

# Ecosistema Inmobiliario



## La evolución que el Real Estate necesitaba

Quando hace 25 años entraba tímida al mundo del Real Estate el panorama era muy distinto al actual.

## Ecosistema vs Egosistema

Quando somos llevados al límite, nuestras fortalezas se manifiestan.

## La comunicación como valor en el ecosistema inmobiliario

La comunicación es transversal. No hay acción que podamos llevar adelante en nuestras vidas sin que nos comuniquemos.

# Ecosistema Inmobiliario: un nuevo concepto



**Hemos dado un salto cualitativo y estamos en presencia de un verdadero ecosistema. La Real Academia Española define ecosistema como “la comunidad de seres vivos cuyos procesos vitales se relacionan entre sí y se desarrollan en función de los factores físicos de un mismo ambiente”.**

El mercado inmobiliario vive una permanente evolución. Estamos ante un verdadero ecosistema inmobiliario, rico en profesiones complementarias, con diversidad de tamaños de empresa y modalidades de gestión ante las necesidades de los clientes. Nos complementamos, aprendemos unos de otros, nos nutrimos, crecemos juntos.

Una nueva profesión se incorpora a esta gran trama inmobiliaria, y es el

coaching inmobiliario. Interesante profesión que analiza comportamientos y asesora respecto de técnicas de escucha y respuesta. Las neurociencias nos enseñan a liderarnos a nosotros mismos, para luego liderar equipos y negocios.

Es también muy valorado el trabajo de economistas dedicados al sector, que curan la información que pulula por las redes, la explica y dota de sentido. Un gráfico de barras o curvas de colores que se cruzan puede ser muy estético, pero nada dice si no está acompañado de una explicación profesional. Los abogados y escribanos especializados en el Real Estate se suman con su saber y colaboran en los procesos de negociación y cierre de operaciones.



## ¡Te felicito Mariana! Que buen edificio sumaste a tu cartera y que bien quedó el cartel

**Así rezaba el mensaje de whatsapp de esta mañana, decorado con emoticones que me sonreían y aplaudían.**

Siempre es lindo recibir una felicitación, los elogios son bienvenidos, pero si vienen de un colega, la satisfacción es total. Si, este mensaje me lo mandó un joven martillero que en su running matutino por Recoleta se topó con la propiedad.

Vemos el valor en las cosas simples, en lo sencillo se puede hacer la diferencia. La creatividad es nuestra base, sustento y motor. Desde allí marcamos nuestra diferencia y todos los días nos levantamos pensando en eso ¿cómo puedo ser diferente hoy?

La modernidad, la vanguardia y la felicidad son parte de nuestros valores corporativos. Nuestra imagen es nuestra esencia. La cuidamos cada día.

El cartel es el primer mensaje, es la portada del libro y queremos que transmita la felicidad que sabemos

que te va a transmitir el espacio que te ofrecemos. queremos que lo imaginen, que se sientan habitándolo, trabajando allí. La imaginación es el primer paso hacia la realidad.

Entre tanta información con la que convivimos día a día es sustancial poder aportar la milla extra que nos permita brindar información sustancial, interesante, de manera atractiva, única.

Nos divierte pensar cada cartel que armamos, nos encanta saber que podemos transmitir nuestros valores desde lo más sencillo e importante.





# La evolución que el Real Estate necesitaba

**Cuando hace 25 años entraba tímida al mundo del Real Estate el panorama era muy distinto al actual.**

Era moneda corriente ofrecer las propiedades de la cartera primero a los clientes propios para luego abrirlas al mercado, publicarlas y ofrecerlas a colegas. Mi cerebro ingenieril sabe de flujos, tiempos y costos y este “dogma” no sonaba muy lógico (¿acaso algún dogma lo es?). ¡Esta mentalidad me sonaba tan **Baby Boomer!** Traigo el tema generacional a colación porque a medida que avanzamos en el tiempo, la información es menos propia y más globalizada. Este modo egocéntrico de manejar la data de mercado se colaba luego como modus operandi dentro del equipo de trabajo, y así compañeros de un mismo equipo se escondían datos. La comunicación no fluía y como sabemos... donde hay estancamiento, no hay energía vital.

