

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO MARANHÃO  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS  
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO BACHARELADO

**LUIZA HELENA SANTOS MELO**

**UMA INVESTIGAÇÃO DA USABILIDADE E PERFIL DO MODELO DE  
NEGÓCIO “*COWORKING SPACES*”:** um estudo de caso no Casarão Tech Renato Archer  
no município de São Luís - MA.

São Luís  
2018

**LUIZA HELENA SANTOS MELO**

**UMA INVESTIGAÇÃO DA USABILIDADE E PERFIL DO MODELO DE  
NEGÓCIO “*COWORKING SPACES*”:** um estudo de caso no Casarão Tech Renato Archer  
no município de São Luís - MA.

Monografia apresentada ao curso de  
Administração da Universidade Estadual do  
Maranhão em cumprimento das exigências para  
obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientador: Prof. Esp. Wesley Phélix Silveira  
Rabelo.

São Luís  
2018

Melo, Luiza Helena Santos.

Uma investigação da usabilidade e perfil do modelo de negócio “coworking spaces”: um estudo de caso no Casarão Tech Renato Archer no município de São Luís – MA / Luiza Helena Santos Melo. – São Luís, 2018.

75 f

Monografia (Graduação) – Curso de Administração, Universidade Estadual do Maranhão, 2018.

Orientador: Prof. Esp. Wesley Phélix Silveira Rabelo.

1. Trabalho colaborativo. 2. Empreendedorismo. 3. Inovação.

I. Título.

CDU 658.11(812.1)

**LUIZA HELENA SANTOS MELO**

**UMA INVESTIGAÇÃO DA USABILIDADE E PERFIL DO MODELO DE  
NEGÓCIO “*COWORKING SPACES*”:** um estudo de caso no Casarão Tech Renato Archer  
no município de São Luís - MA.

Monografia apresentada ao curso de  
Administração da Universidade Estadual do  
Maranhão em cumprimento das exigências para  
obtenção do título de Bacharel em Administração.

Aprovada em: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_.

**BANCA EXAMINADORA**

---

Prof. Esp. Wesley Phélix Silveira Rabelo (Orientador)  
Universidade Estadual do Maranhão

---

Examinador (a) 2  
Universidade Estadual do Maranhão

---

Examinador (a) 3  
Universidade Estadual do Maranhão

À minha mãe, Maria José, e ao meu namorado e futuro esposo Dailson Soares, pelo imenso amor, atenção e dedicação a mim, e pelo apoio incondicional à minha formação profissional e pessoal.

## AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus por sua infinita graça e misericórdia, por ter me dado forças para realizar este trabalho e trilhar todo o trajeto que me permitiu chegar até aqui.

Agradeço à minha família, em especial a minha mãe por sempre me dar forças nas horas difíceis, me incentivar a ser minha melhor versão a cada dia, por acreditar e apoiar os meus sonhos e, principalmente, pela compreensão e amor incondicional. Agradeço ao meu namorado e futuro esposo Dailson Soares, por estar sempre ao meu lado me dando apoio em todos os momentos, me dando amor, me ajudando, te agradeço pelo companheirismo, pelos momentos de distração e por me fazer me sentir tão especial. Todo o seu esforço é um exemplo para mim. Que essa seja só mais uma conquista de várias que dividiremos. Te amo muito, meu amor. À minha irmã Silvia, por sempre cuidar de mim e se alegrar com as minhas conquistas e aos demais irmãos, Ana Paula, Elizângela, Joedilse, Jailson, Mailson e Zeca, que embora não sejam tão próximos, torcem pelo meu sucesso. Agradeço ao meu pai, que mesmo não muito presente, acredita e me incentiva a realizar meus sonhos. Agradeço à minha avó Maria, que tanto se orgulha das minhas conquistas e aos meus avós *in memoriam* Paula, Eliézer e Sérgio, pelo exemplo de força e coragem para enfrentar os desafios da vida.

Agradeço as minhas amigas Cleucilene, Mayanne, Samyle, Bruna e Isabel por terem tornado a jornada acadêmica mais leve e agradável, sou grata a vocês pela amizade que consolidamos ao passar dos dias e quem nem mesmo o confronto (tenso e inevitável, rsrs) de pensamentos durante os trabalhos foi capaz de abalar.

Agradeço a Caroline Sales, por sempre estar disponível a me ajudar e sanar minhas dúvidas durante a construção deste trabalho.

Ao meu orientador, Wesley Phélix Silveira Rabelo, pela presteza na orientação e enriquecimento deste trabalho por meio de sua experiência no campo da gestão de empreendedorismo. Por fim, agradeço à instituição, que diante de todas as dificuldades, proporcionou-me boas condições de ensino e de preparação para o mercado de trabalho.

*“Não é preciso ter olhos abertos para ver o sol, nem é preciso ter ouvidos afiados para ouvir o trovão. Para ser vitorioso você precisa ver o que não está visível. ”*

*(Sun Tzu)*

## RESUMO

O *coworking* é uma tendência mundial que a cada dia ganha mais força e adeptos. São locais frequentados por profissionais das mais diversas áreas que buscam a colaboração e sinergia relacionadas ao trabalho em equipe visando promover o desenvolvimento de projetos inovadores. Os espaços de *coworking* são ambientes relacionados com construção de comunidade e sustentabilidade, pois diminuem gastos e incentivam o compartilhamento de materiais e equipamentos com o propósito de reduzir o consumo desenfreado de insumos. A presente pesquisa teve como objetivo principal investigar a usabilidade e perfil dos usuários do modelo de negócio *coworking* no município de São Luís - MA. Para tanto, adotou-se como foco central a investigação das práticas de trabalho colaborativo, economia compartilhada e compartilhamento de ideias e experiências. Para isso, foi realizado um estudo de caso no Casarão Tech Renato Archer, o primeiro hub tecnológico do Maranhão e que foi inspirado em modelos de inovação do exterior. A pesquisa foi exploratória e a apresentação dos resultados se deu de forma quantitativa. O modelo do questionário foi baseado em um questionário já aplicado na pesquisa de NEIVA e SANTOS, que mostrou ser apropriado para a coleta dos dados necessários que tinham como objetivo analisar o perfil dos usuários do *coworking* bem como sua usabilidade. As perguntas elaboradas foram fechadas e o questionário foi gerado por meio do *Google Forms* e aplicado por meio do aplicativo *WhatsApp*. Os frequentadores do *coworking* são, em sua maioria, homens (67,9%) e jovens (46,4% estão na faixa entre 20 a 25 anos) que estão iniciando suas carreiras e que possuem perfil dinâmico e inovador. Os dados resultantes expuseram um espaço em que as práticas de trabalho colaborativo são marcantes. Assim pode considerar que o *coworking* ainda é pouco frequentado por mulheres, principalmente na área de inovação e por trabalhadores mais experientes que, normalmente são mais conservadores, gostam dos meios tradicionais de trabalho e são mais resistentes perante mudanças e novidades.

**Palavras-chave:** Trabalho colaborativo; empreendedorismo; inovação.



## ABSTRACT

Coworking is a global trend that each day gains more strength and adherents. These are places frequently attended by professionals from many different areas seeking collaboration and synergy related to teamwork in order to promote the development of innovative projects. The coworking spaces are environments related to community building and sustainability, because they reduce expenditures and encourage the sharing of materials and equipment with the purpose of reducing the unbridled consumption of inputs. The main objective of this research was to investigate the usability and profile of the users of the Coworking business model in the municipality of São Luís-MA. To this end, it was adopted as a central focus the investigation of collaborative work practices, shared economics and sharing of ideas and experiences. For this, a case study was conducted at the Casarão Tech Renato Archer, the first technological hub of Maranhão and which was inspired by models of innovation from abroad. The research was exploratory and the presentation of the results was quantitatively presented. The questionnaire model was based on a questionnaire already applied in the research of NEIVA and SANTOS, which proved to be appropriate for collecting the necessary data that had as objective to analyze the profile of the users of Coworking as well as their usability. The elaborate questions were closed and the questionnaire was generated through Google Forms and applied through the WHATSAPP application. The coworking regulators are mostly men (67.9%) and young people (46.4% are in the range between 20 to 25 years) who are starting their careers and who have a dynamic and innovative profile. The resulting data exposed a space in which collaborative work practices are striking. So you can consider that coworking is still little frequented by women, especially in the area of innovation and by more experienced workers who, usually are more conservative, like the traditional means of work and are more resistant with changes and novelties.

