



Actualmente, hay cuatro espacios: dos en Polanco, uno en la Condesa y otro en San Miguel Chapultepec.

Público es un lugar donde el arte fluye y es cuna de artistas. FOTO: CORTESÍA

TRES MEXICANOS CREARON EL CONCEPTO

El *coworking* que te hace sentir en casa

Público son espacios colaborativos enfocados en la hospitalidad y gastronomía

Elizabeth Meza Rodríguez
EL EMPRESARIO

HACE TRES años nació Público, un concepto de *coworking* que es más que un espacio de colaboración, ya que se preocupa por crear áreas que la gente recorra como si fuera su casa, con lugares comunes decorados con arte, luz natural y comedores.

La idea surgió luego de que Andrés Martínez y Emilio Illanes vieron un incremento de trabajadores independientes y emprendedores, quienes demandaban un espacio de trabajo. Entonces, decidieron crear oficinas de *coworking*, pero requerían un arquitecto para llevarlo a cabo, así se sumó Alfonso López-Velarde que cambió la forma del concepto al realizar cambios disruptivos en los espacios.

“Se llama Público por varias razones, entre ellas porque nos gusta que sea permeable hacia el exterior, creemos que la gente de afuera le agrega mucho valor a la gente de adentro. No creemos en hacer clubes privados, sino en la interacción de la gente”, dice Andrés Martínez.

Actualmente, Público cuenta con cuatro espacios en la Ciudad de México: dos en la colonia de Polanco, uno en la Condesa y otro en San Miguel Chapultepec y proyecta un crecimiento de 300 por ciento.

“Son edificios que controlamos 100%, no hay la experiencia de

pasar por un *lobby*, donde abres con un gafete y decir el nombre de la compañía”, señala Andrés y detalla que el principal diferenciador con otros *coworking* es el espacio con “carácter”. Por ejemplo, “la sede de la Condesa es un edificio del año 1800 que se regeneró y tiene una fachada porfiriana, da la sensación de historia y modernismo”.

Público maneja diversos productos, desde una oficina privada, hasta un escritorio exclusivo, pero independientemente del servicio que se contrata, se tiene acceso a la sala de juntas, estudio de grabación y áreas exteriores.

“Tenemos muchos espacios donde puedes trabajar dentro de los edificios sin cobrarlos, incluso para tomar llamadas es a veces más agradable en las tardes o una junta en el exterior”, explica Alfonso.

Además, Público es un lugar donde el arte fluye, desde su decoración hasta ser la cuna de artistas cuando abre sus puertas a galerías.

COMEDOR

Después de abrir el segundo espacio en Polanco, los emprendedores se percataron de que con-

sumir comida saludable y a bajo costo era complicado, entonces decidieron crear Público Comedor, un lugar dentro del *coworking*, donde el menú está a cargo de Pablo Salas, ganador del Gourmet Awards y está abierto a todo público.

“La idea era hacer un restaurante que diera la sensación de estar en casa, comida rica y que te hiciera bien y a precio accesible”, recuerda Andrés.

También se creó Público Itacate, un concepto que se encuentra dentro del *coworking* de San Miguel Chapultepec, pero que también alberga un taller de bicicletas. El restaurante, a diferencia de Público Comedor, brinda un servicio más rápido, con precios más accesibles y para llevar.

CRECIMIENTO

Aunque los emprendedores recibieron ofertas de compra, decidieron no vender y sí apostar por el crecimiento. Por ello, levantaron la primera ronda de inversión de alrededor de 80 millones de pesos, con lo que se creó

Público en los edificios de la Condesa en Puebla y San Miguel Chapultepec.

Actualmente, hay tres proyectos en puerta: uno es abrir operaciones en la colonia Juárez, en la Ciudad de México, y los

otros dos son en un mismo espacio, en la Alameda Central, en el centro de Ciudad, donde se desarrollará un *coworking* y un hotel.

Porque el trabajador ya va ligado con el viajero, el proyecto contempla la rehabilitación de un espacio con 400 años de historia, que va a ser hotel, oficinas de Público, centro de convecciones y restaurantes. “Siempre manteniendo nuestra filosofía de que el edificio sea permeable y público”, finaliza Alfonso.

elizabeth.meza@eleconomista.mx

\$80 MILLONES
fue el monto de la primera ronda de inversión con la que Público comenzó su crecimiento.