

ATUAÇÃO DE EMPREENDIMENTOS EM COWORKINGS DE UBERLÂNDIA-MG: BENEFÍCIOS E DESAFIOS

BUSINESS PERFORMANCE IN COWORKINGS OF UBERLANDIA – MG: BENEFITS AND CHALLENGES

Rebecca Thaffenne Santos Oliveira

Graduada em Administração, Faculdade de Gestão e Negócios – Universidade Federal de Uberlândia.

becca_ts@hotmail.com

 [orcid https://orcid.org/0000-0001-8515-7450](https://orcid.org/0000-0001-8515-7450)

Márcia Freire de Oliveira

Doutora em Engenharia de Produção, Faculdade de Gestão e Negócios – Universidade Federal de Uberlândia

marciafreire@ufu.br

 [Orcid https://orcid.org/0000-0002-0569-2363](https://orcid.org/0000-0002-0569-2363)

DOI: <https://doi.org/10.36942/reni.v6i1.418>

RESUMO

Esta pesquisa tem como objetivo analisar os impactos dos *Coworkings*, localizados em Uberlândia- MG, para as empresas que estão instaladas nesses espaços. Procurou-se compreender a rotina de trabalho, tais como as vantagens e desvantagens de se trabalhar em um espaço de *Coworking* e os benefícios gerados. A coleta de dados foi realizada por meio de entrevistas semiestruturadas feitas com seis proprietários dos *Coworkings* e cinco gestores de empresas que estão instaladas nesses espaços. Os dados foram analisados por meio da técnica de análise de conteúdo. Os resultados indicaram que os espaços de *Coworkings* contribuem diretamente e indiretamente para os empreendimentos que atuam nesses espaços, sendo a economia de custos e a infraestrutura do local os maiores benefícios gerados. Entretanto, a compreensão das características do modelo de *Coworking* é uma das principais dificuldades para proprietários e empresas atuantes.

Palavras-chave: Coworking. Compartilhamento. Benefícios. Desafios.

ABSTRACT

The goal of the study is to analyze the impact of the Coworkings located in Uberlândia-MG, for companies that operate in these spaces. It was sought to understand the work routine, such as the advantages and disadvantages of working in a Coworking space and the benefits generated. The data was collected through semi-structured interviews carried out with six owners of the Coworkings and five managers of companies that are installed in these Coworkings, adding up to a total of eleven companies. The data was analyzed through the technique of content analysis. The results indicated that the Coworking spaces directly and indirectly contribute to the businesses that operate in these spaces, with cost savings and the infrastructure being the greatest benefits generated. However, understanding the characteristics of the Coworking model is one of the main difficulties for owners and acting companies.

Keywords: Coworking. Sharing. Benefits. Challenges.

JEL Classification: L26 –Entrepreneurship.

1. INTRODUÇÃO

Nos dias atuais, é notável que os avanços tecnológicos contribuam para as organizações de modo, por permitir a versatilidade do trabalho e da comunicação, e facilitar a mobilidade dos trabalhadores de modo a simplificar a maneira de operar suas atividades.

Desta maneira, no contexto organizacional há uma demanda de parcerias entre profissionais e empresas, principalmente nos projetos de pequeno porte, para possibilitar as diversas trocas de informações, conhecimentos e facilitar a inclusão da inovação e empreendedorismo dentro das empresas.

A necessidade de promoção entre profissionais leva as organizações e indivíduos buscarem meios alternativos para a realização das suas atividades. Assim os espaços de *coworking* surgem como uma nova área de interação das dinâmicas dos empreendimentos na modernidade.

Os coworkings são locais de trabalho compartilhados utilizados por empresas ou profissionais de áreas distintas com diferentes graus de especialização. O espaço, oferece não apenas estrutura física (escritórios, com mobiliário e internet) mas também a possibilidade de interação entre esses profissionais (Gandini, 2015).

Esses espaços de coworking não devem ser confundidos com incubadoras de empresas, uma vez que estas são voltadas ao oferecimento de estrutura física, mas além disso fornecem apoio gerencial, tecnológico e logístico de empresas nascentes (e não estabelecidas), que geralmente passam por um processo de seleção e podem permanecer na incubadora por um período determinado (Moriset, 2013, Farah, Cavalcanti e Passos, 2018).

O modelo de trabalho em *coworking* ainda é recente no Brasil. As primeiras operações dessa iniciativa foram no ano de 2007, e até os dias atuais, vem se revelando como tendência no mercado de trabalho (Medina e Krawulski, 2015).

Este espaço de compartilhamento que reduz custos e promove diversas maneiras de interação, se destaca aos profissionais de diversas áreas, que não têm um lugar fixo de trabalho e muitas vezes não se adaptam em trabalhos de home office. Dessa forma, esses profissionais procuram espaços de coworking, com estruturas físicas colaborativas sem muitas formalidades com o objetivo de intensificar as redes de contatos (Medina e Krawulski, 2015).

A partir destes fundamentos, a presente pesquisa visa responder a seguinte questão: Como os *coworkings* impactam para os empreendimentos neles instalados?

Visando responder à pergunta de pesquisa, o objetivo geral deste estudo é analisar o impacto dos *coworkings* localizados em Uberlândia-MG para os empreendimentos neles instalados. Já os objetivos específicos são: compreender a rotina de trabalho dos empreendedores que utilizam espaços de *coworking*; verificar as vantagens e desvantagens para os empreendedores em trabalhar nesses espaços; levantar as parcerias estabelecidas entre as empresas e os benefícios gerados por essas parcerias.