**Keywords:** Collaborative work; Entrepreneurship; Innovation.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

<b>Quadro 1</b> - Análise SWOT do modelo de trabalho <i>coworking</i> .....	21
<b>Quadro 2</b> - Vantagens e desvantagens da utilização dos espaços <i>coworking</i> .....	23
<b>Quadro 3</b> - Descrição dos tipos de estilos de vida colaborativos.....	34
<b>Gráfico 1</b> - Sexo dos entrevistados.....	43
<b>Gráfico 2</b> - Faixa etária.....	44
<b>Gráfico 3</b> - Nível de escolaridade.....	45
<b>Gráfico 4</b> - Renda mensal.....	46
<b>Gráfico 5</b> - Área de atuação profissional.....	47
<b>Gráfico 6</b> - Conhecia o modelo de trabalho antes de fazer parte do Casarão Tech? .....	48
<b>Gráfico 7</b> - Ano que aderiu ao modelo de trabalho <i>coworking</i> .....	49
<b>Gráfico 8</b> - Frequência de uso do <i>coworking</i> .....	50
<b>Gráfico 9</b> - Quantidade de espaços <i>coworking</i> já utilizados.....	51
<b>Gráfico 10</b> - Ainda frequenta o primeiro <i>coworking</i> do qual fez parte? .....	52
<b>Gráfico 11</b> - Local de trabalho antes do <i>coworking</i> .....	53
<b>Gráfico 12</b> - Tempo gasto entre casa e trabalho.....	54
<b>Gráfico 13</b> - Transporte.....	55
<b>Gráfico 14</b> - Período em que prefere usar o <i>coworking</i> .....	56
<b>Gráfico 15</b> - Fatores que motivaram a participação no <i>coworking</i> .....	57
<b>Gráfico 16</b> - Desvantagens da utilização do espaço <i>coworking</i> .....	58
<b>Gráfico 17</b> - Como conheceu o conceito do <i>coworking</i> ? .....	59
<b>Gráfico 18</b> - O Casarão Tech correspondeu às expectativas? .....	60
<b>Gráfico 19</b> - Consegue realizar as atividades conforme o planejado? .....	61
<b>Gráfico 20</b> - Avaliação da estrutura física.....	61

## **LISTA DE SIGLAS**

**CONAJE** - Confederação Nacional de Jovens Empresários

**FAPEMA** - Fundação de Amparo à Pesquisa e ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico do Maranhão

**FGV** - Fundação Getúlio Vargas

**GEM** - *Global Entrepreneurship Monitor* (Monitor de Empreendedorismo Global)

**IBQP** - Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade

**MPMEs** - Micro, Pequenas e Médias Empresas

**PIB** - Produto Interno Bruto

**PMBOK** - *Project Management Body of Knowledge* (Corpo de gerenciamento de projetos de conhecimento)

**PNEE** - Programa Nacional de Educação Empreendedora

**SEBRAE** - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

**SECTI** - Secretaria de Estado da Ciência, Tecnologia e Inovação

**SICREDI** - Sistema de Crédito Cooperativo

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	13
<b>2 EVOLUÇÃO HISTÓRICA DOS ESCRITÓRIOS</b> .....	16
2.1 CONTEXTO HISTÓRICO DA FORMAÇÃO DE ESPAÇOS <i>COWORKING</i> .....	19
2.2 ESPAÇOS <i>COWORKING</i> .....	20
2.3 EMPREENDEDORISMO .....	24
2.4 EMPREENDEDOR .....	26
<b>3 STARTUPS</b> .....	30
<b>4 INCUBADORAS</b> .....	31
<b>5 TRABALHO COLABORATIVO</b> .....	32
<b>6 ECONOMIA COMPARTILHADA E CONSUMO COLABORATIVO</b> .....	32
<b>7 METODOLOGIA</b> .....	36
7.1 TIPO DE PESQUISA .....	36
7.2 LOCAL DA PESQUISA .....	38
7.3 UNIVERSO E AMOSTRA .....	39
7.4 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS .....	39
7.5 COLETA DE DADOS .....	39
7.6 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DE DADOS .....	40
7.7 TRATAMENTO DE DADOS .....	40
<b>8 RESULTADOS E DISCUSSÕES</b> .....	41
8.1 DESCRIÇÃO DO PERFIL DOS ENTREVISTADOS .....	41
<b>9 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	62
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	64
<b>APÊNDICE</b> .....	71

## 1 INTRODUÇÃO

Os ambientes de escritórios começaram a ser utilizados pelos gestores como ambiente de trabalho desde quando ocorreu o crescimento da população e se iniciou os trabalhos formais impulsionados pelo capitalismo.

De acordo com Andrade (2007, p.39), até o final do século XIX, nos espaços de escritórios trabalhavam somente homens com as mesas de trabalho dispostos lado a lado, junto de seus supervisores ou do dono da empresa. As mesas eram grandes e de madeira escura, e em cima delas havia apenas a caneta e o tinteiro, a única tecnologia disponível na época, quando ainda valorizavam a habilidade da escrita.

Os primeiros escritórios de trabalho eram ambientes com clima de grande supervisão e pressão que os patrões exerciam sobre seus funcionários que tinham pouca ou nenhuma flexibilidade no trabalho.

Ainda de acordo com Andrade (2007), foi a partir do início do século XX, quando houve uma grande expansão no setor industrial, que surgiram as grandes corporações. Como consequência desse crescimento, surgiu a necessidade de aumentar o número de funcionários e com isso, também aumentaram as exigências por maior controle dos funcionários pelos superiores, com cronômetro e a régua de cálculo. Dessa forma surgiu o novo conceito de ocupação nos escritórios, o *Bullpen* que se baseou na teoria da administração científica, criada por Frederick Winslow Taylor, o Taylorismo, que deixa bem claro, no ponto de vista organizacional, uma divisão rígida e clara entre o trabalho intelectual e o manual.

O taylorismo dá ênfase à eficiência operacional das atividades realizadas nas quais se busca extrair o melhor rendimento de cada funcionário baseado em diversas técnicas para otimizar o aproveitamento da mão de obra contratada.

Conforme Murayama (2014), os avanços tecnológicos da informação foram os principais responsáveis pela evolução dos espaços de escritório, pois promoveram uma grande mobilidade e otimização dos espaços. Atualmente, existe uma grande necessidade da busca pelo novo estilo de trabalho, com o foco direcionado para uma economia do conhecimento, no qual se trabalha com informações e ideias, e se valoriza o aumento da rede de comunicações – informação mundial dentro de uma estrutura organizacional de comunidades com o mesmo interesse.

A partir da necessidade do compartilhamento de informações, do aumento da *network* e da proximidade com outras pessoas, surgiu o que hoje é chamado de espaços de *coworking*.

De acordo com Santos (2017) o termo *coworking* foi criado em 1999 por Bernie DeKoven, um escritor e design de games norte-americano. Ele se referia a um tipo de extensão de trabalho colaborativo no ambiente virtual, o que hoje é chamado de Home Office.

Segundo a *Spacejob Coworking* (2015), em 2005, na cidade de São Francisco, estado da Califórnia, o engenheiro de software Brad Neuberg, junto com mais dois empreendedores criaram o primeiro espaço de *coworking* de que se têm informações no mundo: a "*Hat Factory*", um espaço de trabalho colaborativo utilizado por três profissionais de tecnologia, mas que tinha suas portas abertas durante dois dias por semana para pessoas que precisavam de um ambiente para trabalhar e compartilhar experiências. Neste espaço eram oferecidos almoços, meditação, massagens e tours de moto. A partir deste momento o termo *coworking* passou a ser utilizado para descrever o que hoje realmente representa: um local para profissionais que precisam de um ambiente para trabalhar e compartilhar ideias e informações.

O termo precisou ser adequado exatamente porque os empreendedores saíram do mundo virtual e passaram para o espaço físico. A ideia era realmente abrir as portas para outras pessoas que precisavam de um lugar para trabalhar. E muito mais do que isso, eles estavam a fim de interação e compartilhamento de experiências.

Com isso, surgiu o conceito de *coworking* que é conhecido atualmente. Segundo Leforestier (2009), o *coworking* é um ambiente de trabalho onde várias pessoas, que podem ser de diversas áreas de atuação, trabalham e compartilham suas ideias. Muito mais do que interação presencial, o compartilhamento é parte fundamental nesses ambientes.

*Coworking* basicamente se trata de um novo modelo de trabalho que tem o objetivo de incentivar a troca de ideias, compartilhamento, *networking* e colaboração entre diferentes profissionais que podem ser de diferentes áreas. Este novo modelo de trabalho surgiu a partir da necessidade de dividir as despesas, visto que uma das vantagens deste modelo é a redução dos custos, uma vez que nem todas as atividades laborais precisam ter escritórios fixos a todo momento. Tudo isso presencialmente e realizado em um escritório físico.

Um dos fatores que faz o *coworking* ser mais atrativo é a questão de trocas de experiências, ideias e valorização do *networking* através de contatos com vários profissionais no mesmo espaço.

De acordo com Rodrigues (2017), no Brasil os espaços *coworking* apareceram há 10 anos, em 2008. Atualmente, existem mais de 500 espaços de *coworking* espalhados por vários estados brasileiros, sendo que 40% estão na cidade de São Paulo. Neste curtíssimo período de tempo, esta área que é conectada ao empreendedorismo, testemunhou o surgimento de iniciativas inovadoras e novos modelos de negócios que se somaram a estas.

Além do crescimento da inovação, do empreendedorismo e dos profissionais solo, que já vem de mais tempo, os altíssimos custos de aluguel e manutenção de espaços comerciais em cidades como São Paulo e Rio de Janeiro levaram empresas maiores a alocar o total ou a parte de suas equipes em espaços compartilhados. Enquanto somente o aluguel de um escritório de 50 m<sup>2</sup> na área central de São Paulo pode custar 5 mil reais ao mês, num *coworking* é possível se gastar 60% menos, com gastos de luz, água, internet, faxina e motoboy incluídos — e compartilhados.