Así como, desde los años 70 hasta hoy, los espacios de trabajo evolucionaron y las oficinas se abrieron e hicieron desaparecer los despachos para ser reemplazados por amplias mesas compartidas en grandes áreas, lo mismo está ocurriendo con el modo de trabajar.

**En la última década hemos sido testigos de una creciente cooperación entre colegas inmobiliarios, al punto de acuñar un término para nuestro mutuo intervenir, y es el de la “coo-mpetencia”.**

Competir colaborando. Colaborar compitiendo. Ésta situación se ha acelerado en el largo período de confinamiento que vivimos. Encontrarnos por zoom para compartir miradas y opiniones sobre la actual situación económica y su impacto en nuestro mercado fue moneda corriente. Chats grupales

para intercambiar información valiosa o novedades, así como debates virtuales sobre nuevas leyes o modalidades formó parte de nuestra rutina, y lo logramos mantener. También se han armado alianzas estratégicas para la comercialización de proyectos mixtos, donde el foco está puesto en el cliente y no en las propias necesidades. Conformar una propuesta de valor que teje lo mejor de cada equipo y gestión. Sinergizar, tejer redes, esa parece ser la clave de la nueva normalidad que co-creamos.

Es muy interesante descubrir que podemos hablar con respeto aún cuando disentimos sobre el modo de encarar algún negocio. Cada diálogo construye, y nos construye. Nos amalgama en una trama donde cada uno no pierde identidad, sino que la refuerza.

**Quien debe ceder en estos casos es el ego. No es fácil, sobre todo para los que ostentan años en el mercado, sin embargo ésto se aprende y se agradece.**

Ésta comunidad inmobiliaria se ha ampliado de gran manera en estos últimos años incorporando profesiones complementarias a la gestión de comercialización.

Estudios de arquitectura que se ocupan del interiorismo, empresas dedicadas al diseño y fabricación de mobiliario corporativo, paisajistas, así como empresas constructoras y fabricantes de materiales de construcción se convierten en eslabones de la gran cadena del Real Estate. Los desarrolladores cada vez consultan más la mirada del inmobiliario, es que nuestra experiencia de “trinchera” suma, y mucho, a la hora de diseñar los edificios que vendrán

**“Quien debe ceder en estos casos es el ego. No es fácil, sobre todo para los que ostentan años en el mercado, sin embargo ésto se aprende y se agradece.”**

# Ecosistema vs Egosistema: la diferencia que hace la diferencia

Cuando somos llevados al límite, nuestras fortalezas se manifiestan. Si tenemos esto en claro, cada situación, incluso las crisis más graves, se convierten en oportunidades para conocernos y crecer de manera personal y profesional.

Somos todos distintos; cada uno aporta, no sólo un valor, sino también una forma. Nuestro modo de relacionarnos, empatizar y trabajar es único y particular. Nos define.

Promovemos el valor de la colaboración, la experiencia de trabajar juntos, dar lo mejor de cada uno en pos de un resultado superador.

Muchas veces la competencia extrema nos hace individuos tristes y solitarios. Desconfiados porque centramos nuestras energías en las propias fuerzas, nuestra creatividad se aliena. Nos secamos.

Cuando dejamos de trabajar en equipo, cuando ya no empatizamos con el otro nos volvemos el centro de nuestro mundo. Seguimos nuestras propias reglas, nuestro modo y miramos todo sólo a través de nuestros propios ojos.

Esto, lejos de engrandecernos, nos aísla, nos empequeñece. El egosistema nos inserta en el centro de una espiral de escasez que sólo conduce al debilitamiento y la desaparición.

