeño insuficiente: información y comunicación (2.83) y trabajo cooperativo (2.71). La dimensión que destaca en esta UE es el ítem 4 (Valores, actitudes y conductas personas), situándose en un nivel satisfactorio, siendo el desempeño general de 3.19.

Tabla 8. Comportamiento Balmaceda ArteJoven	
Dimensión	Criterios
Ítem 1: Información y comunicación	3.93
Ítem 2: Nivel de confianza	4.17
Ítem 3: Trabajo cooperativo	3.53
Ítem 4: Valores, actitudes y conductas personales	3.70
Ítem 5: Reciprocidad	3.90
<b>ICS Balmaceda Arte Joven</b>	<b>3.85</b>

Fuente: *Elaboración propia*

Con un desempeño general satisfactorio y un promedio de 3.85, esta UE destaca por los altos niveles en tres de sus dimensiones, siendo la principal el ítem 2 (Nivel de Confianza) con un desempeño adecuado y un promedio de 4.17.

## 4. Discusión

Para generar una discusión del tema investigado se hace necesario profundizar en los conceptos que enmarcan la presente investigación. Dicha discusión tiene un claro punto de partida: “El Coworking”. Para analizar en profundidad el significado del término coworking, lo primero es descomponer el término haciendo especial hincapié en el prefijo “Co” que otorga un sentido de colectividad, de grupo, de reunión a la palabra que le procede, en este caso “work” del inglés, trabajar. Por lo que al término coworking se le podría traducir como “trabajar juntos” o “cotrabajar”.

En este sentido, numerosos son quienes tratan de definir coworking de una forma general basándose, sobre todo, en sus propias experiencias. El primer libro de Coworking nos da una definición, aunque hace referencia

a múltiples frases de Coworkers y propietarios de centros Coworking que describen lo que el Coworking significa para ellos (Spinuzzi, 2012).

El término “Coworking” fue inventado por Bernie de Koven en el año 1999, pero fue en el año 2009 cuando realmente fue difundido por Brad Neuberg. Neuberg creó un espacio de Coworking en San Francisco llamado el “Hat Factory”, un loft donde trabajaban tres freelance. Más tarde, el mismo Neuberg crearía el Citizen Space, que fue realmente el primer espacio de Coworking en Estados Unidos. Lo que Neuberg buscaba era “por un lado la estructura y la comunidad de un trabajo de oficina y la libertad y la independencia de un freelancer” (De Guzman, 2011).



Como hemos visto el coworking es un estilo de trabajo en cuya atmósfera surge de manera compartida un trabajo, así como una serie de actividades independientes (Foertsch, 2013). En esa misma atmósfera, se crean relaciones y lazos entre los sujetos que llevan a cabo esos trabajos, realizan tareas o comparten una oficina. De esta forma, resulta atractivo para los profesionales que trabajan en sus hogares, personas autónomas y para todas aquellas personas a las que les resulta atractivo trabajar de manera independiente, pero compartiendo valores y aprovechando las sinergias que se dan al trabajar “juntos como iguales”.

Son, en definitiva, organizaciones flexibles, con una cultura flexible a la vez que sólida y de rápida difusión, que recogen

el conocimiento individual y colectivo, explícito e implícito, y que además lo hacen a nivel global, sabiendo interactuar con el nuevo entorno donde “competir será cada vez más el resultado de la incorporación del conocimiento, de talento y de innovación en los procesos productivos de la nueva economía” (Bueno, 1998).

Dentro de las definiciones de Coworking encontramos aquella entregada por “zonacoworking”, revista virtual especializada en coworking de España que lo define de la siguiente forma:

“Profesionales de diferentes sectores, autónomos, emprendedores y empresarios que comparten el mismo espacio físico para trabajar en sus propios proyectos”.



- > Coworking, traducido literalmente, significa “Cotrabajar”. En efecto, el Coworking es una nueva manera de trabajar, colaborativa, intercambiando conocimientos, para que todos salgan ganando.
- > Un “Espacio de Coworking” es un sitio que, según el tipo de espacio, solo ofrece puestos de trabajo sin más, o puede ofrecer más: cursos gratuitos o de pago, directorio de miembros, eventos de networking, etc.
- > No existe un prototipo de espacio de Coworking, sino varios modelos de “espacios de Coworking”: algunos se centran en dar tranquilidad a sus miembros, otros al contrario ofrecen un ambiente siempre en movimiento, algunos se centran en freelance, otros en emprendedores, etc.