É por isso que muitas empresas de *coworking* têm investido em salas privativas ou trabalhando em esquema *build to suit* (do inglês, “construir para atender”) para receber esses novos *coworkers* (colegas de trabalho), em salas que acomodam desde duplas de trabalho a times de centenas de pessoas. Essa migração de médias e pequenas empresas para o formato *coworking* também exigiu de quem empreende nisso uma diversificação maior de produtos.

De acordo com Serra (2013), o mercado ludovicense vivenciou a implantação dessa nova tendência mundial de padrão de trabalho no início de 2012. Este movimento teve início por meio de jovens empreendedores que enxergaram a importância dessa nova forma de trabalho e o inseriram no mercado local. Os pioneiros desse ramo na cidade de São Luís, foram dois arquitetos que, durante a implantação do escritório de arquitetura, se depararam com o conceito do *coworking* e decidiram adotá-lo.

## 2 EVOLUÇÃO HISTÓRICA DOS ESCRITÓRIOS

O termo escritório designa em sua origem etimológica um tipo de móvel - a escrivaninha - mobiliário típico encontrado nos gabinetes. Conforme Ferreira (2000), escritório é o “lugar onde se faz o expediente relativo a qualquer administração, obra, etc., se tratam negócios, se recebem clientes, etc.”

Desde que os escritórios foram criados, eles se tornaram o segundo lar de muitas pessoas que passam longas horas de sua vida nesses ambientes junto com seus colegas de trabalho.

Segundo Vasconcelos (2017), durante os séculos XV e XVI, período humanista, os ‘gabinetes’ eram encontrados especialmente em edifícios monásticos ou associados à produção do conhecimento. Comumente eram encontrados em residências de sábios ou nas universidades. Historiadores consideram o Palácio dos Uffizi (‘escritórios’ em italiano) o primeiro edifício administrativo do mundo. Localizado em Florença, foi construído por Giorgio Vasari entre 1560 e 1574, por encomenda da poderosa família Médici. Naquela época, os espaços administrativos eram dedicados à troca de mercadorias. Os produtos eram expostos no pavimento térreo, enquanto os andares superiores eram reservados às negociações entre os mercadores.

Os escritórios eram frequentemente encontrados em edifícios que promoviam a busca pelo conhecimento, em mosteiros, conventos e nas casas dos estudiosos da época. Não existiam prédios comerciais compostos por escritórios.

De acordo com Chávez (2002), nesta época, em que não haviam edifícios específicos para abrigar os escritórios, a história tem relacionado diferentes edifícios públicos com espaço administrativo. Assim os mercados surgiram como um dos primeiros espaços administrativos, já que eram realizadas no pavimento superior as negociações e acordos entre mercadores e cidadãos comuns.

Em conformidade com Derleit (2014), o primeiro escritório de que se tem conhecimento, surgiu pela necessidade de armazenamento de documentos e papéis importantes relacionados à uma empresa chamada “Companhia das Índias Orientais”. O ano de sua fundação foi 1729, no endereço Leadenhal Street, Inglaterra. Os funcionários passavam horas atualizando papéis e números sem qualquer chance de evolução. O estresse era grande, e na



década de 1970 um homem chamado, Richard Burford, se jogou de uma das janelas do escritório de uma destas grandes empresas.

Durante a Revolução Industrial, que ocorreu no fim do século XIX, período de profundas mudanças no modo de produção e surgimento de muitas indústrias concorrentes impulsionaram uma série de estudos e doutrinas voltadas à racionalização e aumento da eficiência produtiva. Frederick Taylor se baseou na ciência para elaborar a teoria da eficiência produtiva no ambiente laboral. Taylor defendia também, a ideia de que a melhor forma para racionalizar o trabalho dos operários era a partir do estudo dos tempos e movimentos. Considerava que, para ser melhor e economicamente executável, o trabalho deveria ter todos os movimentos necessários para sua execução, divididos e subdivididos em operações simples (REIS, 2003). Organização, gestão do trabalho e configuração espacial dos locais faziam parte deste conceito. Taylor postulava que a segregação espacial era necessária para estabelecer diferenças hierárquicas, de modo a estimular a competição interna. O mobiliário era padronizado por categorias de hierarquia. Eram organizadas de forma bastante rígida, quase um padrão militar para o escritório. Esta teoria é conhecida como Taylorismo.

Para Bezerra (2018), o Taylorismo é um sistema de racionalização do trabalho concebido em moldes científicos. Desta maneira, cada aspecto do trabalho deve ser estudado e desenvolvido cientificamente.

O foco do estudo dos tempos e movimentos era economizar ao máximo os esforços produtivos. A preocupação não estava voltada para as inovações tecnológicas, mas sim com as possibilidades de controlar a linha de produção.

Neste padrão de ocupação, os funcionários do baixo escalão eram dispostos em um salão com pé direito alto. Os andares superiores, separados apenas por divisórias de vidro ou janelas, eram ocupados pelos cargos superiores, como gerentes e diretores. Tudo para estabelecer um controle constante sobre os trabalhadores. Foi nesta época que as divisórias ganharam o espaço corporativo (REIS, 2003).

Segundo Shoshkes (1976), na década de 1930, arquitetos, designers de interiores e outros especialistas começaram a se preocupar com as inadequadas condições ambientais dos locais de trabalho e ao longo das décadas de 40 e 50 dedicaram-se à análise de questões relacionadas às formas de trabalho dos indivíduos e como o ambiente poderia ser projetado de

acordo com as demandas de seus usuários. Estes profissionais foram os pioneiros em responder às necessidades de melhor qualidade de vida nos ambientes de locais de trabalho.

Segundo Vasconcelos (2017), foi no século XX que uma nova e ousada maneira de fazer arquitetura surgiu em Chicago, e mudou para sempre o mundo. Conhecida como a Escola de Chicago, arquitetos e engenheiros introduziram o uso de aço na estrutura das edificações, o que permitiu a liberdade criativa para subir as torres, criar plantas livres, descolar os pilares das fachadas e assim envidraçá-la. Foi o nascimento da arquitetura comercial. O célebre arquiteto Frank Lloyd Wright foi o primeiro a abraçar este novo modo de construir. Propôs *layouts* mais flexíveis de ocupação dos espaços corporativos, abriu grandes claraboias sobre os trabalhadores, privilegiou todos os funcionários – independente de seus cargos -, e introduziu o ar condicionado para a climatização do ambiente. Foi no projeto do Larkin Building (1903) que Wright desenhou, pela primeira vez na história, mobiliário específico para o trabalho.

Conforme Derleit (2014), nas décadas de 50 a 80 as mulheres foram obrigadas a trabalhar pois a maioria dos homens foi para a guerra de 1914, e elas ocuparam as fábricas, e em seguida, os escritórios. Era empregado o uso das divisórias que serviam para proporcionar privacidade e evitar distrações que pudessem atrapalhar a produtividade no horário de trabalho.

Estas divisórias eram bastante comuns anos atrás. Apesar da valorização do contato interpessoal no ambiente de trabalho, ainda é possível encontrá-las atualmente.

Em conformidade com Vasconcelos (2017), foi a partir de 1950, que vários padrões de ocupação começaram a surgir. Enquanto o sistema *Bull Pen* de ocupação priorizava as chefias ao longo da periferia do andar, com os funcionários no miolo do pavimento, o sistema *Executive Core* era o inverso, com a chefia no meio. Esta última não teve muito sucesso. A solução *Open Plan*, o escritório de planta livre, inovou por apresentar excelente flexibilidade tanto individual como grupo de estações, e reduzia a opressão das diferenças hierárquicas. Na Alemanha, surgia o conceito do escritório panorâmico (*Bürolanschft*), onde a disposição das mesas seguia *layout* mais orgânico, seguindo as demandas de fluxos de trabalho, comunicação e inter-relações pessoais, criando um aspecto mais humano no mundo corporativo. Era a queda do modelo Taylorista.

Ainda de acordo com o autor citado acima, a revolução tecnológica proporcionada pela informática provocou as principais alterações no modo de ocupação e organização do espaço

de trabalho. O funcionário nem sempre tem sua estação única e exclusiva, já que pode realizar parte de seu trabalho em qualquer lugar. Muitas empresas não precisam mais de tanto espaço físico para acomodar os funcionários. Alguns trabalham em casa ou cafés com *wi-fi*, no horário que escolherem.

Corporações novas seguem a tendência de tornar seus espaços mais descontraídos organizados em escritórios, com paisagem com pequenas salas de reunião e espaços de lazer, dando conforto aos colaboradores para obter maior produtividade em menor espaço. Mesmo com tantas pessoas trabalhando em locais alternativos, as empresas precisam aproximar o padrão de suas instalações com o dinamismo e padrão visual dos tempos atuais.

## 2.1 CONTEXTO HISTÓRICO DA FORMAÇÃO DE ESPAÇOS *COWORKING*

Atualmente a gestão do conhecimento é muito valorizada e explorada pelas empresas. A partir das evoluções sofridas pelos escritórios como ambiente de trabalho, notou-se a necessidade dos colaboradores estarem em maior sintonia, trocando ideias e informações.