Este artigo está estruturado nas seguintes partes: (I) introdução, (II) referencial teórico sobre o empreendedorismo e *coworking*, (III) metodologia, (IV) resultados e (V) considerações finais.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Empreendedorismo

Ao longo da história é possível notar que o empreendedor tem um papel fundamental no desenvolvimento econômico na sociedade. O empreendedorismo surge como um campo de estudo em que se têm conjuntos de práticas capazes de gerar melhorias – geração de riqueza e melhor desempenho – às sociedades que os apoiam (Baggio e Baggio, 2014).

Devido à preocupação com a criação empresas duradouras com baixas taxas de mortalidade e ao aumento dos índices de desemprego, o empreendedorismo no Brasil se intensifica a partir da década de 1990. O apoio de entidades como o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e a Softex (Sociedade Brasileira para Exportação de Software) levou o despertar do tema empreendedorismo à sociedade brasileira, com informações e auxílio aos empreendedores para o desenvolvimento de suas trajetórias (Dornelas, 2012).

Os empreendedores transformam o ambiente em que se vive, assumindo os riscos de fracassos e iniciativas de buscas por novas experiências. São pessoas que utilizam os recursos disponíveis de forma criativa em projetos tanto pessoais com organizacionais seja por necessidade de empregabilidade ou pelas oportunidades de

inovações decorrentes do mercado (Baggio e Baggio, 2014).

Há várias definições acerca do termo empreendedorismo, mas de uma forma geral pode-se dizer que o empreendedorismo é determinado pela forma pela qual as pessoas começam e ampliam os seus negócios envolvendo empresas e clientes (Oliveira, 2012) mobilizando os recursos necessários e levando em consideração as oportunidades, mas também os riscos associados a um projeto (Mustpha, 2018).

Muitos empreendedores tentam se diferenciar dos modelos de gestões existentes, pautados nas práticas do modelo taylorista de trabalho. Seja pela falta de recursos ou pela liberdade de inovação em seus modelos de negócios, os empreendedores podem optar por atuar em *home-office* e em empresas que compartilham o mesmo espaço de trabalho, que é o caso dos *coworkings* (Stella, 2015, Medina 2016).

Uma vez que as atividades empreendedoras contribuem para a criação de riqueza e o crescimento econômico, elas exigem, um ambiente de negócios que possa estimular a criatividade e a inovação, o que pode ser encontrado nos *coworkings* pois estes, além da estrutura física oferecida buscam promover a interação, a colaboração e o *networking* (Mustpha, 2018).

2. 2 Coworking

O desenvolvimento de capacidades empreendedoras em um mercado competitivo e de grandes mudanças torna-se essencial para a continuidade e crescimento dos negócios. Com um modelo de flexibilidade e autonomia aos profissionais, os espaços de *coworking* surgem como uma opção às novas práticas presentes no mercado de trabalho (Medina, 2016).

Visando uma nova forma de desenvolver o trabalho nas organizações fundamentado na colaboração a aproximação de trabalhadores, o termo *coworking* surge em 1995, na Alemanha, a partir da criação do espaço *C-base* por *BernierDekoven* - um ambiente para compartilhamento e colaboração de estudos em tecnologia, ciência e ficção científica. Porém, a ideia de *coworking* consolida-se a partir de 2005 quando Brad Neuberg constitui o primeiro espaço físico em São Francisco, nos EUA para que trabalhadores autônomos conseguissem desenvolver suas atividades e/ou projetos próprios (Soares e Saltorato, 2015).

Esses espaços vêm crescendo ao longo dos anos, conforme revela Deskmag (2019) a pesquisa *Global Coworking Survey* (2019), apontou que em 2015 havia 8.900 *coworkings* no mundo e em 2018 esse número já era de 18.700 *coworkings*, ou seja, em três anos houve um crescimento de mais de 100% de *coworkings* no mundo. A pesquisa apresentou uma estimativa de 22.400 e de 26.300 *coworkings* para os anos de 2019 e 2020, respectivamente.

Já no Brasil, conforme o Coworking Brasil.org (2019) o Censo *Coworking* Brasil 2019 em 2015 havia 238 *coworkings* no país e em 2019 o número de *coworkings* passou para 1.497, apresentando um crescimento de 25% em relação ao número de *coworkings* (1.194) do ano de 2018. A pesquisa mostrou também que os estados que possuem o maior número de *coworkings* são, em ordem decrescente, São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais, e que exceto em Roraima, todos os estados brasileiros possuem ao menos um espaço de *coworking* ativo.

Em circunstâncias de uma economia globalizada e com crescente concorrência, os *coworkings* resultam de processos globais de desfocagens de organizações convencionais nas principais cidades empresariais (Moriset, 2017), sendo voltados a uma prática de trabalho que possibilita as relações sociais entre pessoas de diferentes meios e interesses, atuando com flexibilidade e ausência de barreiras sociais (Gerdenitsch *et. al.*, 2016; Moriset, 2017).

Mesquita, Pozzobon e Petrini (2020) definem os espaços de *coworking* como novas formas de organização social relacionadas a um ambiente favorável à inovação, criatividade e aprendizado, devido ao seu potencial de desenvolver laços sociais e valores comuns que moldam e são moldados por esses espaços.

De acordo com Bouncken e Reuschl (2016) a motivação pelo uso do *coworking* se dá pela diminuição de tarefas administrativas, acesso a locais com interações sociais que fornecem inspirações e trocas de opiniões, além de conseguir aprender com diversos profissionais trabalhando em equipes e realizando projetos.

Os espaços de *coworking* também surgem como alternativa para os profissionais que estão descontentes com os atuais empregos. As demissões em massa e os baixos salários ofertados nas empresas tornam-se oportunidades para que os profissionais procurem outros meios de trabalho, favorecendo o movimento dos espaços de *coworking* (Campos, Schimitz, & Teixeira, 2015).