Como segundo término a considerar tenemos el “Trabajo Colaborativo”. Se puede definir trabajo colaborativo como el conjunto de capacidades, procedimientos y actitudes, donde los participantes van desarrollando relaciones interpersonales por medio del valor de la cooperación y creando de manera positiva la empatía, la tolerancia, la amistad, la confianza.

Se dice que el trabajo colaborativo es una estrategia de enseñanza-aprendizaje en la que se organizan pequeños grupos de trabajo; en los que cada miembro tiene objetivos en común que han sido establecidos previamente y sobre los cuales se realizará el trabajo, (Cabero & Márquez, 1997). Los miembros de cada grupo reconocen sus habilidades y sus diferencias, por lo que motivar la comunicación, lograr escuchar y atender cada punto de vista de los individuos facilitará adquirir el conocimiento y aplicarlo en el desarrollo de los proyectos que se propongan en ese grupo de trabajo.

Otra definición asegura que “el trabajo colaborativo se puede percibir como un proceso de construcción social que permite conocer las diferentes perspectivas para abordar un determinado problema, desarrollar tolerancia en torno a la diversidad y pericia para reelaborar una alternativa conjunta” (Wilson, 1995). Este tipo de metodología busca la consecución de un aprendizaje significativo a través de la colaboración y el trabajo en grupo. El trabajo se considera colaborativo si todos los miembros del grupo trabajan distribuyéndose tareas de un modo complementario.

Por otra parte, el trabajo colaborativo se da cuando las personas se “comprometen a aprender algo juntos” (Gross, 2000). La única manera de lograr el aprendizaje significativo es por medio del trabajo en conjunto, donde la comunicación es muy importante. Según Francisco Martínez: “El trabajo colaborativo es trabajo en grupo. El trabajo en grupo no es trabajo colaborativo (Sánchez, 1999). El trabajo colaborativo es la conformación de un grupo de sujetos homogéneos (con conocimientos similares en el tema), donde no surge un líder como en un trabajo de grupo normal, por el contrario, el liderazgo es compartido por todos los integrantes de esta “comunidad” así como la responsabilidad del trabajo y/o el aprendizaje. Se desarrolla entre los integrantes de dicho equipo, el concepto de ser mutuamente responsables del aprendizaje de cada uno de los demás.

El trabajo colaborativo posee una serie de características que lo diferencian del trabajo en grupo y de otras modalidades de organización grupal, como son:

- Se encuentra basado en una fuerte relación de interdependencia de los diferentes miembros que lo conforman, de manera que el alcance final de las metas concierna a todos los miembros.
- Hay una clara responsabilidad individual de cada miembro del grupo para el alcance de la meta final.
- La formación de los grupos en el trabajo colaborativo es heterogénea en habilidad, características de los miembros; en oposición, en el aprendizaje tradicional de grupos estos son más homogéneos.
- Todos los miembros tienen su parte de responsabilidad para la ejecución de las acciones en el grupo.



- > La responsabilidad de cada miembro del grupo es compartida.
- > Se persigue el logro de objetivos a través de la realización (individual y conjunta) de tareas.
- > Existe una interdependencia positiva entre los sujetos.
- > El trabajo colaborativo exige a los participantes: habilidades comunicativas, relaciones simétricas y recíprocas y deseo de compartir la resolución de tareas.

Finalmente, y evidentemente siendo el motor de la presente investigación, encontramos el concepto de “Capital Social”. Los primeros esfuerzos por definir formalmente el capital social, fueron realizados por el economista Glenn Loury, quien lo empleó en su estudio sobre los mercados de trabajo, “el capital social sirve para indicar las redes de relaciones familiares y sociales que pueden aumentar el capital humano” (Loury, 1977). Por su parte, Mark Granovetter, señala “cómo el capital social - la red de relaciones personales que liga a los empresarios - y permite su recurrencia al mercado incluso en presencia de transacciones riesgosas, porque ofrece un recurso crucial: la confianza” (Granovetter, 1983).

El concepto se desarrolló y su actual influencia se debe en gran parte a Pierre Bourdieu (Bourdieu, 1986), James Coleman (Coleman, 1987, 1988, 1990) y Robert Putnam (Putnam, 1993, 1995, 2000), quienes con sus diferentes trabajos hacen que el concepto de capital social adquiera un análisis más elaborado. Es a partir de esto que el tema de capital social se difunde siendo asunto de discusión y debate.

Para Bourdieu (Bourdieu, 1986), es en el contexto de las relaciones, de las redes sociales, donde se define capital social como “El agregado de los recursos reales o potenciales ligados a la posesión de una red duradera de relaciones más o menos institucionalizadas de reconocimiento mutuo”.