No início dos anos 2000, muitas cafeterias foram transformadas em escritórios. A flexibilidade relacionada entre o trabalho e a mobilidade comunicativa tornou possível à estas pessoas a facilidade de trabalharem juntas mesmo estando em locais separados. Encontrar um local ideal para o desenvolvimento de suas atividades (que poderiam ser feitas em qualquer lugar que desejassem), foi a principal dificuldade destes trabalhadores. Dessa forma, surgiram os primeiros espaços de *coworking* no país norte-americano (SERRA, 2013).

Os escritórios de *coworking* surgiram com o intuito de saciar esta crescente demanda. As principais características desse novo modelo de trabalho é que este ambiente é baseado no compartilhamento de um mesmo espaço, por pessoas de diversas áreas, que dividem a experiência de trabalharem juntas, embora por vezes suas atividades não estejam relacionadas, visando uma dinamização do trabalho e a parceria em novos projetos por meio da criação de uma rede de contatos.

De acordo com Serra (2013), o conceito de *coworking* chegou no Brasil em 2008, por meio da publicitária Fernanda Nudelman Trugilho e encontrou vários adeptos em diversos contextos do mundo por se tratar da união de vários profissionais das mais diversas áreas.

## 2.2 ESPAÇOS *COWORKING*

Os *coworking* são espaços capazes de influenciar comportamentos, regulam a forma, a intensidade com que as relações pessoais ocorrem, diante disso podemos dizer que o desenho e planejamento do espaço de trabalho é um fator chave de interação, sendo essa afirmativa relativamente recente.

No sentido literal, *coworking* significa trabalho cooperativo, o compartilhamento do mesmo espaço de trabalho com outros profissionais de forma independente que agregam valores e aumentam a sinergia entre as pessoas que compartilham desse mesmo espaço. Este modelo de trabalho é muito utilizado na Europa e nos Estados Unidos. No Brasil esse conceito está se difundindo cada vez mais e proporcionando um novo modelo de mercado (DIAS, 2011).

“O *coworking* procura descrever esse novo formato de relação entre profissionais liberais e empreendedores que trabalham em projetos independentes, mas compartilham valores e convivem em espaços capazes de criar possibilidades de sinergia, troca de ideias e conhecimento. *Coworkers* são profissionais que têm criado espaços e ambientes para se encontrarem e falarem uns com os outros sem, necessariamente, trabalharem juntos no mesmo projeto. Estes espaços são solo fértil para novas ideias germinarem e liberarem o potencial criativo de cada pessoa e projeto. É comum que esses lugares sejam cafés, apartamentos, escritórios colaborativos ou mesmo eventos pontuais, desde que permitam o encontro de pessoas que compartilham desta nova cultura. Enquanto as grandes empresas estão pensando em como sair das crises mantendo seu aparato funcionando e dando lucro, nestes lugares de *coworking*, se observa e trabalha se debate e cria um futuro diferente.” (HANDL, 2009, p. 15).

Os espaços de *coworking* são criados dentro do contexto da economia colaborativa que englobam comportamentos baseados na natureza de interação humana, construídos entre pessoas com objetivo de compartilhamento e socialização.

Entende-se por *coworking* novos modelos de ambiente de trabalho, nos quais o espaço é dividido entre vários profissionais, que objetivam a redução de custos como o aluguel e demais despesas, além disso, promove aproximação entre essas pessoas, colaborando para aumento da rede de *network*, parcerias e facilita o aumento de contatos. Esses ambientes têm um grande potencial para contribuir com o reaquecimento da economia e, além disso, para ressignificá-la, trazendo não apenas crescimento econômico, mas também social às cidades e regiões onde estão sediados. Para Mesquita (2016):

Os espaços de *coworking* estão ligados a um movimento de empreendedorismo e inovação trazido por uma nova classe de profissionais criativos, dentro da economia colaborativa e criativa, e de um novo ecossistema social e econômico, construído a partir do desenvolvimento de laços afetivos e da inteligência coletiva. (MESQUITA, 2016).

Esses espaços de socialização impactam positivamente na produtividade e agregam valor aos profissionais que partilham desses ambientes, uma vez que, são baseados nos princípios da interação humana como criatividade, criação, colaboração e envolvimento.

Segundo Leforestier (2009), os *coworking spaces* são espaços físicos que reúnem profissionais que trabalham fora do escritório convencional, que geralmente são empresários independentes, *freelancers*, empreendedores e profissionais autônomos que buscam algum tipo de interação humana, já que nos *home office* geralmente o trabalho acaba sendo isolado. No Brasil os movimentos e a estruturação destes ambientes de inovação possuem mais ou menos 10 anos de existência, e por sua juventude, as pesquisas sobre o tema ainda são elementares.

**Quadro 1** - Análise SWOT do modelo de trabalho *coworking*

<b>PONTOS FORTES</b>	<b>PONTOS FRACOS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Economia em relação ao escritório convencional</li> <li>• Diminuição dos custos</li> <li>• Grande diversidade de serviços</li> <li>• Facilidade de fazer networking</li> <li>• Interação e colaboração benéfica</li> <li>• Possibilidade de participar de eventos</li> <li>• Participação em uma comunidade</li> <li>• Ambiente inovador</li> <li>• Colaboradores talentosos de diferentes áreas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pouca privacidade</li> <li>• Frequentes distrações</li> <li>• Propriedade intelectual vulnerável</li> <li>• Projetos expostos</li> <li>• Motivação reduzida por não ser exclusivo</li> <li>• Dificuldades na adequação / compartilhamento do espaço</li> <li>• Falta de comparecimento</li> </ul>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMEAÇAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ampliação dos serviços ofertados</li> <li>• <i>Coworking</i> dedicado a setores específicos</li> <li>• Conceito com expansão em nível mundial</li> <li>• Criação de comunidade para expansão de ideias</li> <li>• Modelo pode ser inserido nas empresas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Problemas com segurança (confidencialidade de ideias)</li> <li>• Concorrência com “cafés” que oferecem espaço</li> <li>• Flexibilidade com o desenvolvimento da tecnologia 3G</li> <li>• Baixa de investimento com crises econômicas</li> </ul>

Fonte: Adaptado de Leforestier (2009).

Para Fost (2008) e Leforestier (2009), o *coworking* é o compartilhamento de estrutura física, mobiliário, custos de locação, serviços de telefonia, internet e secretária, bem como, de um endereço comercial, gerando um ambiente propício ao *networking*, a troca de experiências, o compartilhamento de conhecimentos, a participação de eventos e a programas de capacitação. Este ambiente possibilita a geração de novos negócios, a inovação, o empreendedorismo, a disseminação do conhecimento. São exemplos, as redes mundiais: Impact Hub; NextSpace; a rede italiana Cowo *Coworking*; a chinesa Xindanwei e no Brasil o Nex*Coworking* e Nós *Coworking*.

Pode-se dizer também que é um movimento de pessoas, empresas e comunidades que trabalham e desenvolvem seus negócios e buscam um crescimento acelerado e colaborativo.

Toda essa evolução da forma de encarar o espaço de trabalho serviu apenas para demonstrar o momento em que os arquitetos se dão conta que se o espaço de trabalho era ocupado por humanos, ele deveria ter um aspecto mais humano.

O termo *coworking* (Pozzebon, 2011), representa um novo formato de trabalho com base em cooperação e colaboração alicerçado em tecnologias, não diz respeito, entretanto, apenas ao movimento de se criar espaços físicos de trabalho, embora, o termo tenha sido empregado historicamente (Waters-Lynch et al., 2016) para descrever atividades de trabalho que incentiva a prática colaborativa entre indivíduos, ou uma nova prática de trabalho, derivada de ideia de rompimento com o modelo convencional de organizações empresariais e de trabalho contemporâneo (Dantas, 2003), uma vez que *coworking* representa essencialmente uma nova atmosfera de trabalho conjunta (Moriset, 2014).

Os espaços de *coworking* são frutos desse conceito. Voltados para a interação, já que a troca de ideias dinamiza o ambiente de trabalho e, segundo especialistas, pessoas felizes produzem mais e melhor. Esse tipo de espaço faz uso de um compartilhamento de materiais e recursos do escritório. Essa divisão deixa pessoas de diferentes áreas trabalharem, em uma mesma mesa grande e compartilhada, ou até mesmo que empresas diferentes dividam o mesmo espaço. Por funcionar dessa forma, um *coworking* acaba por abrir portas para que profissionais autônomos utilizem desse espaço compartilhado mediante aluguel.

Na literatura é citado de diversas formas: Coworking (Gandini, 2015), coworking-spaces (Bouncken, Andreas, & Reuschl, 2016), Co-working (Kojo & Nenonen, 2016), “Co Working” (Spinuzzi, 2012), em busca da padronização, definiu-se *coworking* neste trabalho.

A melhor parte da não divisão proporcionada pelo *coworking* é o livre fluxo de ideias e pontos de vista, que acabam invadindo os negócios e fazendo com que essas empresas prestem serviço umas às outras, crescendo juntas. Esse tipo de compartilhamento faz com que as empresas de *coworking* se aproximem ideologicamente das cooperativas, possuindo um foco não exclusivamente no lucro, mas também na melhoria da sociedade, conquistando cada vez mais adeptos entre os microempresários.