Os *coworkings* são caracterizados por possuírem layout que estimula o contato entre as pessoas permitindo a sensação de liberdade de comunicação interpessoal. Neste ambiente propício a inovação e a criatividade, os profissionais conseguem maiores estímulos e rendimentos por possuírem autonomia quanto a maneira de trabalho (Medina, 2016).

De acordo com Campos *et. al.* (2015) as organizações em modelos de *coworking* possuem vantagens de colaboração pela diversidade de pessoas e de conhecimentos; os custos são reduzidos por dividirem o espaço e os gastos; e as pessoas são autônomas mesmo incluídas em uma comunidade.

As empresas que optam por modelos de *coworking*, conseguem formar parcerias que geram redes de contatos, permitindo trocas de ideias e experiências entre funcionários de diferentes áreas e empresas (Medina, 2016). No entanto por causa das divergências dos usuários do modelo, funções, regulamentos e comportamentos não determinados das equipes e projetos, as estruturas do *coworking* podem vir a não desenvolver características de valores conjuntos, ou comportamentos com objetivo de aumentar o compromisso dos profissionais (Parrino, 2015; Bouncken e Reuschl, 2016).

O ambiente do *coworking* pode ser desfavorável às empresas instaladas quando as distrações com conversas e ruídos atrapalham a concentração dos funcionários na realização das atividades. Ademais, por ser um trabalho que gera autonomia aos funcionários, as empresas se tornam dependentes de iniciativas e da colaboração dos membros (Soares e Saltorato, 2015).

Conforme colocado anteriormente neste artigo o surgimento e a consolidação dos espaços de *coworking* é recente portanto, o número de estudos sobre o tema ainda é pequeno. Dentre os estudos utilizados nesta pesquisa, alguns (Ross e Resia, 2015; Waters-Lynch *et. al.*, 2016; Waters-Lynch e Potts, 2017; Zonatto *et. al.*, 2017; Mustpha, 2018) se destacam por fazer uma análise geral dos conceitos e dos espaços de *coworking*.

Ross e Ressia (2015) por sua vez, analisaram os fatores que impulsionam o uso crescente dos *coworkings*, investigando as características desse ambiente de trabalho. Os resultados encontrados demonstraram que fatores como: baixo custo, flexibilidade, necessidade de interação social e capacidade de desenvolvimento, levam os

profissionais a optar por trabalhar em ambientes de *coworking*. Os autores também analisaram que os espaços de *coworking* reúnem várias organizações e indivíduos, permitindo a colaboração e compartilhamento de conhecimento e, como resultados conseguem desenvolver soluções para os problemas que estavam tentando resolver de forma mais rápida e fácil.

Com o objetivo de conseguir uma visão ampla sobre os *coworkings*, Waters-Lynch *et al* (2016), destacaram em sua pesquisa que os espaços de *coworking* são mais do que compartilhamento de espaço físico, pois permitem o desenvolvimento de diversas formas de participações sociais compartilhadas e atividades colaborativas entre os diferentes perfis de profissionais neste ambiente.

Já o trabalho de Waters-Lynch e Potts (2017) teve como objetivo analisar um novo modelo alternativo de economia enfatizando os espaços de *coworking* como uma solução de economia social dentro de uma organização. Com o apoio de dados de um estudo feito nos primeiros anos do modelo de *coworking* em Melbourne na Austrália, os autores ressaltam que os espaços de *coworking* combinam recursos agregados para o crescimento de novos modelos de negócios com a expectativa de diferenciação de mercado.

Zonatto *et al.* (2017), em pesquisa desenvolvida junto a 49 empreendedores que atuam em *coworkings* na cidade de Florianópolis- SC, tiveram o objetivo de identificar competências empreendedoras. Os resultados mostraram que modelos de *coworking* não favorecem o desenvolvimento de tais competências em profissionais, mas que permitem a interação e a aprendizagem por meio da cultura participativa e promove a oportunidade de interação social escapando do tédio e da frustração de trabalhar sozinhos.

Por fim, Mustpha (2018) buscou compreender o impacto do *coworking* sobre o empreendedorismo e a maneira como esses espaços devem ser concebidos para favorecer as atividades empreendedoras. A pesquisa foi realizada sob formato de estudo de caso em um *coworking* marroquino. Os resultados apontaram que o *coworking* estudado consegue combinar os aspectos: infraestrutura material (o espaço reúne múltiplos membros – empresas residentes, membros de passagem, profissionais liberais, *free lancers*, etc. – e oferece espaços compartilhados e escritórios privativos, e internet *wifi*); acesso à uma rede profissional (o *coworking* possui uma plataforma

organizacional composta de eventos concebidos para favorecer a interação entre os membros: conferências, workshops, seminários etc.) e apoio profissional (o *coworking* fornece mentorias para as startups e as empresas sociais e culturais), estimulando as atividades empreendedoras.

3. METODOLOGIA

O presente estudo caracteriza-se como uma pesquisa qualitativa e exploratória, sendo um estudo de campo. Conforme Oliveira (2008), o enfoque qualitativo é pautado na interpretação do mundo real, estimulando a exploração das opiniões dos participantes, buscando suas percepções, e entendimentos sobre os fenômenos estudados. Já o estudo de campo é caracterizado por realizar investigações e coleta de dados junto aos participantes, utilizando diferentes recursos, tais como: observação, análise e interpretação dos fatos (Fonseca, 2002). Já a pesquisa exploratória tem como objetivo promover a familiaridade com o problema, aprimorar as ideias e possibilitar a consideração dos aspectos estudados (GIL, 2010).

Para a coleta de dados, foram desenvolvidos dois roteiros de entrevistas semiestruturados com seis proprietários dos *coworkings* e cinco gestores de empresas que atuam nessas organizações para levantar informações sobre o tema em questão. As entrevistas foram realizadas pessoalmente no período de maio a agosto de 2018, com duração média de onze minutos cada sendo gravadas e transcritas na íntegra.