Colaborar con el otro nos vuelve infinitos. Hace años trabajo sobre la idea de que es importante conocer nuestras fortalezas y capacitarnos y esforzarnos por mejorarlas. Todo nuestro empeño ha de estar orientado en mejorar aquello en lo que somos buenos, o muy buenos. Esto hará que nos especialicemos en un nicho en el cual tenderemos a la excelencia. Otra ventaja es que disfrutaremos el proceso y nuestro trabajo será placentero en la mayor parte del tiempo, a todos nos gusta trabajar en aquello en lo que nos destacamos.

¿Y qué sucede con aquellos aspectos en los cuales no nos destacamos? ¿Nos asociamos con quienes nos complementan! A su vez, nosotros seremos buscados por nuestras fortalezas para complementar a quienes adolecen de ellas... de este modo nuestros límites se expanden y como piezas de rompecabezas nos ensamblamos y trascendemos nuestras propias fronteras.



“Promovemos el valor de la colaboración, la experiencia de trabajar juntos, dar lo mejor de cada uno en pos de un resultado superador.”

Nos gusta llamar a esta situación ecosistema, ya que conformamos un verdadero sistema donde cada parte conoce lo que debe hacer y lo realiza a la perfección (o tiende a ella).

La teoría newtoniana nos enseña que si queremos analizar un sistema tenemos que dividirlo en partes más pequeñas, de este modo será más simple entender su funcionamiento. Newton sostiene que “el todo es la suma de las partes”. La idea de ecosistema que aquí comento, contradice la teoría de Newton ya que la suma de las partes es más que el todo, las fortalezas de cada parte unida, trabajando en equipo se potencian y su alcance es incalculable.

Podemos seguir trabajando solos, ocultando información. Podemos espiar lo que hace el vecino intentando llegar primero. Tal vez nos vaya bien, y en el mejor de los casos lleguemos a nuestro objetivo, aunque de algo estoy segura... nos demandará mucho más esfuerzo y más tiempo llegar a la meta.

La otra forma es la que llevamos adelante con el **#equipoSTANGE**, colaborar, tender lazos y tejer redes. Estamos convencidos que la colaboración y la coom-petencia es el modo de trabajar, crecer y multiplicar éxitos y rentabilidad. Esa es nuestra manera de ser, y así estamos **co-creando otro Real Estate**.

# La comunicación como valor en el ecosistema inmobiliario



## Por Sofía Quilici

*Periodista, Licenciada en Ciencia de la Comunicación. Es consultora en comunicación y posicionamiento para emprendedores y Startups.*

**LinkedIn:** /Sofiaquilici

**Instagram:** @Sofiquilici

**La comunicación es transversal. No hay acción que podamos llevar adelante en nuestras vidas sin que nos comuniquemos. Aún cuando intentamos no hacerlo, la comunicación es evidente e imposible de saltarla.**

La otra realidad es que solemos querer comunicar buenas noticias. Desde chicos, comunicábamos a nuestras familias cuando sacábamos una buena nota en el colegio, pero lo ocultábamos cuando venía una nota poco feliz en el cuaderno. La vida empresarial funciona un tanto similar. ¿Conocen alguna empresa que quiera comunicar sus pocas ventas o sus números bajos? ¿O su rotación interna? Pues claro que no. Siempre elegiré comunicar aquellos hitos que los hacen ser mejores ante sus competidores y convertirse en un lugar atractivo para trabajar. Sin embargo, creo en las comunicaciones sinceras, empáticas; esas son las que hacen la diferencia. La comunicación es un acto social, humano, entonces ¿por qué ocultar la humanidad?

El Real Estate, como muchas otras industrias y mercados, tiene un impacto directo en las personas. Personas que buscan un espacio donde vivir, donde trabajar, donde desenvolverse, donde crecer, donde ser

ellos mismos, donde desplegar su mejor potencial. Podríamos hablar sólo de los números, podríamos crear informes sobre el ecosistema inmobiliario, podríamos contarte cuántas oficinas se vendieron ¿pero eso haría la diferencia en tu vida cotidiana? ¿Sería un posteo que quisieras guardar para leerlo después?

