

Atuação de Empreendimentos em Coworkings de Uberlândia-MG: benefícios e desafios

Rebecca Thaffenne Santos Oliveira – becca_ts@hotmail.com
Faculdade de Gestão e Negócios – Universidade Federal de Uberlândia
Márcia Freire de Oliveira – marciafreire@ufu.br
Faculdade de Gestão e Negócios – Universidade Federal de Uberlândia

Área Temática: Empreendedorismo, Pequenas Empresas e Sustentabilidade**Resumo**

O espaço de compartilhamento é uma nova forma de trabalho entre as organizações, que buscam diversas maneiras de interações entre os profissionais, agindo como facilitador da inclusão da inovação e do empreendedorismo no ambiente em que estas estão inseridas. Desta forma, a pesquisa tem como objetivo analisar o impacto dos *Coworkings* localizados em Uberlândia- MG, evidenciando as principais características deste modelo de trabalho. Procura-se compreender a rotina de trabalho, tais como as vantagens e desvantagens de se trabalhar em um espaço de *Coworking* e os benefícios gerados pelas parcerias estabelecidas. A coleta de dados foi realizada por meio de entrevistas semiestruturadas feitas com seis proprietários dos *Coworkings* e cinco gestores das empresas atuantes localizadas em Uberlândia-MG, somando onze empresas no total para estudar o tema em questão. Os dados foram colhidos e analisados por meio da técnica de análise de conteúdo. Os resultados indicaram que os espaços de *Coworkings* contribuem diretamente e indiretamente os empreendimentos neles instalados, sendo a economia de custos e a infraestrutura do local os maiores benefícios gerados. Entretanto, a compreensão das características do modelo de *Coworking* é um dos principais desafios para proprietários e empresas atuantes.

Palavras-chave: *Coworking*; Empreendedorismo; Compartilhamento.

Abstract

The sharing space is a new form of work in organizations that seek different ways of interactions among professionals, acting as a facilitator of innovation inclusion and entrepreneurship in the environment in which it is inserted. Thus, the research aims to analyze the impact of Coworkings located in Uberlândia-MG, evidencing the main characteristics of this work model. It seeks to understand the work routine, such as the advantages and disadvantages of working in a Coworking space and the benefits generated by established partnerships. The data collection was carried out through semi-structured interviews with six owners of Coworkings and five managers of the operating companies located in Uberlândia-MG, totalizing eleven companies in total to study the subject in question. Data was collected and analyzed using the content analysis technique. The results indicated that the Coworking spaces contribute directly and indirectly to ventures installed in them, with the cost savings and the location infrastructure being the greatest benefits generated. However, understanding the characteristics of the Coworking model is one of the main difficulties for owners and operating companies.

Keywords: Coworking; Entrepreneurship; Sharing.

1. Introdução

Nos dias atuais, é notável que os avanços tecnológicos contribuam de modo decisivo dentro das organizações, 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 dentro do âmbito atual de perspectivas de organização 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 e, os espaços de *coworking* surgem como uma nova área de interação das dinâmicas dos empreendimentos na modernidade com o objetivo de reunir profissionais de diversas áreas em um mesmo espaço de trabalho.

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 & Krawulski, 2015).

Este espaço de compartilhamento que reduz custos e promove diversas maneiras de interação, se destaca aos profissionais que passam dificuldades em trabalhos de home office e que procuram espaços com estruturas físicas colaborativas sem muitas formalidades com o objetivo de intensificar as redes de contatos.

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.

A estrutura desta pesquisa está desenvolvida em: (I) introdução sobre o contexto da pesquisa, (II) referencial teórico sobre o empreendedorismo e *coworking*, (III) metodologia, (IV) resultados e (V) conclusões 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 & Baggio, 2014).

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 & Baggio, 2014).

Há várias definições acerca do termo empreendedorismo, mas de uma forma geral pode-se dizer que o empreendedorismo é determinado pelo método pelo qual as pessoas começam e ampliam os seus negócios envolvendo empresas e clientes (Oliveira, 2012).

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, 2001).

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 buscam atuar em home-office (sem escritórios) e em empresas que compartilham o mesmo espaço de trabalho (modelos de *Coworking*) (Stella, 2015).