Essa metodologia de trabalho leva em consideração a otimização de espaços de escritórios, alugando-os pelo tempo adequado para cada contratante. Sem a necessidade de toda a burocracia que um escritório próprio exige, e também sem desperdícios. Existem muitas vantagens na utilização desses espaços, porém há também algumas desvantagens conforme mostrado no quadro a seguir:

**Quadro 2** - Vantagens e desvantagens da utilização dos espaços *coworking*

VANTAGENS	DESVANTAGENS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proporciona resolução de problemas técnicos de forma conjunta;</li> <li>• Proporciona a geração de negócios e parcerias;</li> <li>• Alternativa ao home-office, que gera isolamento profissional;</li> <li>• Bom custo-benefício, ao aliar preço justo a boa infraestrutura;</li> <li>• Possibilita a interação entre profissionais e parceiros, inclusive compartilhamento de conhecimentos e experiências;</li> <li>• Representa compromisso em horário de trabalho, ou seja, não precisa ficar o dia inteiro em função das atividades, o que acontece no home-office;</li> <li>• Despreocupação com questões estruturais e administrativas, como o</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta área privativa para guardar ferramentas e equipamentos de trabalho;</li> <li>• Falta de privacidade para empresas que necessitam disso;</li> <li>• Contribui para momentos de dispersão;</li> <li>• Preconceito com negócios situados em <i>coworkings</i>, representando sinal de que não é uma empresa boa o suficiente (falta de conhecimento da modalidade <i>coworking</i>);</li> <li>• Possibilita desconforto quanto à discussão de assuntos sigilosos em sua estrutura.</li> </ul>

<p>pagamento de aluguel, manutenção do ambiente etc.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Possibilita o empresário focar no negócio, no que realmente importa;</li> <li>• Possibilita ter estrutura robusta, que não teria caso locasse uma sala por conta própria.</li> </ul>	
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

Fonte: adaptado de CISNE; ARASAKI & SANTOS. *COWORKING: compartilhando mais que espaços?* Revista Gestão Industrial. Ponta Grossa, 2015.

### 2.3 EMPREENDEDORISMO

A palavra empreendedorismo deriva da palavra latina *imprehendere*, que corresponde à palavra “empreender”, que surgiu na língua portuguesa no século XV. Entretanto, a expressão “empreendedorismo” foi originada da tradução da expressão *entrepreneurship* da língua inglesa que, por sua vez, é composta da palavra francesa *entrepreneur* e do sufixo inglês *ship*. O sufixo *ship* indica posição, grau, relação, estado ou qualidade, tal como, em *friendship* (amizade ou qualidade de ter amigo). O sufixo pode ainda significar uma habilidade ou perícia ou, ainda, uma combinação de todos esses significados como em *leadership* (liderança=perícia ou habilidade de liderar) (BARRETO, 1998).

Segundo Dolabela (2006) “empreendedorismo não é um tema novo ou modismo: existe desde sempre, desde a primeira ação humana inovadora, com o objetivo de melhorar as relações do homem com os outros e com a natureza”.

Existem vários conceitos e definições sobre este tema, mas a maioria converge no mesmo ponto, a inovação, aliada a força de vontade, e a grande busca de resultados. Para Leite (2000), “empreendedorismo é a criação de valor por pessoas e organizações trabalhando juntas para implementar uma ideia por meio da aplicação da criatividade, capacidade de transformar e o desejo de tomar aquilo que comumente se chamaria de risco.”

Em qualquer definição de empreendedorismo encontram-se, pelo menos, os seguintes aspectos referentes ao empreendedor: 1) tem iniciativa para criar um novo negócio e paixão pelo que faz; 2) utiliza os recursos disponíveis de forma criativa, transformando o ambiente social e econômico onde vive; 3) aceita assumir os riscos calculados e a possibilidade de fracassar (BAGGIO e BAGGIO, 2014, p. 27).



Em conformidade com Ferreira, Santos e Serra (2010), os esforços por todo o mundo para fomentar o empreendedorismo, deve-se à relação esperada entre o empreendedorismo e o progresso econômico. As maiores geradoras de empregos são as pequenas e novas empresas, e não as grandes corporações. O empreendedorismo contribui, além da geração de empregos, para a inovação de produto, serviços, processos, técnicas, tecnologias e métodos. Novas empresas, comumente, baseiam-se em algo novo e impõem padrões de competição sobre as empresas já estabelecidas, o que os força a melhorar seus produtos e processos.

Para Sarfati (2011), as diferenças entre a representatividade das micro, pequenas e médias empresas (MPMEs) no produto interno bruto (PIB) e força de trabalho entre países desenvolvidos e emergentes comprovam a importância do empreendedorismo na economia dos países. Nos países desenvolvidos, as MPMEs são responsáveis por 50% do PIB e 60% dos empregos, enquanto nos países desenvolvidos representam 10% e 30%, respectivamente.

Denota-se que culturalmente os empreendimentos brasileiros são iniciados por necessidade, conforme explicitado no relatório executivo da *Global Entrepreneurship Monitor – GEM –* (2005 apud CIMADOM, 2008, p. 14), “Empreendedores por necessidades: são motivados pela falta de alternativa satisfatória de ocupação e renda”.

Os empreendedores brasileiros estão cada vez mais investindo no uso de tecnologia, equipamentos mais modernos, inovação de processos, técnicas e métodos, a fim de gerar diferenciais notáveis em seus produtos ou serviços.

Como fatores decisivos na evolução do comportamento do empreendedor brasileiro, destaca o GEM (2017):

“Quando se trata de analisar a base tecnológica dos negócios e sua inserção internacional, nota-se que tanto um tema quanto outro passam ao largo do planejamento e da ação dos empreendedores brasileiros. Tomando apenas os empreendedores estabelecidos pode-se dizer, a grosso modo, que aqueles que atuam suportados por tecnologias mais atuais ou sofisticadas, assim como aqueles que empreendem com foco em clientes provenientes do mercado internacional, são apenas “traços” nas estatísticas do empreendedorismo brasileiro.” (GEM, 2017, p. 15).

Dessa forma, torna-se evidente a capacitação e estímulos que garantam o acesso a informação para o desenvolvimento de bases sólidas para o desenvolvimento e prosperidade de negócios, garantindo inovação e criatividade dos empreendimentos no Brasil.

## 2.4 EMPREENDEDOR

De acordo com Ferreira, Santos e Serra (2010), definir o que é empreendedor é algo complexo devido aos inúmeros elementos que este conceito deve conter. Todavia, há aspectos marcantes que permite uma melhor compreensão quando se fala sobre empreendedorismo e empreendedor. Os traços principais são:

1. O empreendedor é aquele que tem a iniciativa para criar algo novo e de valor para os clientes e para si mesmo;
2. O empreendedor usa seu tempo e esforço para realizar o empreendimento e garantir o sucesso;
3. O empreendedor recolhe as recompensas sob a forma financeira, de realização pessoal, independência e reconhecimento social,
4. O empreendedor assume riscos do insucesso do empreendimento, sejam eles financeiros, sociais ou psicológicos/emocionais.

Ainda segundo os autores acima citados, a palavra “empreendedor” provavelmente surgiu para descrever as pessoas que “assumiam os riscos” entre negociadores ou que “empreendam” o começo de uma nova empresa. Atualmente este termo está relacionado a pessoas que correm atrás de oportunidades, independentemente dos recursos que possuem ao seu dispor. Estas pessoas baseiam-se nas oportunidades, formulam ideias viáveis de negócio, e procuram coloca-las em prática sozinhas ou em parceria com outras pessoas.

O empreendedor é definido em termos comportamentais e por meio das atitudes e não através de traços de personalidade ou outras características inatas. Qualquer pessoa pode aprender a empreender e se tornar empreendedor.

Fatores como ambiente familiar, educação/formação, valores pessoais, idade e experiência profissionais podem influenciar o indivíduo a se tornar empreendedor. (FERREIRA, SANTOS & SERRA, 2010).

Há uma maior propensão a se tornar empreendedor se os pais forem ou tiverem sido empreendedores também, pois é mais provável que um jovem trilhe pelo empreendedorismo se os pais trabalharem por conta própria ou tenham uma empresa. A natureza independente e a flexibilidade do trabalho autônomo observada nos pais servem como inspiração para o futuro empreendedor.

Estudos da *Global Entrepreneurship Monitor* – GEM, principal estudo de empreendedorismo do mundo, indicam que a capacidade do empreendedor é essencial ao sucesso da nova empresa. A formação é importante para ensinar a gerenciar os problemas que os empreendedores costumam enfrentar e para adquirir conhecimentos específicos às atividades técnicas da empresa. Muitos empreendedores demonstram o interesse de receber formação em áreas como administração, finanças, estratégia, marketing, liderança e comunicação.

O conjunto de valores pessoais em aspectos como liderança, criatividade, sucesso, trabalho, ética, objetivos, e outros são perceptíveis em indivíduos bem-sucedidos.

Segundo os autores Ferreira, Santos e Serra (2010), há evidências que indicam que os empreendedores iniciam seus próprios negócios entre os 22 e os 45 anos, mais provavelmente por volta dos 30 anos. Esse intervalo justifica-se pelo fato de o empreendedor precisar, de experiência, credibilidade, apoio financeiro e vitalidade física para se envolver nos esforços da nova empresa. A experiência é apontada como um indicador para prever o sucesso da nova empresa.