En cambio, preferimos contarte el café que tomamos, mostrarte nuestras oficinas por dentro, hacer zoom en las expresiones de nuestras caras, recomendarte libros y destacar a las personas que nos acompañan. ¿Por qué? Porque entre tanto contenido que existe en la era de la digitalización, tenemos que diferenciarnos, tenemos que entender al otro para lograrlo.

Pensamos nuestra comunicación como una parte exclusiva y única de nuestro negocio, pero también de nuestro equipo; tenemos fortalezas y tenemos debilidades, el realtor es más que realtor, es persona. Una oficina, es más que una oficina, es un espacio que espera tomar vida. Esta revista, espero, no será sólo una edición entre tantas editoriales que tiene el mundo, te hará reflexionar... al menos por un rato.

La comunicación es una ciencia, que se estudia, se actualiza y se vuelve a estudiar ¿por qué? Porque los seres humanos cambiamos. Así, la comunicación inmobiliaria no es más que la manera que tenemos de ser más cercanos, de mostrarte nuestra flexibilidad, de ser empáticos, de buscar la modernidad ante los nuevos canales, de brindarte felicidad, y de ser vanguardistas para anticiparnos al qué vendrá en una era de cambios constantes. En conclusión, la comunicación es nuestra manera de acercarte nuestros valores.

# El abogado en los proyectos inmobiliarios



Por Pedro Nicholson

Socio a cargo del Departamento de Real Estate e Inversiones Hoteleras de Beccar Varela ([www.beccarvarela.com](http://www.beccarvarela.com)). Es Co-Chair del Comité de Real Estate de la Cámara Americana de Comercio en Buenos Aires, miembro del Consejo Directivo de la Asociación de Empresarios de la Vivienda y Officer del Comité de Real Estate de la International Bar Association y de la International Council of Shopping Centers. También es ex Presidente de la Asociación de Ex-alumnos del Centro de Negocios Inmobiliarios de la Universidad de San Andrés. Es profesor del posgrado del Programa en Inversión Hotelera Inmobiliaria en la UNLP.

LinkedIn: [Pedro Nicholson](#)  
Instagram: [@pedronicholson](#)

Las últimas dos décadas marcaron una evolución del mercado inmobiliario a nivel mundial, que trajo de la



mano una gran profesionalización y sofisticación del mercado junto a una, cada vez más, compleja estructura de los negocios inmobiliarios aparecieron cursos de post-gradado en diferentes universidades, nuevas publicaciones especializadas y también una mayor preparación académica de todos los jugadores del mercado.

Esa profesionalización repercutió también en la necesidad (o al menos, en la conciencia de la necesidad) de

contar para los proyectos inmobiliarios a encarar -entre otras cosas, de un asesoramiento legal adecuada a las necesidades del proyecto, de manera tal de hacer más eficientes los recursos y alternativas disponibles, brindando a su vez una mayor seguridad a todas las partes intervinientes.

Ahora bien, ¿cuál es la función del abogado al asesorar a inversores, desarrolladores o dueños de tierra en la estructuración de proyectos inmobiliarios?

Lo primero que debe hacer el abogado es comprender sin lugar a fisuras, el negocio que las partes quieren llevar a cabo. Este concepto alcanza su máxima expresión en proyectos de usos mixtos, donde se combinan vivienda con hotel, con centro comercial, con oficinas, estacionamiento, y con cuanto negocio con bases inmobiliarias se pueda dar. Es una combinación de flujos de caja e intereses diversos que hay que conocer bien antes de intentar darle un marco jurídico. Esto, aunque parezca una verdad de Perogrullo, lamentablemente no lo es: la realidad nos muestra ejemplos en los que no se alcanza el fin buscado por las partes, simplemente por no haber el cliente transmitido, o el abogado comprendido, el negocio correctamente. Al fin de cuentas, el abogado no hace más que plasmar al papel el negocio que comercialmente los inmobiliarios quieren llevar a cabo.