Coleman (Coleman, 1990), a diferencia de Bourdieu, se centra en la estructura social con el paradigma de la acción racional (1988-1990), Coleman define el capital social como un recurso inmerso en la estructura de las relaciones entre las personas y en las personas mismas, teniendo en cuenta esto, se evidencia el capital social en el plano individual y en el plano colectivo o comunitario. Para este autor, el capital social es de carácter inalienable, mientras sea atributo de la estructura social donde la persona está inmersa, tampoco constituye propiedad privada para las personas que se benefician con este.





Por su parte, Putnam (Putnam, 1993), por capital social define la confianza, las normas y las redes de asociatividad cívica, elementos que mejoran la eficiencia de la organización social, promoviendo iniciativas tomadas de común acuerdo. Desde esta perspectiva, el capital social está relacionado con elementos como la confianza y las normas, característico de la organización social.

Francis Fukuyama (Fukuyama, 1995), coincide con Putnam, en que la confianza es una característica (elemento para Putnam) fundamental, tanto, que se dedica a su estudio. Este autor define el capital social como “una capacidad que deviene del predominio de la confianza en una sociedad o en ciertas partes de la sociedad”, concibe la confianza como el diferenciador de las sociedades.

Para Woolcock (Woolcock, 1998), Dasgupta (Dasgupta, 2000) y Narayan (Narayan, 1999) “... el capital social es un concepto que se relaciona con una estructura de relaciones sociales que tienen como base la confianza de un grupo, lo que le permite lograr sus fines”. De forma similar, pero un poco más delimitada, es la definición del Banco Mundial (2000), para el cual el capital social es el conjunto de “instituciones, relaciones, actitudes y valores que rigen la interacción de las personas y facilitan el desarrollo económico y la democracia”.

En la Tabla 9, se encuentran las definiciones de Capital Social según los distintos autores o grupos de investigación, donde se distinguen los elementos generadores de capital social y sus consecuencias:

**Tabla 9. Definiciones de Capital Social según diversos autores**

Autor	Elementos generadores	Consecuencias
Bourdieu (1985)	Redes permanentes y la pertenencia a un grupo.	Que aseguran a sus miembros un conjunto de recursos actuales o potenciales.
Coleman (1988)	Aspectos de la estructura social.	Que facilitan ciertas acciones comunes de los agentes dentro de la estructura.
Putnam (1993)	Aspectos de las organizaciones sociales, tales como las redes, las normas y la confianza.	Que permiten la acción y la cooperación para el beneficio mutuo.
Banco Mundial (1998)	Las instituciones, relaciones y norma.	Que conforman la calidad y la cantidad de las interacciones sociales de una sociedad.
OCDE (2001)	Las redes junto con normas, valores y opiniones compartidas.	Que facilitan la cooperación dentro y entre los grupos.
SCGI (Social Capital Interest Group) (1998)	Los beneficios potenciales, ventajas y trato preferente resultantes de la compasión y sentido de la obligación de una persona o grupo hacia otra persona o grupo.	El capital social también incluye los beneficios potenciales, ventaja y trato preferente que tiene sus orígenes en la compasión de una persona y su sentido de obligación hacia su propia idealización.
CEPAL (2001)	El capital social es el conjunto de normas, instituciones y organizaciones.	Que promueven la confianza y la cooperación entre las personas, las comunidades y la sociedad en su conjunto.

Fuente: CSD. 2003



Se desprende de las definiciones de Capital Social, variables que tienden a volverse un denominador común, siendo estas: Confianza, Redes Sociales y Comunicación, las cuales se definen a continuación. La variable “Confianza”, se refiere a la opinión favorable en la que una persona o grupo es capaz de actuar de forma correcta en una determinada situación. La confianza es la seguridad que alguien tiene en otra persona o en algo. Al ser algo que se hace consciente y voluntariamente, supone trabajo y esfuerzo conseguirla.

Según Laurence Cornu, doctora en filosofía: “la confianza es una hipótesis sobre la conducta futura del otro. Es una actitud que concierne el futuro, en la medida en que este futuro depende de la acción de otro. Es una especie de apuesta que consiste en no inquietarse del no-control del otro y del tiempo”.