A experiência profissional tem forte impacto sobre carreiras empreendedoras. A probabilidade de sucesso aumenta quando o novo empreendimento faz parte da mesma área da experiência profissional. A ausência de experiência prévia aumenta os riscos de insucesso e dificulta a obtenção de financiamento.

Existem vários tipos de empreendedores. Segundo Dornelas (2007), os mais comuns são: o empreendedor nato (mitológico), o empreendedor que aprende (inesperado), o empreendedor serial (cria novos negócios), o empreendedor corporativo, o empreendedor social, o empreendedor por necessidade, o empreendedor herdeiro (sucessão familiar) e o planejado.

**Empreendedores natos:** são aqueles que começaram do nada e criam grandes impérios. São empreendedores que geralmente começam a trabalhar muito jovens e adquirem habilidade de negociação e de vendas. Possuem características visionárias, otimista e estão comprometidos a realizar seus sonhos. Comumente suas referências e exemplos a seguir são os valores familiares.

**Empreendedor que aprende:** é normalmente a pessoa que se depara com uma oportunidade de negócio e toma a decisão de mudar o que fazia na vida para se dedicar ao próprio negócio. Para isso, aprendem a lidar com as novas situações e se envolvem em todas as atividades do próprio negócio.

**Empreendedor serial:** é aquele que é apaixonado, não apenas pelas empresas que cria, mas principalmente pelo ato de empreender e cria um negócio para se tornar uma grande corporação. Geralmente possui perfil dinâmico, prefere os desafios e a adrenalina envolvidos na criação de algo novo a assumir uma postura de executivo que lidera grandes equipes. Em geral tem uma habilidade incrível de montar equipes, motivar o time, captar recursos para o início do negócio e colocar a empresa em funcionamento. Acreditam nas oportunidades e não costumam desistir enquanto não as vir implementadas. Ao concluir um desafio, precisa de outros para manter a motivação.

**Empreendedor corporativo:** São geralmente executivos muito competentes, com capacidade gerencial e conhecimento de ferramentas administrativas. Trabalham de olho nos resultados para crescer no mundo corporativo. São hábeis comunicadores e vendedores de suas ideias e desenvolvem seu *networking* dentro e fora da organização. Esse tipo de empreendedor se tornou mais evidente devido à necessidade das grandes organizações de se renovar, inovar e criar novos negócios.

**Empreendedor social:** tem como missão construir um mundo melhor para as pessoas. Envolve-se em causas humanitárias e possuem em um desejo imenso de mudar o mundo criando oportunidades para aqueles que não têm acesso a elas. Suas características são similares às dos demais empreendedores, mas a diferença é que se realizam vendo seus projetos levando resultados para os outros e não para si próprios. Os empreendedores sociais têm um papel social extremamente importante, já que através de suas ações e das organizações que criam preenchem lacunas deixadas pelo poder público. De todos os tipos de empreendedores é o único que não busca desenvolver um patrimônio financeiro, pois prefere compartilhar seus recursos e contribuir para o desenvolvimento das pessoas.

**Empreendedor por necessidade:** geralmente são pessoas que não tem acesso ao mercado de trabalho ou foi demitido e para sobreviver criam o próprio negócio por falta de alternativa, então o que resta é trabalhar por conta própria. Normalmente se envolvem em negócios informais, desenvolvendo tarefas simples, prestando serviços e conseguindo como

resultado pouco retorno financeiro. É um grande problema social para os países em desenvolvimento, pois apesar de ter iniciativa, trabalhar arduamente e buscar de todas as formas a sua subsistência e a dos seus familiares, não contribui para o desenvolvimento econômico. Sua existência em grande quantidade é um problema social, pois os empreendedores por necessidade são vítimas do modelo capitalista atual, por não terem acesso a recursos, à educação e às mínimas condições para empreender de maneira estruturada. Suas iniciativas empreendedoras são simples, pouco inovadoras, geralmente não contribuem com impostos e outras taxas, e acabam por inflar as estatísticas empreendedoras de países em desenvolvimento, como o Brasil.

**Empreendedor herdeiro:** possuem a missão de levar em frente o legado de sua família e multiplicar o patrimônio recebido. O empreendedor herdeiro aprende a arte de empreender com exemplos da família, e geralmente segue seus passos. Muitos começam bem cedo a entender como o negócio funciona e a assumir responsabilidades na organização, e acabam por assumir cargos de direção ainda jovens. Alguns têm senso de independência e desejo de inovar, e mudar as regras. Outros são conservadores e preferem não mexer no que tem dado certo. Atualmente, tem ocorrido a chamada profissionalização da gestão de empresas familiares, que ocorre através da contratação de executivos de mercado para a administração da empresa e da criação de uma estrutura de governança corporativa, com os herdeiros opinando no conselho de administração e não necessariamente assumindo cargos executivos na empresa. Alguns herdeiros optam por buscar cursos de especialização, MBA, programas especiais voltados para empresas familiares, com o objetivo de não tomar decisões apenas com base na experiência e na história de sucesso das gerações anteriores.

**Empreendedor planejado:** é o empreendedor que busca minimizar riscos, se preocupa com os próximos passos do negócio, tem uma visão de futuro clara e trabalha em função de metas. O empreendedor normal seria o mais completo do ponto de vista da definição de empreendedor e o que a teria como referência a ser seguida, mas que na prática ainda não representa uma quantidade considerável de empreendedores. No entanto, ao se analisar apenas empreendedores bem-sucedidos, o planejamento aparece como uma atividade bem comum nesse universo específico, apesar de muitos dos bem-sucedidos também não se encaixarem nessa categoria.

### 3 STARTUPS

*Startup* é o ato de começar algo, e é o termo que normalmente está relacionado às empresas e companhias que estão iniciando suas atividades ou à grupos de pessoas que buscam trabalhar com projetos inovadores.

De acordo com Bicudo (2016), *startup* é uma empresa jovem com um modelo de negócios repetível e escalável, em um cenário de incertezas e soluções a serem desenvolvidas. Embora não se limite apenas a negócios digitais, uma *startup* necessita de inovação para não ser considerada uma empresa de modelo tradicional.

As *startups* possuem como características o modelo de negócios que busca criar algo inovador ou de adaptar o modelo de negócios para uma área onde não é comumente aplicado ou criar um modelo totalmente novo.

Outra característica das *startups* é o produto repetível e escalável que proporciona inúmeras vantagens como atingir um grande número de clientes e gerar lucro rapidamente.

Para um negócio ser repetível ele precisa entregar o mesmo produto em escala potencialmente ilimitada. Portanto, não é viável muitas customizações ou adaptações, já que a meta é multiplicar. Ser escalável significa crescer cada vez mais sem que isso influencie no modelo de negócios. Um modelo de negócio repetível e escalável tem grandes chances de ser uma *startup* de sucesso (BICUDO, 2016).

Ainda de acordo com o autor acima citado, o termo *startup* começou a ser utilizado durante a crise das empresas Ponto-com, que ocorreu entre 1996 e 2001. Na época, foi formada uma bolha especulativa que tinha como característica a alta das ações das novas empresas de tecnologia da informação e comunicação alocadas no espaço da Internet. A Bolha da Internet, adotou e começou a utilizar o termo *startup*, que até então apenas significava um grupo de pessoas trabalhando por uma ideia diferente e com potencial de fazer dinheiro. Além disso, *startup*, na etimologia da palavra, também sempre foi sinônimo de iniciar algo e colocá-lo em funcionamento.

De acordo com a Associação Brasileira de *Startups* (2017), uma das características mais importantes de uma *startup* é a capacidade de ganhar escala rapidamente, ou seja, de ter seus produtos utilizados por um número grande de pessoas em pouco tempo. Uma *startup* também costuma apresentar baixo esforço de replicação de seus produtos, isto é, custos de operação

que cresçam proporcionalmente a taxas menores que sua receita, na medida em que a empresa ganha escala. Por isso, o uso das tecnologias da informação e da Internet são bem intensas. Outra característica marcante de uma *startup* é o ambiente de incerteza no qual ela está inserida. Em sua fase inicial, muitos elementos que compõe seu modelo de negócio estão ainda cheios de incertezas e pouco definidos.

#### **4 INCUBADORAS**

De acordo com o SEBRAE (2016), as incubadoras de empresas são instituições que oferecem auxílio às micro e pequenas empresas nascentes ou que estejam em operação, que possuam como principal característica a oferta de produtos e serviços no mercado com significativo grau de inovação. Elas oferecem suporte técnico, administrativo, gerencial, mercadológico e formação complementar ao empreendedor e facilitam o processo de inovação e acesso a novas tecnologias nos pequenos negócios, além disso, recebem apoio técnico para o desenvolvimento do seu produto. Dessa forma, o empreendimento pode ser acompanhado desde a fase de planejamento até a consolidação de suas atividades com a consultoria de especialistas.

As incubadoras são utilizadas para estimular a criação e o desenvolvimento de pequenas empresas. Seu principal objetivo é dar suporte estratégico aos pequenos negócios em seus primeiros anos de vida.

São projetadas para apoiar a criação de empresas e empresários em desenvolvimento. Fornecem princípios e estruturas necessárias para empresas em crescimento para que estas rapidamente possam conquistar clientes e escala de mercado. Muitas vezes as incubadoras sediam uma série de pequenas *startups*, quase como se fosse uma escola.