Debemos saber que el derecho es instrumental. Primero, como hombres de negocio, los desarrolladores y demás partes involucradas deben definir el “qué”. Luego los abogados, igualmente como hombres de negocio pero también como asesores legales deberemos definir “cómo” se instrumenta ese negocio, de la forma más eficiente y segura posible. Y más, para definir cómo, sin dudas hay que dominar el qué, al mismo nivel que el resto de los hombres de negocio.

En ciertas ocasiones el developer, inversor o dueño de la tierra buscan al abogado para que este los asesore para constituir “el fideicomiso” que les salve la vida; sin comprender en muchas ocasiones que un fideicomiso es sólo un contrato, un instrumento que enmarca un nego-

cio, y que lo que eventualmente tendrá “éxito” es el negocio en sí y no el instrumento que lo lleva a cabo.

Ningún instrumento legal salvará un mal negocio. Pero en cambio, un buen negocio mal instrumentado correrá serios riesgos de transformarse en un mal negocio. Y por ello no sólo es imprescindible contar con un abogado que entienda de qué se habla sino que lo sepa instrumentar correctamente.

En los tiempos actuales los márgenes de los negocios inmobiliarios son generalmente reducidos, por lo que cada punto de rentabilidad cuenta como un preciado tesoro. Con lo que la posibilidad de improvisación -incluyendo la relativa a la estructuración legal- ha quedado definitivamente atrás.

Capítulo aparte merece la interacción entre los distintos profesionales en los proyectos inmobiliarios. Estos tipos de proyectos tienen la característica de aunar los esfuerzos no sólo de abogados -como se dijo- sino también de arquitectos, ingenieros, contadores, economistas, brokers, administradores de empresas y empresarios de todo tipo. Cada uno de esos jugadores va aportando su granito de forma coordinada con el resto, de una manera que al final del día enriquece al conjunto: sin lugar a dudas, todos aprenden de todos. Tanto va el cántaro a la fuente, que al final del día los abogados terminan opinando de ingeniería, los arquitectos opinan de estructuras legales y los contadores hablan sobre estructuras arquitectónicas. Pero en el equipo, cuando el que “sabe” habla, el resto escucha. Y aprende.

X X X

**Debemos saber que el derecho es instrumental. Primero, como hombres de negocio, los desarrolladores y demás partes involucradas deben definir el “qué”.**

Claramente hay momentos del proyecto en que la participación de los distintos jugadores tiene más importancia que en otros. Como en una suerte de postas olímpicas los participantes van acelerando y dejando paso al aporte de otros colaboradores, para luego retornar y volver a dar una pincelada de contribución.

En ese sentido, los abogados generalmente estamos desde el principio definiendo la estructura legal del proyecto e instrumentando todos los contratos. Luego nuestra participación pasa a ser un tanto satelital, hasta las etapas finales del proyecto, como son la de la terminación de la construcción, recepción provisoria y definitiva de obra, y entrega de las unidades a los compradores. Incluso en esas etapas finales la interrelación entre los distintos profesionales es intensa.

Sin dudas, trabajar en equipos interdisciplinarios es de las cosas más entretenidas y enriquecedoras que puede vivir un profesional. Y los negocios inmobiliarios son ámbitos que clara y naturalmente generan esa oportunidad.

# El Cuento de las Finanzas en el Real Estate



Por Mariela Schenone

Contadora Pública UBA con posgrado en Finanzas de la misma universidad. Es directora de Metro X Real Estate (Software de Administración de Proyectos Inmobiliarios), Socia de Metro Futuro DeFi, Directora de CDS Desarrollos Inmobiliarios y Co-Fundadora de MRE (Mujeres de Real Estate), entre otros roles como docente y autora publicada.

LinkedIn: Mariela Schenone

Hace muchos años que estoy convencida de que los negocios en general, y más aún, los negocios inmobiliarios, requieren una mirada sistémica interdisciplinaria sin la cual es imposible desarrollar (nos).