Os dados foram analisados por meio da técnica de análise de conteúdo que utiliza procedimentos metódicos e objetivos de exposição do conteúdo das mensagens, filtrando as principais características que se deseja encontrar (Bardin, 2009). Para a análise de conteúdo, foram definidas categorias, a partir do referencial teórico, apresentadas no Tabela 1 a seguir.

AUTORES	CATEGORIA	PERGUNTAS DO ROTEIRO
Bounken e Reuschl (2016) Waters-Lynch	Caracterização das Empresas Pesquisadas	1) Nome, idade, escolaridade e-mail, cargo que ocupa da empresa. (Proprietário do Coworking/Empresas atuantes) 2) Relate o histórico da empresa (Quando começou a funcionar, desde quanto à empresa atua no <i>coworking</i> , como surgiu a oportunidade de negócio e motivações para a abertura da empresa). (Proprietário do <i>Coworking</i> /Empresas atuantes) 3) Como o espaço pode ser utilizado? Quais os serviços que

et al (2016) Ross e Ressler (2015)		o <i>coworking</i> oferece para os usuários? (Proprietário do <i>coworking</i>) 4) A rotatividade dos usuários fixos é alta? Se sim, por quais motivos? (Proprietário do <i>coworking</i>) 5) Quantos funcionários a empresa possui? A empresa é formalizada? (Empresas atuantes) 6) Como são divididos os custos e as despesas? (Empresas atuantes) 7) Qual o público do <i>Coworking</i> ? (Proprietário do <i>coworking</i>)
Bouncken e Reuschl (2016) Waters-Lynch et al (2016) Medina (2016)	Ambiente de Trabalho	1) Como a sua empresa utiliza o <i>Coworking</i> ? Como é a rotina de trabalho no escritório de <i>Coworking</i> ? (Empresas atuantes) 2) Como é a utilização do tempo no escritório de <i>coworking</i> ? (Empresas atuantes) 3) Como é a relação com as outras empresas? Vocês chegaram a estabelecer algum tipo de parceria com tais empresas? Se sim, quais? (Empresas atuantes)
Ross e Ressler (2015) Bouncken e Reuschl (2016) Zonatto et al (2017)	Razões para atuação em <i>coworking</i>	1) Quais foram as motivações para se trabalhar em um espaço compartilhado? (Empresas atuantes) 2) Futuramente você pretende sair do espaço de <i>coworking</i> ? Por quê? (Empresas atuantes)
Parrino (2015), Bouncken e Reuschl (2016), Waters-Lynch et al (2016), Soares e Saltorato (2015), Mustpha (2018)	Dificuldades e benefícios da atuação em <i>coworkings</i>	1) Quais os benefícios que o <i>coworking</i> gera para as empresas participantes? Existe algum ponto negativo na utilização do <i>coworking</i> ? (Proprietário do <i>coworking</i>) 2) Qual foi o impacto/benefícios para seu negócio de entrar para o <i>coworking</i> ? (Empresas atuantes) 3) Quais as dificuldades quando se trabalha em <i>coworking</i> ? (Empresas atuantes)

Tabela 1: Categorias de Análise

Fonte: Elaborada pelos autores

4. RESULTADOS

Esta pesquisa buscou verificar como os *coworkings* impactam nos empreendimentos neles instalados. Para melhor clareza de identificação, as empresas e os entrevistados estão caracterizados nas tabelas inseridas no tópico 4.1. Nos tópicos posteriores (4.2 a 4.4) encontram-se os principais resultados da pesquisa divididos nas categorias de análises

4.1 Caracterização das Empresas e Entrevistados Pesquisados

Os coworkings pesquisados foram fundadas entre 1998 e 2014 e trabalham com diversos públicos como startups, profissionais autônomos, microempreendedores, estudantes, entre outros. O número de empresas instaladas nesses coworkings são de 03 a 04 organizações. A Tabela 2 detalha as informações de caracterização dos coworkings pesquisados.

Empresa	Ano de Fundação	Serviços Oferecidos	Público do Coworking	Nº de empresas residentes
O1	2018	Aluguel de salas individuais para empresas parceiras; espaço navegante com estações de trabalho fixas ou não; cozinha; banheiro, salas de treinamento e reuniões; serviços de energia e internet e, horários flexíveis.	Profissionais autônomos, microempreendedores e pequenas empresas.	04
O2	1998	Salas privativas para residentes; auditorios; salas de reuniões; banheiro; serviços de internet e energia; mentorias; acessoria de impressas para as empresas participantes.	Empresas de inovações	04
O3	2016	Salas fixas, salas de reuniões, espaço modular com materias de escritorio aptos para locomoção; banheiro; cozinha; serviços de energia e internet; espaço para eventos em gerais.	Profissionais autônomos e startups.	03
O4	2017	Salas de reuniões; salas de eventos, auditórios; cozinha; banheiro; serviços de energia e internet; espaço make e salas de metodologias ativas.	Startups e alunos com desenvolvimento de projetos e ideias inovadores.	03
O5	2015	Salas privativas, espaço acessível e com liberdade de horários; salas para descanso; salas de reuniões e eventos; banheiro; cozinha; serviços de internet e energia.	Profissionais com trabalhos autorais e iniciativas alternativas.	04
O6	2014	Salas privativas; salas de reuniões; salas de eventos; salas para alugueis; banheiro; cozinha; varanda; serviços de energia e internet e salas experimentais grátis.	Profissionais autônomos.	03

Tabela 2: Caracterização dos Coworkings pesquisados

Fonte: Elaborada pelos autores

Em se tratando dos proprietários dos coworkings, conforme apresentado na Tabela 3, eles tem idade entre 25 e 33 anos, possuem ensino superior completo ou pós-graduação e a maioria deles ocupam cargos de diretor executivo.