Geralmente ofertam ainda espaço físico especialmente construído ou adaptado para abrigar temporariamente os empreendedores e suas empresas incubadas e promovem acesso a serviços que as empresas dificilmente encontrariam agindo sozinhas e sem orientação adequada no mercado.

Além deste espaço individualizado para a instalação de escritórios ou laboratórios, as incubadoras geralmente oferecem sala de reunião, auditórios, área para demonstração dos produtos, secretaria, bibliotecas e uma série de outros benefícios.

## **5 TRABALHO COLABORATIVO**

O poder da força da coletividade é evidente, pois a união de esforços de várias pessoas consegue alcançar objetivos que, por vezes, pessoas sozinhas não conseguem. Durante toda a vida os seres humanos continuam a se envolver em situações que requerem colaboração e a maneira como cada um encara o colaborativismo, influencia no desenvolvimento individual, bem como no coletivo.

A capacidade de colaboração é requisito fundamental para uma vida de realizações. Colocar projetos em prática e alcançar objetivos pode se tornar algo impossível quando se age sozinho. O sucesso consistente e duradouro requer colaboração.

De acordo com Silva (2017), o grupo de membros de uma empresa é muitas vezes chamado de colaboradores e isso acontece por que colaborar significa trabalhar com uma ou mais pessoas em um projeto ou empreendimento para alcançar um objetivo comum. Dessa forma, fazer parte de uma empresa já é um ato de colaboração.

O uso de ferramentas digitais de comunicação é comumente utilizado para promover a aproximação de um grupo de indivíduos que, geralmente, estão separados pela distância geográfica em torno de um objetivo comum.

O trabalho colaborativo requer um processo definido para funcionar de forma eficaz e gerar benefícios para os colaboradores e, como consequência, para seus projetos.

Ainda de acordo com Silva (2017), os principais benefícios gerados pela colaboração dentro das empresas são: o aumento da produtividade, aumento da criatividade, aumento da inovação e o aperfeiçoando dos membros das equipes, o que colabora para a evolução individual de cada um.

## **6 ECONOMIA COMPARTILHADA E CONSUMO COLABORATIVO**

A Economia Compartilhada (ou colaborativa) vem sendo considerada a principal tendência econômica do século XXI, pois ela teria o poder de diminuir desperdícios, consumismo e desigualdades e, ainda, aumentar a eficiência no uso dos recursos naturais. Tem como objetivo buscar a solução de problemas como a escassez de recursos frente ao aumento crescente do consumo em todo planeta.



De acordo Gansky (2010), a economia colaborativa é um sistema socioeconômico que foi construído em torno do compartilhamento de recursos humanos e físicos, o qual inclui a criação, produção, distribuição, o comércio e consumo compartilhado de bens e serviços por pessoas e organizações como alternativa para a diminuição do impacto ambiental, através da consciência da escassez dos recursos em relação ao quantitativo populacional.

Também conhecida como Economia Compartilhada (do inglês *Sharing Economy*), esta modalidade baseia-se no princípio de emprestar coisas e compartilhar custos, o que não é novo nem para as pessoas nem para as empresas. No mundo empresarial, há centenas de anos os custos de uma empreitada são compartilhados por meio da união de duas ou mais companhias visando redução de gastos e aumento de lucros, o que é um dos objetivos do *coworking*.

O termo passou a ser utilizado mais frequentemente após os anos 2000 em função do desenvolvimento das tecnologias da informação, juntamente com o crescimento das redes sociais, o que proporcionou o surgimento de plataformas online que possibilitaram o compartilhamento de informações.

Diante do cenário de riscos e conflitos que a economia enfrenta, somado a uma sociedade com mais facilidade de se conectar, possibilitado principalmente por meio da internet, que novos modelos que socialização ganham destaque, com objetivo de redução das etapas de cadeias produtivas. Conforme definido por Abramovay (2015) a economia híbrida é baseada na interação entre colaboração social e a economia privada.

Segundo a revista Página 22 do centro de estudos em sustentabilidade da Fundação Getúlio Vargas – FGV (2014), a economia colaborativa:

[...] dinamizada de forma inédita pelo advento da internet, trabalha com a fartura, e esta não é única premissa do capitalismo industrial que vem derrubar. Essa sociedade emergente, que muitos chamam de pós-capitalista, suplanta a posse de bens e também a ideia de que o homem não passa de um ser competitivo”. (PÁGINA 22, 2014, p.4)

O consumo colaborativo tem como proposta de trocar, emprestar e comprar objetos usados, em vez de adquirir produtos novos, diminuindo o desperdício e conservando a energia e a matéria-prima que seriam usados na fabricação de um novo produto. Esse tipo de troca já existe há muito tempo, mas nos últimos anos ganhou mais força com o crescimento da internet e da preocupação ambiental.

É considerado um sistema socioeconômico construído em torno do compartilhamento de recursos humanos e físicos, que enfatiza o reuso de produtos, elimina intermediários e possibilita interações face a face, além de proporcionar uma nova configuração dos modelos de negócio da economia tradicional (Dubois et al., 2014).

O consumo colaborativo é uma forma de acomodar necessidades e desejos de uma forma mais sustentável, atraente para o indivíduo (Botsman & Rogers, 2009).

De acordo com Botsman e Rogers (2009), há três formas ou sistemas de consumo colaborativo:

a) sistema de serviços de produtos: são definidos como um conjunto comercial de produtos e serviços capazes de atender conjuntamente às necessidades do usuário, no qual se paga pelo uso de um produto sem a necessidade de adquirir sua propriedade;

b) mercados de redistribuição: são associados às trocas e doações, estão relacionados à transferência de propriedade;

c) estilos de vida colaborativos: se verifica a disposição à partilha e à troca de ativos intangíveis, como, por exemplo, tempo, espaço, habilidades e dinheiro (Botsman & Rogers, 2009).

Este último sistema de consumo também pode incluir outras formas de colaboração, como: *crowdsourcing*, *crowdfunding*, *crowdlearning*, *couchsurfing* e *coworking*. O quadro 3 apresenta a descrição de cada forma de consumo colaborativo classificada como estilo de vida colaborativo.

**Quadro 3** - Descrição dos tipos de estilos de vida colaborativos

<b><i>Tipo de estilo de vida</i></b>	<b>Descrição</b>
<i>Crowdsourcing</i>	Modelo de negócio, baseado na web, que utiliza as soluções criativas de uma rede distribuída de indivíduos que atuam através de um convite aberto, ou seja, é uma ferramenta de co-criação a partir da participação online.
<i>Crowdfunding</i>	Financiamento coletivo, a partir de redes de pessoas e/ou instituições que investem em projetos criativos, ou seja, várias

	<p>peças contribuem, com pequenas quantias, de maneira colaborativa, para viabilizar uma ideia, um negócio, um projeto.</p>
<i>Crowdlearning</i>	<p>Proporciona o aprendizado colaborativo, onde as pessoas compartilham os conhecimentos que detêm com quem tem o interesse de aprender</p>
<i>Couchsurfing</i>	<p>Compartilhamento de hospedagem para pessoas que viajam a passeio ou a negócios. É uma rede mundial para fazer conexões entre viajantes e as comunidades locais que visitam.</p>
<i>Coworking</i>	<p>Compartilhamento de espaço e recursos de escritório, reunindo pessoas em escritórios de trabalho coletivo.</p>

Fonte: adaptado de BOTSMAN, Rachel; ROGERS, Roo. **O que é meu é seu:** como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo. Porto Alegre: Bookman, 2011.

O conceito de *sharing* (compartilhamento ou partilha) é diferente do entendimento de consumo colaborativo. Pode-se compartilhar uma casa de férias, um banco no parque, inclusive coisas mais abstratas, como conhecimento, responsabilidade ou poder, bem como ideias, valores e horários, desde que dependam de partilha voluntária, ou seja, inclui o ato e o processo de distribuição do que é próprio para o uso dos outros e o ato e processo de receber algo dos outros para o uso próprio. (BELK, 2007). Assim, a partilha é um processo interpessoal e é sancionada e prescrita pela cultura, podendo, inclusive, criar sentimentos de comunidade. Destaca-se que o compartilhamento não inclui o aluguel contratual ou uso não autorizado de propriedade por furto.

Belk (2007) entende que o consumo pode ser compartilhado e descreve o compartilhamento como uma alternativa para a propriedade privada que é enfatizado nas taxas de mercado e doação. Na partilha, duas ou mais pessoas podem usufruir dos benefícios (ou custos) de não possuir uma coisa, como ocorre nos espaços de *coworking*. Nesse sentido, o autor define o compartilhamento como “o ato e processo de distribuição do que é nosso para os outros, para que possam utilizar e/ou o ato e processo de receber ou tomar algo dos outros para o nosso uso” (Belk, 2007, p. 126).

Diferentemente da ideia de Belk (2007, 2010), Botsman e Rogers (2009) entendem que pode haver a propriedade de algo, ou seja, não necessariamente há a existência de “algo nosso”,

mas “o que é meu é seu”. Para Belk (2013) o consumo colaborativo e a economia do compartilhamento (*sharing economy*) são fenômenos que passaram a existir com o advento da Internet. Assim o autor diferencia compartilhamento de consumo colaborativo, pois o primeiro contempla a aquisição, a distribuição e o consumo de algo pessoalmente, enquanto o segundo é um fenômeno nascido na era da Internet, através de contatos online.