Sin embargo, no siempre pensé de ese modo. A medida que me voy conociendo,

descubro en mí misma miradas que conviven y sobre las cuales me toca la difícil tarea de individualizar e integrar: Como Contadora, como Mujer, como Emprendedora, como Docente, como Financista, como Competidora, como Empresaria, como rebelde, como sostén de una estructura en crecimiento, entre otras. Cada una de esas miradas, albergan una parte de mi y todas ellas me componen. Pero no necesariamente todas apuntan al mismo objetivo y probablemente ahí sea en donde empieza el desafío más grande.

Pero en esas dicotomías, siempre tuve claro que debía haber una forma distinta de hacer las cosas, que no es cierto que las formas nos definen, sino que nosotros definimos cuánto queremos cambiar las formas. También siempre estuve convencida de que debemos buscar la excelencia, no como carga, sino como forma de vida, para vivir mejor, para elegir más libres, para ser mejores. En ese camino me perdí varias veces, me encontré otras tantas y al fin entendí que el camino lo defino yo, con mis elecciones, que no son más que el resultado de dónde y en qué pongo mi energía.

A pesar de mi formación numérica, me

X X X

“En ese camino me perdí varias veces, me encontré otras tantas y al fin entendí que el camino lo defino yo, con mis elecciones, que no son más que el resultado de dónde y en qué pongo mi energía.”

gusta pensar en los negocios inmobiliarios como si fueran una historia a contar, con una introducción, un nudo y un desenlace. Me gusta entender el planteamiento, su trama, su desarrollo, sus personajes y la necesaria interacción entre ellos. Quizá te preguntes ¿qué tiene que ver la idea literaria con el negocio?. Aunque no me creas: Todo, no hay manera de entender el negocio sin sus elementos, ni de definir escenarios financieros o fiscales, ni sus flujos de fondos, descalces, riesgos, probabilidades, etc.



Cada vez que me siento a analizar un negocio, armo primero una foto, luego un trailer y finalmente una o varias películas para poder montar escenarios que me permitan analizar el negocio financiera, económica, comercial, legal y fiscalmente. Y para hacerlo no me alcanza con ser una gran libretista. Indefectiblemente necesito muchos intérpretes en simultáneo. ¿Cómo podría entender yo el negocio sin que un abogado me cuente el modelo legal?. Y cómo podría el abogado entender el modelo, si un comercial no le cuenta el plan de ventas?; pero ¿cómo podría el comercial armar un plan de ventas sin que el arquitecto o el ingeniero le cuente el proyecto arquitectónico?; y ¿cómo podría armarse un proyecto arquitectónico acorde, sin conocer un estudio de mercado de la zona a explorar?; ¿Cómo podríamos armar planes de ventas sin definir quiénes

serán los actores que saldrán a ponerse la camiseta? ¿Cómo podríamos saber cuánto tenemos que vender sin conocer el plan financiero, los inversores iniciales y los “momentos” de su protagonismo?. A esta altura, podría resumir que todos deberíamos poder hablar o al menos aprender a escuchar otros idiomas, distintos a los que nos son comunes, para armar esta historia que llamamos “negocio inmobiliario”. Y esto es aún más notorio en real estate que en otros tipos de negocios, porque por su naturaleza cada proyecto de inversión inmobiliario tiene un principio y un final bien definido y nunca un negocio será igual a otro, aún cuando se trate de proyectos en una misma zona.

Asimismo, para poder reproducir (Gestionar) la película también vamos a necesitar herramientas que nos permi-

tan contemplar esta multiplicidad de actores y en eso trabajamos desde Metro X Real Estate, que es una plataforma para administrar los proyectos inmobiliarios desde su perspectiva comercial, económica y financiera, en forma integrada, permitiendo la participación de todos los actores del mercado, contemplando la mirada del negocio desde adentro (cliente interno) hacia afuera (cliente externo).

Al final, cualquier proceso de construcción requerirá ir hacia adentro para poder mirar más hacia afuera. Cuanto más me conozco, menor es mi conversación interna y más me puedo abrir a interpretar al otro. Como es adentro, es afuera. Lo uno sin lo otro, nunca será un gran negocio. Tan lírico, como matemático.