Empresa	Proprietário	Idade	Escolaridade	Cargo Ocupado
O1	P1	32	Superior completo	Diretor Executivo
O2	P2	25	Pós- Superior	Gerente Comercial
O3	P3	25	Superior completo	Diretor Executivo
O4	P4	28	Pós- Superior	Líder (responsável pelo espaço)
O5	P5	33	Superior completo	Diretor Executivo
O6	P6	30	Superior completo	Diretora Executiva

Tabela 3: Caracterização dos Proprietários dos Coworkings

Fonte: Elaborado pelos autores

Foram pesquisadas 06 empresas instaladas nos *coworkings*, sendo tais empresas recentes, sendo a mais antiga fundada em 2015 e as mais novas em 2017. O número de funcionários dessas organizações é de 01 a 04 funcionários e elas atuam em diferentes setores, conforme apresentado na Tabela 04.

Coworking em que atua	Empresa atuante	Ano de fundação	N ° de funcionários	Setor de atuação
O1	E1	2017	04	Empresa de eventos em gerais
O2	E2	2015	01	Empresa de tecnologia voltada para o setor de transportes
O3	E3	2016	03	Recursos Humanos
O4	E4	2017	03	Publicidade e Marketing digital
O5	E5	2017	04	Desenvolvimento de tecnologia

Tabela 4: Caracterização das empresas que atuam nos *coworkings*

Fonte: Elaborada pelos autores

Por fim, em relação à caracterização dos gestores das empresas que atuam nos coworkings, eles possuem idade entre 24 a 38 anos, a maioria possui ensino superior completo e apenas um não é proprietário da organização.

Empresa	Gestor	Idade	Escolaridade	Cargo Ocupado
E1	GE1	24	Ensino Superior Incompleto	Sócio Fundador
E2	GE2	38	Ensino Superior	Proprietário
E3	GE3	27	Ensino Superior	Sócio Fundador
E4	GE4	29	Ensino superior	Sócia fundadora
E5	GE5	27	Ensino superior	Gestor - Analista de Sistemas

Tabela 5: Caracterização dos entrevistados (gestores de empresas que atuam nos coworkings)

Fonte: Elaborada pelos autores

4.2 Ambiente de Trabalho

A partir das entrevistas analisadas foi possível perceber que a utilização do ambiente de trabalho varia de acordo com as atividades a serem executadas. Em geral as empresas utilizam o espaço diariamente para a realização de reuniões entre si e/ou clientes e parceiros, realizações de eventos, além da rotina diária das tarefas. Parte dos entrevistados mostrou satisfação além da utilização do espaço para realizar suas obrigações, mas também pelos ganhos resultantes desse compartilhamento.

Cada um cuida do seu negócio, mas aqui o maior valor do *coworking* é justamente estar em contato com outras pessoas com mais experiências e outras menos. Aí vem a troca de ideia, passa informação, aprende com outro, então esse acesso ao networking acontece de forma natural a todo momento pra quem vive em *coworking* (G4)
Bom, a gente usa a nossa sala para reuniões assim e para fazer nossas atividades, mas o restante do espaço para aproveitar mesmo e descansar e bater um papo sobre negócios ou compartilhar ideias e pedir ajuda sobre algo (G5).

Na pesquisa realizada por Waters-Lynch *et al.* (2016) foi possível identificar que o modo de relação em um ambiente compartilhado acontece como relataram as empresas analisadas ao se tratar do *coworking* não apenas como um compartilhamento de espaço físico, mas sim como um ambiente que possibilita diversas formas de desenvolvimento por meio das relações.

A rotina dentro do *coworking* varia de acordo com a empresa participante. Analisando as entrevistas, foi possível identificar que algumas empresas dispõem de liberdade e flexibilidade de horários e outras possuem horários delimitados para a utilização do espaço.

A gente utiliza o espaço aqui também no sábado, a gente pode vir aqui para trabalhar e se precisar usar para algo importante ou não e nos dias de domingo a gente tira pra descansar, mas se precisar temos a total liberdade também (G1).

Apenas um gestor (G2) apontou a restrição de utilização do *coworking* em horário comercial, conforme relata: “O problema é que aqui temos a restrição de horário das 8h às 18hrs por enquanto né, então não tem como fugir dessa rotina”.

A formação de parcerias, principalmente entre empresas residentes do *coworking*, é um dos princípios do compartilhamento e *networking* presente no dia a dia neste ambiente. Autores como Medina (2016) e Waters-Lynch *et al* (2016) em suas pesquisas evidenciaram que os espaços de *coworking* estimulam o contato entre os participantes, gerando a liberdade para a comunicação e relações pessoais que fomentam as parcerias em redes de contatos. Um dos pontos comuns encontrados nas falas dos gestores entrevistados, é que o ambiente de *coworking* possibilita a interação de troca de informações mencionadas pelos autores, mas que em contrapartida, essas interações não resultaram em parcerias formalizadas.

Então o que acontece mesmo é a troca de informações, ideias, um ajudando quando precisa, mas de contrato formado ainda não saiu nada (G2).

Bom, nunca saiu nenhum tipo de acordo ou parcerias aqui têm uma relação agradável (...) é tudo interativo, mas não houve parcerias ainda estabelecidas, só troca de informações, ideias, ou de alguma ajuda (...) mas nada assim formalizado (G5).