Una de las definiciones clásicas de la confianza la proporciona Francis Fukuyama (Fukuyama, 1995), donde la confianza “es la expectativa que se genera en una sociedad con un compromiso ordenado, cooperativo y previsible, basado en normas compartidas por todos sus miembros. Estas normas se pueden referir a aspectos de valores profundos (..), pero incluyen también normas deontológicas tales como las profesionales y códigos de comportamiento. La forma de manifestarse esa confianza en la sociedad se basa en la expectativa de que la otra persona se comportará de la forma que uno prevé. De un modo más evidente A confía que B haga X ((Levi, 1998)(Russell, 1999)).

Para la psicología social y la sociología, el término confianza consiste en la idea que se forja una persona sobre las conductas que realizan los de su alrededor. Es el pensamiento con el cual una persona cree que será capaz de actuar de una cierta manera frente a una determinada situación.

La confianza puede clasificarse en términos individuales (la confianza en uno mismo) y también, en términos sociológicos (la confianza que los demás tienen de nosotros y viceversa). La confianza en un individuo hace que esa persona llegue más fácilmente a sus propósitos, siempre dependiendo de sus experiencias, de su personalidad y del ambiente que le rodea. Por otro lado, la confianza mutua con los compañeros ayuda a generar una convivencia adecuada para el entorno de cada persona, lo anterior genera y amplía las redes de los individuos.

La variable “Redes Sociales” se define como un conjunto bien definido de actores- individuos, grupos, organizaciones, comunidades, sociedades globales, etc. - que están vinculados unos a otros a través de una o un conjunto de relaciones sociales. (Mitchell, 1969), añade que las “características de estos lazos como totalidad pueden ser usados para interpretar los comportamientos sociales de las personas implicadas” pero parece más bien una prescripción genérica de toda investigación social que un criterio específico de definición (Lincoln, 1982).

En sentido amplio, una red social es una estructura social formada por personas o entidades conectadas y unidas entre sí por algún tipo de relación o interés común. El término se atribuye a los antropólogos británicos Alfred Radcliffe-Brown y Jhon Barnes. Las redes sociales son parte de nuestra vida, son la forma en la que se estructuran las relaciones personales.



En antropología y sociología, las redes sociales han sido materia de estudio en diferentes campos, desde el análisis de las relaciones de parentesco en grupos pequeños hasta las nuevas investigaciones. Pero el análisis de las redes sociales también ha sido llevado a cabo por otras especialidades que no pertenecen a las ciencias sociales. Por ejemplo, en matemáticas y ciencias de la computación, la teoría de grafos representa las redes sociales mediante nodos conectados por aristas, donde los nodos serían los individuos y las aristas las relaciones que les unen. Todo ello conforma un grafo, una estructura de datos que permite describir las propiedades de una red social.

Por último, al definir qué es la “Comunicación”, partiremos que la palabra proviene de la voz latina “comunicare” quiere decir, poner o puesto en común (Gortari, 1998).

La comunicación se puede definir como un proceso por medio del cual una persona se pone en contacto con otra a través de un mensaje, y espera que esta última dé una respuesta, sea una opinión, actividad o conducta. En otras palabras, la comunicación es una manera de establecer contacto con los demás por medio de ideas, hechos, pensamientos y conductas, buscando una reacción al comunicado que se ha enviado. Generalmente, la intención de quien comunica es cambiar o reforzar el comportamiento de aquel que recibe la comunicación (Velasco & Abraham, 1988).





## 5. Conclusiones

Como conclusión del presente trabajo de investigación, sobre la relación que existe entre la Medición del Capital Social en los principales espacios de Coworking de la Región de Valparaíso y las variables de Confianza, Comunicación y Redes Sociales, es importante mencionar que el Capital Social se genera en espacios de trabajo colaborativo y de acuerdo a esto podemos decir que el Capital social que se genera en estos espacios es directamente proporcional a las variables en estudio. Esto quiere decir que en la medida que dentro de estos espacios de trabajo colaborativos (coworking) se genere más Confianza, se establezca más Comunicación y se creen más Redes Sociales, el Capital Social aumentará proporcionalmente al aumento de estas variables.

En lo que respecta a los espacios de Coworking ubicados en la Región de Valparaíso, los cuales son materia de estudio y análisis en la presente investigación, podemos concluir que estos espacios adoptan una gestión Mixta, lo que significa que dentro de sus dependencias cumplen con un espacio físico para desarrollar el trabajo colaborativo (emprendimiento), complementándolo con espacios más privados (oficinas cerradas) para usuarios independientes o PYMES ya constituidas, para así poder subsistir cubriendo sus costos, debido a que esto es una tendencia nueva que va en aumento, pero que aún no le entrega a los dueños las ganancias necesarias para crecer en infraestructura y gestión.