# Repensar los espacios del trabajo: la era del work from anywhere

Por Angelina Vigliocco

Co-Founder de Worknmates

Instagram: @angelina.vigliocco | @worknmates

LinkedIn: Angelina Vigliocco | /worknmates

A raíz de la pandemia vimos que muchos trabajadores, e incluso nosotros estábamos trabajando home based lo cual no era sano para muchos por problemas como burn-out, isolation, stress laboral o mismo por no contar con el espacio para poder desarrollar las actividades; y a su vez empresas con mucho espacio libre teniendo costos fijos altísimos para que sus empleados en verdad no usen ni siquiera al 30% sus espacios.

Con esta situación vimos que había una oportunidad inmensa porque sabíamos que ésta modalidad vino para quedarse, y no la modalidad home office, sino la modalidad híbrida o work from anywhere modality.

Trabajar en coworking es una de las modalidades que hoy más se están eligiendo. Permite separar la vida laboral de la vida personal, relacionarte con tu equipo o también con



otras personas. Y a su vez, en el caso de aquellos que usan Worknmates, tienen acceso a coworkings en 25 países, en distintas ciudades o en lugares menos urbanizados. Trabajamos con hoteles, oficinas que tienen espacio libre y hasta casas particulares. Esto te da la flexibilidad de trabajar realmente from anywhere sin tener que hacer un contrato o pagar una membresía fija en ningún lado. Si de elegir entre oficina propia o cowork puedo decir que no hay una regla, ni tampoco podría decirte cual es la mejor opción para todos, porque depende mucho del rubro, distribución de los empleados y modalidad de trabajo, pero sí puedo decir que lo que Worknmates propone

es la posibilidad de trabajar from anywhere teniendo solo una herramienta de gestión y, a su vez, darle el beneficio a todos por igual. La oficina propia, no es de igual acceso para todos, muchos empleados incluso no pueden llegar por una cuestión de locación o distancia; por eso la idea de utilizar nuestra plataforma es que todos puedan gozar del mismo beneficio y que esto no implique viajar para acceder a un espacio de trabajo.

Si las empresas tuvieran que poner una oficina fija por cada lugar donde tienen empleados o hacer un contrato con cada cowork, con la distribución que dejó la pandemia, sería muy costoso o prácticamente imposible.

Contamos con empresas que tienen empleados distribuidos en diferentes ciudades y países, y gracias a Worknmates le pueden dar el mismo beneficio, por lo tanto genera muchísima igualdad de condiciones, capacidad de cultura remota; y en los empleados, la posibilidad de trabajar desde cualquier lugar.

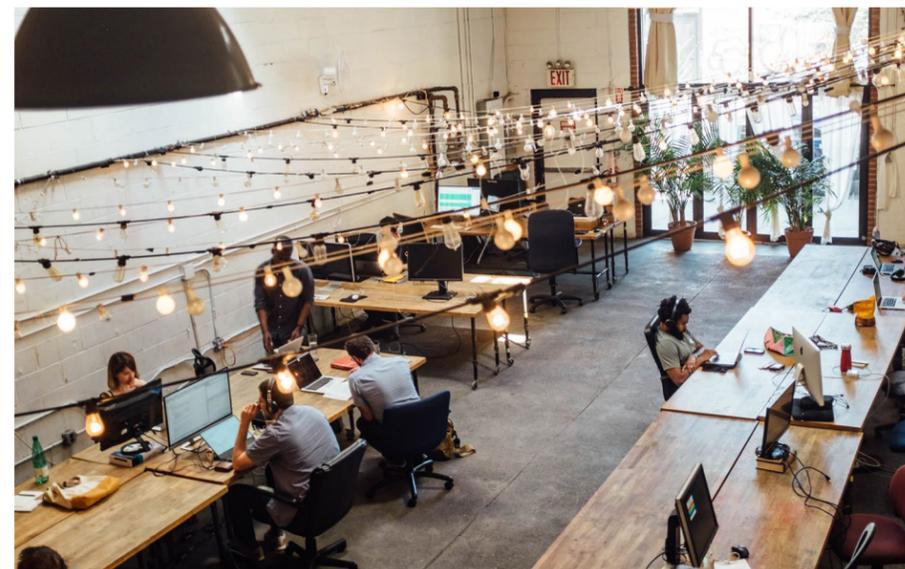
A su vez, hay un impacto socio ambiental ya que las personas no tienen que



viajar largas distancias y por distintos medios de transporte, acercándose un espacio de trabajo a cada uno de ellos, para que puedan llegar caminando, si quieren.