4.3 Razões para Atuação em Coworkings

As razões para atuação em *coworkings* envolve o custo reduzido, acesso a serviços básicos de maneira simples e fácil, liberdade e autonomia de suas atividades, entre outros fatores. Os relatos dos entrevistados demonstraram que as condições do local, as comodidades e as relações sociais foram razões atrativas para a atuação nesse ambiente. Os gestores G1 e G4 gestores evidenciaram a praticidade desse espaço ao mencionar as possibilidades de trocas de informações tão facilmente e, expressaram a satisfação em não estar em modelos tradicionais de trabalho quando se referem ao ambiente descontraído e a liberdade no uso de vestimentas.

A economia de custos é uma das características principais para os atuantes em *coworkings* pelo fato de não precisarem de muitos recursos e, se torna uma razão atrativa para aqueles que desejam novos modelos de trabalho. Esse fator é evidenciado nos resultados da pesquisa ao perguntar a dois gestores sobre a motivação de se trabalhar em espaços compartilhados. O G3 mencionou o seguinte “Sendo bem sincero, obviamente é a economia de custos, economia de recursos,

porque aqui temos telefone, internet, contato com outras pessoas”. Já o G2 fez o seguinte relato:

Principalmente o custo (...) montar escritório seria muito caro esse investimento de aluguel e telefone, sem falar que tinha a diária da limpeza entre outras coisas e assim, então eu calculei, fiz pesquisas e realmente não compensou (G2).

Os fatores expostos acima pelos gestores apontam satisfação e contribuem para a permanência das empresas nos ambientes de *coworking*. Analisando as entrevistas, essa estadia só seria interrompida, caso o espaço se tornasse insuficiente em infraestrutura: “Quando minha empresa atingir pelo menos 5 funcionários acho que já justificaria a saída do *coworking* e ir para outro local (G2)”; “Por esses fatores que te falei vamos continuar aqui, mas se tiver uns 6 funcionários aí vamos repensar a ideia, mas por enquanto não (G3).”; “Ah, só se aumentar muito a demanda de ter que aumentar muito os funcionários (G4).”

Esses resultados se mostram semelhantes aos encontrados na pesquisa de Ross e Ressler (2015), que explica o uso crescente do *coworking* resultantes dos baixos custos, flexibilidade, capacidade de desenvolvimento e interações sociais. Os resultados também se assemelham a pesquisa feita pelos autores Bouncken e Reuschl (2016) que descrevem a motivação por esse ambiente de trabalho, pela inspiração da troca de opiniões entre os participantes, diminuição das tarefas administrativas e acesso a locais que permitem interações.

4.4 Desafios e Benefícios da Atuação em *Coworkings*

Uma das questões analisadas na pesquisa envolvem as percepções dos proprietários do *coworkings* em relação aos benefícios gerados as empresas atuantes em seus negócios. Os resultados encontrados demonstraram que os gestores não estão preocupados somente em fornecer um espaço físico de compartilhamento aos seus clientes, mas sim em propor às empresas toda a comodidade necessária de um lar. Os proprietários entendem que, indivíduos que optam por esse modelo de trabalho, se configuram pelo cansaço dos padrões tradicionais e pela busca da ausência de barreiras sociais. Além da busca pela flexibilidade e autonomia, essas pessoas buscam desenvolver suas atividades no conforto necessário do dia a dia.

Acho que no nosso caso a gente fomenta a autonomia né (...) cada pessoa tem sua chave, a senha do alarme e pode vir na hora que quiser, porque a gente cria esse vínculo de liberdade junto com autonomia (P5).

Primeiro o conforto né, de ter um canto que é seu, organizado, que você pode usar como quiser a liberdade de horários que a empresa vai ter aqui dentro, a praticidade de se trabalhar em um espaço multiuso e que gera o networking as empresas que estão aqui (P6).

Outro ponto de destaque relatado nas entrevistas são os benefícios que os *coworkings* geram em contextos organizacionais, que estão relacionados à interação das empresas instaladas nesses espaços, conforme os relatos a seguir: “Oh, benefícios...do meu ponto de vista, é rede de relacionamentos, pois elas são ampliadas (P1).”; “Contato com o ecossistema, na verdade esse contato entre as empresas que estão no espaço (...) incentivo a participação, viver fora da caixa” (P4).

Compartilhamento, dos benefícios, o fato de estar aqui dentro, vivendo essa cultura nesse ambiente, a interação com as outras pessoas, a geração de ideias (P2).

A forma como a infraestrutura do local é montada foi citada na entrevista apenas pelo P3 como forma de geração de benefícios para as empresas. O fato de o local poder ser montado e desmontado de acordo com a preferência do cliente resulta na criatividade e inovação que uma empresa tradicional não pode fornecer.

Os resultados alcançados nesta pesquisa corroboram com a pesquisa de Campos, Schimitz e Teixeira (2015) que citam vantagens de colaboração, diversidade e conhecimento quando se está em uma mesma comunidade interagindo com o próprio ambiente. O estudo de Mustpha (2018) também se assemelha aos resultados encontrados no que se refere à facilidade para novas oportunidades derivadas do compartilhamento de espaço.

Ao que se refere aos fatores negativos na percepção dos proprietários na utilização do *coworking*, os resultados apontaram que para alguns gestores a falta do entendimento do funcionamento do *coworking* e suas funções para a sociedade por meio dos participantes, geram desconforto na utilização do espaço, conforme apontado nas seguintes falas: “É justamente as pessoas entenderem o que é um *coworking* porque muita gente ainda está na dúvida... acha que vai virar confusão”(P1); “Falo no sentido de atender telefone alto, falar mais alto ou de forma exagerada, o fato de algumas pessoas ainda não saber respeitar (P2).”; “A convivência

em si, porque tem pessoas que ainda tem dificuldade de se conviver (...) os pontos negativos estão em não saber como utilizar este espaço” (P6).