A escolha pelo trabalho em locais diferentes do ambiente organizacional feitas por empreendedores pode advir de dificuldades e/ou oportunidades que se configuram de novas demandas e/ou pelo cansaço dos modelos tradicionais de trabalho. O cenário atual produtivo e organizacional junto ao avanço tecnológico permite que profissionais redefinam suas formas de trabalho possibilitando diversas maneiras de empreender fora dos muros das empresas (Medina, 2016).

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 & Saltorato, 2015).

Esses espaços vêm crescendo ao longo dos anos, conforme revela Foertsch (2015) a pesquisa *Global Coworking Survey*, realizada mundialmente, apontou o crescimento de 83% dos espaços de *coworking* nos anos de 2012 e 2013, e o aumento de 49% no ano de 2014. Este estudo também demonstrou uma estimativa de 37.000 novos espaços de *coworking* até o ano de 2018 (Foertsch, 2015).

Segundo Moriset (2014), em circunstâncias de uma economia globalizada e com crescente concorrência, os *coworkings* são resultado de processos globais de desfocagens de organizações convencionais nas principais cidades empresariais. Com o princípio de ambientes criativos, os espaços de *coworking* são 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.

De acordo com Bouncken e Reuschl (2016), o *coworking* pode ser utilizado por algumas empresas como principal modelo de negócio, mas outras organizações podem oferecer os espaços de *coworking* para desenvolver a criatividade, inovação e autonomia a sua equipe.

Para Mesquita (2016) o termo *coworking* indica um modo de trabalho colaborativo entre grupo de pessoas de uma mesma organização ou autônomos que se encontram para desenvolverem atividades específicas.

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 serviços. 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 se tornam 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 (Bouncken & 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 & 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 (Neiva & Santos, 2013; Ross & Resia, 2015; Waters-Lynch, Potts, Butcher, Dodson, & Hurley, 2016; Waters-Lynch & Potts, 2017; Zonatto, Sbissa, Lenzi, & Zonatto, 2017) se destacam por fazer uma análise dos conceitos e dos ambientes de *coworking* de uma forma geral.

O estudo de Neiva e Santos (2013) buscou estudar um *coworking* localizado em Goiânia-GO. Por meio da pesquisa institucional, pesquisa de opinião e a pesquisa etnográfica, foi possível identificar que a criação do *coworking*, promoveu a aproximação de profissionais independentes proporcionando o surgimento de novos negócios e produtos na região. É ressaltado neste estudo, que a produtividade observada nos *coworkings* está relacionada ao compartilhamento de ideias, à autonomia e à facilidade de novas oportunidades.

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.

Por fim, 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 permite 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.

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, 2007).

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 na Tabela 1 a seguir.

Tabela 1

Categorias de análise

AUTORES	CATEGORIA	PERGUNTAS DO ROTEIRO
Bounken e Reuschl (2016) Waters-Lynch et al (2016) Ross e Ressia (2015)	Caracterização das Empresas Pesquisadas	1) Nome, idade, escolaridade e-mail, cargo que ocupa da empresa. (Dono/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 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>)
Bounken 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 Ressia (2015)	Razões para atuação em <i>coworking</i>	1) Quais foram às 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)

Bouncken e Reuschl (2016) Zonatto et al (2017)		
Bouncken e Reuschl (2016) Waters-Lynch et al (2016) Neiva e Santos (2013) Soares e Saltorato (2015)	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)

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 Pesquisadas

Tabela 2

Caracterização das empresas (*Coworkings*)

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
		Salas privativas para residentes; auditorios; salas de reuniões; banheiro;	Empresas de inovações	

O2	1998	serviços de internet e energia; mentorias; assessoria de impressas para as empresas participantes.		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

Fonte: Elaborado pelos autores

Tabela 3

Caracterização dos entrevistados (proprietários dos Coworkings)

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

Fonte: Elaborado pelos autores

Tabela 4:

Caracterização das empresas que atuam nos coworkings

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

Fonte: Elaborado pelos autores

Tabela 5

Caracterização dos entrevistados (gestores de empresas que atuam nos *coworkings*)

Empresa	Proprietário	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

Fonte: Elaborado 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 as 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.

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).
Sendo bem sincero, obviamente é a economia de custos, economia de recursos, porque aqui temos telefone, internet, contato com outras pessoas (...) (G3).

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 Ressia (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)

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).

Contato com o ecossistema, na verdade esse contato entre as empresas que estão no espaço (...) incentivo a participação, viver fora da caixa (P4).

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 Neiva e Santos (2013) 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.