Me animo a traer a Matías De Caro, founder de Huerta Coworking a la conversación para que pueda, de primera mano, contar por qué los coworks son una buena oportunidad de negocios. "Para nosotros, porque nos permite rentabilizar el m2 mientras que brindamos un valor agregado y sumando servicios a los

clientes, tanto lo que es mobiliario como espacios comunes completamente equipados. Los clientes al ir a coworkings se enfocan 100% en su trabajo y tienen todo los servicios resueltos, solo tienen que llevar su computadora para trabajar. Huerta cada vez tiene clientes más grandes y regionales, y herramientas como Worknmates nos permiten llegar a esos clientes que no necesitan algo fijo pero sí interactuar con distintas comunidades como la nuestra, por eso también estamos abriendo una nueva sede"



Huerta Coworking



# UN AÑO MÁS TRABAJANDO EN ECOSISTEMA

## Un año más encontrando los espacios que nos hacen felices

Cerramos el 2022 juntos, lo cerramos con aciertos, lo cerramos con errores, pero siempre con aprendizajes. Lo cerramos trabajando en equipo, potenciando el ecosistema. Hay muchas cosas que pasamos desapercibidas en nuestro día a día. La mayoría de las acciones que hacemos, no las registramos. La cotidianidad y la rutina no suelen tener lugar en nuestra memoria. La tecnología intentó acercarnos, pero también nos alejó. No separamos la cara del celular y nuestras manos ya son extensiones de aparatos.

Cuando apagamos las pantallas y levantamos la mirada hay un universo de posibilidades. Allí habita el espacio que nos rodea. Ese espacio que nos acompaña de manera callada pero que da forma a nuestras vidas. El espacio que se decora, y no de objetos, sino de actividades, decisiones,

momentos, acciones.

En ese momento de la vida, el ecosistema del Real Estate se pone bajo el foco, la manera en que nos diferenciamos para poder hacer de ese espacio el lugar que las personas imaginan; y hasta ¿por qué no? Crearles ese sueño que, capaz, antes no habían pensado.

Nos apasionan los espacios. Nos apasiona lo que podemos hacer con los espacios. Son nuestra hoja en blanco, nuestro infinito de posibilidades. Allí nos descubrimos. Cuando los habitamos, nos sentimos libres.

Stange nace desde la necesidad de sentirnos libres. De habitar nuestro propio espacio; de la necesidad de transmitir la libertad y contagiársela. Buscamos espacios para compartir, para encontrar soledad, calma y

vorágine, las ideas que nos permiten aventurarnos y las reflexiones que nos invitan a decidir.

Apostamos por espacios que nos permitan innovar, que nos brinden un valor agregado a nuestras vidas, que sean el motor para crear.

Podríamos llamarlos oficinas, locales, casas, departamentos, podrías asignarles una etiqueta a ese conjunto de paredes que aglomera historias; preferimos llamarlos espacios y que sean un sinfín de posibilidades donde quien elija habitarlo desde su manera más pura pueda encontrarle la usanza que necesite para volver a conectarse con lo que lo rodea.

No somos únicos en el mercado, pero somos diferentes porque sabemos buscar los mejores aliados para que cada operación se realice sin riesgos ni dudas.



#equipoSTANGE  
SABEMOS

 @marianstange

 Mariana Stange Real Estate

 @marianastange

 mariana@marianastange.com

 Mariana Stange Real Estate

 www.marianastange.com

Av. Del libertador 5990 - Piso 3 of. 306

114788-5158 / 113492-2434