Bouncken e Reuschl (2016) mostram que quando há divergências dos usuários no modelo e nas funções na utilização do espaço do *coworking*, o comportamento tende a desvalorizar o compromisso entre os participantes. Essa desvalorização gera o não desenvolvimento das características dos valores compartilhados, o que se assemelha aos resultados encontrados nesta pesquisa.

Em outra perspectiva, analisando a concepção dos gestores das empresas atuantes em relação aos impactos e benefícios por estarem em um ambiente compartilhado, às respostas foram de concordância aos aspectos de redução de custos e de melhoria de desempenho. Os gestores expõem de forma óbvia o maior benefício resultante da escolha do modelo de trabalho: “Primeiro foi de rendimento, porque como a gente trabalhava em casa, cada um na sua casa e no seu horário aí dificultava o rendimento” (G1); “Bom, primeiro sem dúvida a questão dos valores né” (G2); “Então o impacto já vem na economia de custos e despesas, e resulta em geração de ideias e inovação para nosso negócio” (G3).

Destacam-se também outros benefícios e impactos que esse padrão proporciona as empresas atuantes, tais como comodidade, segurança, conforto, além dos benefícios gerados pelas interações e compartilhamento de conhecimento, porém os gerentes evidenciaram que não houve impactos diretamente nos negócios como por exemplo, na lucratividade. O entrevistado G2 relata que “O fato de ter pessoas aqui diretamente possibilita essa interação e criar um relacionamento bom”, já o G4 e o G5, colocam o seguinte:

Assim, aqui temos o nosso espaço, a nossa tranquilidade, somos bem atendidos, tudo muito bem organizado e cuidado e a gente compartilha algumas ideias, pede ajuda, conversa sobre as atividades (G4).

Não teve um benefício que foi voltado para o negócio entende? No sentido de fazer crescer, ganhar mercado ou clientes, ganhamos no conforto e na comodidade, mas em relação a benefícios para o negócio não teve não (G5).

Ao se tratar dos desafios encontrados pelas empresas atuantes, os principais relatos dos entrevistados foram à adaptação acerca das diferenças, consequentemente resultante na busca pelo respeito mútuo. O entrevistado G1 diz que existem desafios “Porque tem muita diferença em vários espaços, diferença entre

as pessoas, os costumes e a cultura e assim fica difícil quando se junta”, já o G2 e o G5 revelam que:

As conversas em espaço aberto também atrapalham a comunicação, muitas das vezes quando se precisa estar focado ou resolver algo com mais cuidado e tem as conversas e tem as brincadeiras que atrapalham o raciocínio e a concentração (G2).

Ah, as vezes acontece de ter um fluxo muito grande de pessoas que geram certo desconforto, pela movimentação, e as vezes tira a concentração, e aí chega a incomodar (G5).

Esses resultados se assemelham a pesquisa dos autores Soares e Saltorato (2015) que evidenciaram que o respeito parte da iniciativa da colaboração de cada participante, e que quando há grandes ruídos, conseqüentemente há distrações no local, se tornando inadequado para realização das atividades do dia a dia.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

No cenário atual no qual está inserida a sociedade, houve uma quebra das barreiras sociais dos modelos tradicionais de trabalho para modelos que usam padrões alternativos. Nesse processo, surgiram conceitos de trabalhos baseados no compartilhamento de espaços físicos denominados espaços de *coworking*, que não só compartilham o mesmo espaço, mas interagem todos os profissionais em um mesmo ambiente.

Partindo destes princípios, este estudo pode identificar como os *coworkings* impactam os empreendimentos atuantes nesses espaços e como são feitas as interações sociais com seus participantes. Diretamente, os maiores benefícios gerados pelos *coworkings* são a economia de custos e a infraestrutura com a comodidade e o conforto necessário para a realização das atividades do dia a dia. De forma indireta, os estabelecimentos possibilitam as interações sociais e a aprendizagem por meio de uma cultura participativa. Os desafios encontrados na utilização do *coworking* se referem ao entendimento da forma de utilização do espaço e na adaptação às diferenças. Desse modo, podemos concluir que o objetivo deste estudo foi atingido.

Este artigo contribui para ampliar a discussão sobre os benefícios e desafios dos *coworkings* no contexto brasileiro. Como contribuição prática sugere-se aos usuários dos *coworkings*, que compreendam as funções deste modelo, suas finalidades e

potencialidades, visto que a maior dificuldade tanto para os proprietários como para as empresas atuantes estudadas é utilizar o espaço de forma compartilhada. Assim é importante ressaltar que o *coworking* deve ser empregado como uma comunidade que visa a troca de experiências e a valorização pela criação de contatos e por isso sugere-se que sejam promovidas ações para maior interação entre os participantes.

Para estudos futuros foi identificado a necessidade de analisar como os *coworkings* podem contribuir diretamente na viabilidade econômica dos empreendimentos instalados em seu ambiente e as dificuldades da realização de parcerias entre empresas atuantes, contradizendo os princípios de um ambiente compartilhado