Por otra parte y de acuerdo a nuestra investigación, podemos afirmar que la jerarquización de las variables en estudio que más predominan en los espacios de Coworking analizados en la Región de Valparaíso son: Las Variables de Confianza con un 71%, Redes Sociales con un 62% y Comunicación 52% que según nuestra escala de criterios, las tres se encuentran dentro del grado de satisfactorio.

Además, podemos concluir que una vez creado y aplicado nuestro instrumento de medición del Capital Social en los espacios de Coworking en la Región de Valparaíso, los resultados nos indican que se genera Capital Social y se encuentra presente en todos los espacios visitados.



## 6. Referencias

- > Baptista, P., Hernández, R., & Fernandez, C. (2008). *Metodología de la Investigación*. Mexico: McGraw-Hill Interamericana.
- > Bourdieu, P. (1986). *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. London: Routledge and Kegan Paul.
- > Bueno, E. (1998). “Competencia, conocimiento e innovación”. Obtenido de <http://www.madrimasd.org/informacionidi/revistas/Numero1/cara1.htm> (acceso: 02-01-2013).
- > Cabero, J. Y., & Márquez, F. D. (1997). *Colaborando Aprendiendo. La utilización del video en la enseñanza* Sevilla: Editorial Kronos.
- > Coleman, J. (1987,1988, 1990). *Social Capital in the Creation of Human Capital*. S95–S120.
- > Coleman, J. (1990). *Foundations of Social Theory*.
- > Creswell, J. (2013a). Five qualitative approaches to inquiry. En J. W. Creswell, *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (págs. 53–84). Thousand Oaks: Sage.
- > Dasgupta, P. (2000). Economic progress and the ideal of social capital. En *Social Capital: A Multifaceted Perspective*. The World Bank.
- > De Guzman, G. (2011). *Working in the Unoffice. A Guide to Coworking for Indie Workers, Small Businesses, and Nonprofits*. En G. V. De Guzman. an Francisco: Night Owls Press LLC.
- > Foertsch, C. (2013). “Top 10 distractions when working from home”. Obtenido de Deskmag: <http://www.deskmag.com/en/the-top-10-distractions-when-working-from-home-644> (acceso: 11-06- 2013).
- > Fukuyama, F. (1995). *Trust: Social Virtues and the Creation of Prosperity*. NY: Free Press.
- > Gortari, S. F. (1998). *Hacia una comunicación administrativa integral*. Mexico: Ed. Trillas.
- > Granovetter, M. (1983). *The Strength of Weak Ties: A Network Theory Revisited*. *Sociological Theory* 1.
- > Gross, B. (2000). *El ordenador invisible*. Barcelona: Gedisa.
- > Levi, M. (1998). “A State of trust”. New York: Russell Sage foundation.
- > Lieber, E., & Weisner, T. (2010). Meeting the practical challenges of mixed methods research. En *Handbook of Mixed Methods Research*. Thousand Oaks: Sage.
- > Lincoln, J. (1982). ‘Intra-(and inter) - organizational networks’. *Research in the Sociology of Organizations*.



- Loury, G. (1977). A Dynamic Theory of Racial Income Differences. In *Women, Minorities, and Employment Discrimination*. Lexington MA: Heath: Phyllis A. Wallace and Annette LaMond.
- Mitchell, J. (1969). *Social Networks in Urban Settings*. Manchester, England: Manchester University Press.
- Narayan, D. (1999). *Social capital: Evidence and Implications*. Tanzania: World Bank.
- Putnam, R. (1993). *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*. Princeton: Princeton University Press.
- Putnam, R. (1993, 1995, 2000). *Tuning In, Tuning Out: The Strange Disappearance of Social Capital in America*.
- Russell, H. (1999). *Do you Want Trust Government*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Sánchez, D. (1999). “La Formación del Profesorado ante las Nuevas Tecnologías de la Comunicación” .
- Spinuzzi, C. (2012). *Working Alone Together: Coworking as Emergent Collaborative Activity*. En C. Spinuzzi.
- Velasco, M. d., & Abraham, N. (1988). *Comunicación organizacional práctica*. Mexico: Trillas.
- Wilson, J. (1995). *Como valorar la calidad de la enseñanza*. Paidós.
- Woolcock, M. (1998). *Social capital and economic development: Toward a theoretical synthesis and policy framework*. *Theory and Society*.
- Zona Coworking. (s.f.). Obtenido de <http://www.zonacoworking.es/que-es-coworking/>