É justamente as pessoas entenderem o que é um *coworking* porque muita gente ainda tá na dúvida... acha que vai virar confusão (P1).

Falo no sentido de atender telefone alto, falar mais alto ou rir também 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 e 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. 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 fato de ter pessoas aqui diretamente possibilita essa interação e criar um relacionamento bom (G2).

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, conseqüentemente resultante na busca pelo respeito mútuo.

Porque tem muita diferença em vários espaços diferença entre as pessoas, os costumes e a cultura e assim fica difícil quando se junta (G1).

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 usem padrões alternativos. Nesse processo, surgiram se 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 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.

Propõem-se aos usuários dos *coworkings*, que compreendam as funções deste modelo e suas finalidades, visto que a maior dificuldade tanto para os proprietários como para as empresas atuantes é o entendimento da execução do espaço compartilhado. Também 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 tenha ações para maiores interações entre os participantes.

Para a execução desta pesquisa, houve dificuldades para reconhecer os empreendimentos identificados por *coworking*, por possuírem características específicas de um ambiente compartilhado. 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.
- Bardin, L. (2009). *Análise de Conteúdo*. 70. Ed. Portugal: LDA.
- 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.
- Campos, J. G. C., Schimitz, A., & Teixeira, C. (2015, novembro). Coworking Spaces: Concepts, Types and Features. *Anais do Congresso Internacional do Conhecimento e Inovação*, Joinville, SC, Brasil, 5. Recuperado de https://www.researchgate.net/profile/Joao_Geraldo_Campos/publication/282701860_Coworking_Spaces_Concepts_Types_and_Features/links/562f830608aeb2ca696223b7/Coworking-Spaces-Concepts-Types-and-Features.pdf?origin=publication_detail
- Dornelas, J.C.A. (2001). *Empreendedorismo: transformando ideias em negócios*. 5º ed. Rio de Janeiro: Empreende/LTC.

- Foertsch C. (2015). *First Results of the New Global Coworking Survey*. Deskmag. Recuperado de <http://www.deskmag.com/en/first-results-of-the-new-global-coworking-survey-2015-16>
- Fonseca J. J. S. (2002). *Metodologia da pesquisa científica*. Fortaleza: UEC.
- Gil, A. C. (2007). *Como elaborar projetos de pesquisa*. 4. ed. São Paulo: Atlas.
- Medina, P.F. (2016). *Carreiras de profissionais que atuam em coworking: entre os novos arranjos e os velhos hábitos de trabalho* (Dissertação de mestrado). Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Programa de Pós-Graduação em Psicologia, Florianópolis, Brasil.
- 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.
- Mesquita, L.A.F. (2016). *As práticas que sustentam o trabalho colaborativo em espaços de coworking e o papel das tecnologias de informação e comunicação: estudo de caso da Goma* (Dissertação de mestrado). Escola de Administração de Empresas de São Paulo. São Paulo, Brasil.
- Moriset, B. (2014, January). Building new places of the creative economy. The rise of coworking spaces. *Proceedings of Geography of Innovation International Conference*, Utrecht. Netherlands, 2. Retrieved from <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00914075/document>
- Neiva, A. A., & Santos, N. de M. (2013). *Ambiente de trabalho compartilhado: planejamento de relações públicas para a pontoget coworking* (Monografia de graduação). Universidade Federal de Goiás, Faculdade de Informação e Comunicação, Goiânia, Brasil.
- Oliveira, C. L. (2008). Um apanhado teórico-conceitual sobre a pesquisa qualitativa: tipos, técnicas e características. *Revista Travessia: educação, cultura e arte*, 2 (3). Recuperado de <http://e-revista.unioeste.br/index.php/travessias/article/view/3122/2459>
- Oliveira F. M. de. (2012). Empreendedorismo: teoria e prática. *Rev. Especialize Online*, 3. Recuperado de <https://www.ipog.edu.br/download-arquivo-site.sp?arquivo=empreendedorismo-teoria-e-pratica-1119143.pdf>.
- Ross, P., & Ressia, S. (2015). Neither Office nor Home: coworking as emerging work place 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*, 2 (2), 61-73.
- 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. Recuperado de: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2712217>
- Waters-Lynch, J., & Potts, J. The Social Economy of Coworking Spaces: A Focal Point Model of Coordination. *Review of Social Economy*, 75 (4), 417-433.
- 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). Recuperado de <https://periodicos.ufpel.edu.br/ojs2/index.php/AT/article/view/10425/7350>