REFERÊNCIAS

- BAGGIO, A.F., BAGGIO, D.K. 2014. Empreendedorismo: Conceitos e Definições. *Rev. de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia*, 1(1):25-38. <https://doi.org/10.18256/2359-3539/reit-imed.v1n1p25-38>
- BARDIN, L. 2009. *Análise de Conteúdo*. 5ed. Lisboa, Edições 70, 281 p.
- BOUNCKEN, R.B.; REUSCHL, A.J. 2016. Coworking-spaces: how a phenomenon of the sharing economy builds a novel trend for the workplace and for entrepreneurship. *Review of Managerial Science*, 12(1):317-334. <https://doi.org/10.1007/s11846-016-0215-y>.
- CAMPOS, J. G. C.; SCHIMITZ, A.; TEIXEIRA, C. 2015. Coworking Spaces: Concepts, Types and Features. In: CONGRESSO INTERNACIONAL DO CONHECIMENTO E INOVAÇÃO, 5, Joinville, 2015. Anais...Joinville. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Joao_Geraldo_Campos/publication/282701860_Coworking_Spaces_Concepts_Types_and_Features/links/562f830608aeb2ca696223b77/Coworking-Spaces-Concepts-Types-and-Features.pdf?origin=publication_detail. Acesso em 19/01/2019.
- COWORKING BRASIL.ORG. 2019. Censo Coworking Brasil 2019. Disponível em de <https://coworkingbrasil.org/censo/2019/>. Acesso em 12/01/2020.
- DESKMAG. 2019. 2019 Coworking Forecast. Recuperado de <https://www.dropbox.com/s/jjor71mecwqbxdy/2019%20Complete%20Coworking%20Forecast.pdf?dl=0>. Acesso em 12/01/2020.
- DORNELAS, J.C.A. 2012. *Empreendedorismo: transformando ideias em negócios*. 4ª ed., Rio de Janeiro, Elsevier, 260 p.
- FARAH, O. E; CAVALCANTI, M; PASSOS, L. M. 2018. Empreendedorismo: estratégia de sobrevivência para pequenas empresas. 2ª ed. São Paulo: Saraiva, 320 p.
- FONSECA, J. J. S. 2002. *Metodologia da pesquisa científica*. Fortaleza, UEC. Apostila.

- GANDINI, A. 2015. The rise of coworking spaces: A literature review. *Ephemera Theory & Politics in organization*, 15(1), 193-205.
- GERDENITSCH, C.; SCHEEL, T.E.; ANDORFER, J.; KORUNKA, C. 2016. Coworking Spaces: A Source of Social Support for Independent Professionals. *Front. Psychol.*, 7(581). <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2016.00581>
- GIL, A. C. 2010. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 5. ed, São Paulo, Atlas, 184p.
- MEDINA, P.F. 2016. *Carreiras de profissionais que atuam em coworking: entre os novos arranjos e os velhos hábitos de trabalho*. Florianópolis, SC. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal de Santa Catarina, 128p.
- MEDINA, P. F.; KRAWULSKI, E. 2015. Coworking como modalidade e espaço de trabalho: uma análise bibliométrica. *Cadernos de Psicologia Social do Trabalho*, 18 (2):181-190. <https://doi.org/10.11606/issn.1981-0490.v18i2p181-190>
- MESQUITA, L.A.; POZZEBON, M.; PETRINI, M. 2020. Construindo Espaços de Interação Social a partir de Relações e Práticas de Trabalho Compartilhado. *Revista de Administração Contemporânea*, 24(2):181-196. <https://doi.org/10.1590/1982-7849rac2020190041>
- MORISSET, F. 2013. Building new places of the creative economy. The rise of coworking spaces. 2013. Disponível em: <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00914075>
- MORISSET, B. 2017. Inventer les nouveaux lieux de la ville creative: les spaces de coworking. *Territoire en Mouvement Revue de Géographie et Aménagement*, 34. <https://doi.org/10.4000/tem.3868>
- MUSTPHA, B. 2018. Nouvelles Pratiques Organisationnelles pour l'Accompagnement Entrepreneurial: Le Cas du Coworking. *Revue Marocaine de Recherche en Management et Marketing*, 18: 45-56.
- OLIVEIRA, C. L. 2008. Um apanhado teórico-conceitual sobre a pesquisa qualitativa: tipos, técnicas e características. *Revista Travessia: educação, cultura e arte*, 2 (3). Disponível em <http://e-vestiga.unioeste.br/index.php/travessias/article/view/3122/2459>. Acesso em 10/01/2019.
- OLIVEIRA, F. M. 2012. Empreendedorismo: teoria e prática. *Rev. Especialize Online*, 3. Disponível em <https://www.ipog.edu.br/download-arquivo-site.sp?arquivo=empreendedorismo-teoria-e-pratica-1119143.pdf>. Acesso em 01/12/2018.
- PARRINO, L. 2015. Coworking: Assessing the Role of Proximity in Knowledge Exchange. *Knowledge Management Research & Practice*, 13: 261–271. <https://doi.org/10.1057/kmrp.2013.47>.
- ROSS, P.; RESSIA, S. 2015. Neither Office nor Home: Coworking as an Emerging Workplace Choice. *Employment Relations Record*, 15(1): 42-57.
- SOARES, J.M.M.; SALTORATO, P. 2015. Coworking, uma forma de organização de trabalho: conceitos e práticas na cidade de São Paulo. *AtoZ: novas práticas em informação e conhecimento*, 1-73. <http://dx.doi.org/10.5380/atoz.v4i2.42337>

STELLA, V.C. 2015. As dramáticas do uso de si de um jovem empreendedor. *Ergologia*, 13: 75 – 89.

WATERS-LYNCH, J.; POTTS, J.; BUTCHER, T.; DODSON, J.; HURLEY, J. 2016. *Coworking: A Transdisciplinary Overview*. Working Paper. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2712217>.

WATERS-LYNCH, J.; POTTS, J. 2017. The Social Economy of Coworking Spaces: A Focal Point Model of Coordination. *Review of Social Economy*, 75(4): 417-433. <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2770874>.

ZONATTO, P.A.F.; SBISSA, A.P.; LENZI, F.C.; ZONATTO, V.C.S. 2017. Desenvolvimento de competências empreendedoras em ambiente colaborativo: uma análise com profissionais que atuam em escritórios de coworking. *ReAT: Revista Eletrônica de Administração e Turismo*, 10(5): 1132-1152. <http://dx.doi.org/10.15210/reat.v10i5.10425>.