## 7 METODOLOGIA

Para Lakatos e Marconi (2003, p. 83), “ método é o conjunto das palavras sistemáticas e racionais que, com maior segurança e economia, permite alcançar o objetivo- conhecimentos válidos e verdadeiros- traçando um caminho a ser seguido. ”

Para Gil (2002), as pesquisas exploratórias têm como objetivo proporcionar maior familiaridade com um dado assunto, e são normalmente realizadas por meio de pesquisas bibliográficas. A pesquisa bibliográfica é desenvolvida com base em material já elaborado.

### 7.1 TIPO DE PESQUISA

De acordo com o Silva (2018), o método é a escolha de procedimentos sistemáticos para a descrição e a explicação de fenômenos. Esses procedimentos se assemelham ao método científico que consiste em delimitar um problema, realizar observações e interpretá-las com base nas relações encontradas, fundamentando-se nas teorias existentes.

O tipo de pesquisa utilizado para a realização deste trabalho foi exploratório e apresentação dos resultados obtidos foi de forma quantitativa.

Segundo Moretti (2018), a pesquisa do tipo exploratória se dá a partir do momento que o pesquisador se propõe a investigar um determinado tema, mas não sabe muito sobre o assunto. Dessa forma consegue adquirir familiaridade com o tema. O estudo exploratório procura entender como as coisas funcionam.

Para Gil (2002), as pesquisas exploratórias têm como objetivo proporcionar maior familiaridade com um dado assunto, e são normalmente realizadas por meio de pesquisas bibliográficas. A pesquisa bibliográfica é desenvolvida com base em material já elaborado.

Como o objeto de investigação é pouco conhecido, é necessário se empenhar na pesquisa bibliográfica e buscar citações relevantes, ou seja, que facilitem o entendimento do assunto.

A pesquisa exploratória geralmente é realizada logo no início do projeto de pesquisa. No entanto, toda vez que o investigador se depara com um assunto desconhecido, ele pode colocar em prática essa metodologia para entender o problema.

A pesquisa quantitativa prioriza apontar numericamente a frequência e a intensidade dos comportamentos dos indivíduos de um determinado grupo, ou população.

De acordo com o Instituto PHD (2015), estas medidas são precisas e podem ser úteis para decisões mais acertadas. Os meios de coleta de dados são estruturados, e entre eles estão a entrevista individual e os questionários (como o que foi utilizado nesta pesquisa), e muitos outros recursos, sempre com perguntas objetivas e muito claras.

Neste caso, as ferramentas estatísticas devem ser aplicadas com rigor para que haja a confiabilidade necessária para, através da amostra, inferirmos resultados sobre a população de interesse.

A pesquisa quantitativa apresenta resultados que podem ser quantificados (dados numéricos), o que seria relevante para estudos com um número elevado de amostras.

Na pesquisa quantitativa o objetivo é medir informações sobre um assunto que já é conhecido. Desta forma, os dados coletados apresentam uma natureza mais estatística, sendo os resultados expostos em forma de gráficos, tabelas, etc.

Segundo Gil (2010), as pesquisas exploratórias têm como objetivo oportunizar maior proximidade com o problema, com vistas a torná-lo mais claro ou construir suposições. Para Tachizawa e Mendes (2006), o estudo exploratório permite reunir elementos capazes de favorecer o maior entendimento sobre a escolha do objeto e a definição do tema, além das justificativas teóricas do mesmo.

Quanto aos procedimentos técnicos, é uma pesquisa bibliográfica e estudo de caso. Na visão de Gil (2010), é constituída a partir de material já elaborado, principalmente por meio de livros e artigos, e permite ao pesquisador maior cobertura de fenômenos conhecidos, diante da possibilidade de pesquisá-los diretamente.

De acordo com Vergara (2004, p.56), o estudo de caso é sistematizado e desenvolvido “com base em material publicado em livros, entre outros que estejam acessíveis ao público em geral, além de ser um estudo de caso, que é circunscrito a uma ou poucas unidades, entendidas

essas como pessoas, família, produto entre outros”. Para Gil (2008), é caracterizado pelo estudo profundo e árduo, de um ou poucos objetos, de tal modo que se possa entender detalhadamente o conhecimento, opção essa praticamente impossível mediante outras técnicas.

## 7.2 LOCAL DA PESQUISA

A pesquisa foi realizada no Casarão Tech Renato Archer que fica localizado na Rua da Estrela, 386, no Centro Histórico de São Luís do Maranhão. É o primeiro hub tecnológico do Maranhão, e homenageia o maranhense que foi o primeiro Ministro da Ciência e Tecnologia do Brasil, Renato Archer.

Inspirado em modelos de inovação do exterior, o hub, que faz parte do programa Inova Maranhão da Secretaria de Estado da Ciência, Tecnologia e Inovação (SECTI), tem a missão de inserir o Estado no cenário tecnológico e inovador do Brasil, conectando empreendedores, empresas inovadoras, reunindo talentos e fortalecendo a economia criativa local.

O Casarão Tech foi inaugurado em 19 de janeiro de 2018, e conta com ampla estrutura de laboratórios *kids* (dedicado a cursos, treinamentos e oficinas de robótica, construção de games e outras tecnologias de aprendizado para crianças e pré-adolescentes) e *maker* (onde há máquinas de impressão 3D e de corte usado para que residentes possam desenvolver projetos e ações), espaço de *coworking*, auditório, sala de reunião, sala para incubação de empresas e sala de treinamentos (MARANHÃO, 2018).

O local foi criado para abrigar e gerar conexões no ramo das *startups*, e possui um espaço destinado para 67 empreendimentos. O Programa Inova Maranhão fomenta a criação de empresas de base tecnológica e estimula a inovação nas empresas maranhenses por meio de editais da FAPEMA e processos de pré-aceleração, aceleração e incubação de empresas. Também objetiva o desenvolvimento de estudos e implantação de laboratórios para instalação de Parque Tecnológico do Maranhão, o qual tem como foco o setor aeroespacial e os nano satélites.

Para tornar-se um *coworker* do Casarão Tech, é necessário, antes de tudo, possuir um projeto inovador que tenha objetivos reais, e ser aprovado no edital da Fundação de Amparo à Pesquisa e ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico do Maranhão (FAPEMA).

O objetivo principal do espaço é fortalecer a economia, o ecossistema de inovação e tecnologia no Maranhão e acelerar protótipos e projetos de *startups*, que é uma das áreas da economia no mundo que movimenta bilhões de dólares.

O Casarão Tech tem capacidade para suprir tanto as necessidades de espaço físico e de equipamentos, como servir de referência para futuros negócios dos empreendedores que podem trocar experiências entre si e agregar conhecimento para cada uma das *startups*. Para o empreendedor, é uma oportunidade de desenvolver o negócio juntamente com outros empreendedores por ser um espaço colaborativo.

Os demais espaços como salas de reuniões, auditórios e laboratórios podem ser utilizados pela comunidade, para isso, basta fazer uma reserva no próprio local.

### 7.3 UNIVERSO E AMOSTRA

Segundo Lakatos e Marconi (2003, p. 162), “amostra é uma parcela convenientemente selecionada do universo (população); é um subconjunto do universo”. Vergara (1998, p. 48) define população como sendo “um conjunto de elementos (empresas, produtos, pessoas, por exemplo), que possuem as características que serão objeto de estudo.”

O presente trabalho foi realizado por meio de um estudo de caso, onde a população estudada foram *startups* aceleradas pelo espaço *coworking*. Já a amostra, foram 28 *coworkers* que fazem parte do espaço Casarão Tech de São Luís, no estado do Maranhão.

### 7.4 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

Foi construído um questionário com base em um modelo já existente utilizado por Neiva e Santos em 2013 com 20 (vinte) perguntas abertas e fechadas que abordavam a percepção dos usuários dos espaços de *coworking*, conhecidos no mercado como *coworkers*, sobre a usabilidade desse novo perfil de negócio, avaliação das estruturas disponíveis no local e qual impressão eles têm de locais desta natureza. O questionário foi aplicado nas 10 equipes (que variam de 2 a 5 componentes por equipe) de *startups* presentes no local que fazem uso contínuo do Casarão Tech.

### 7.5 COLETA DE DADOS

Lakatos e Marconi (2003) definem a coleta de dados como a “etapa da pesquisa em que se inicia a aplicação dos instrumentos elaborados e das técnicas selecionadas”. Para realizar a coleta de dados são utilizadas diversas técnicas que variam de acordo com as circunstâncias e

o tipo de pesquisa sendo os mais utilizados: a entrevista, o questionário, a observação e a pesquisa documental.

A coleta de dados foi desenvolvida em duas fases: primeiramente foi realizado o levantamento bibliográfico, a partir dos materiais disponíveis como livros, monografias, artigos científicos e materiais eletrônicos relacionados ao tema, objetivando a formação de conteúdo que desse embasamento ao estudo em questão; posteriormente a coleta de dados foi desenvolvida com o auxílio da ferramenta online *Google* formulários, com compartilhamento da pesquisa via redes sociais no formato digital (*WhatsApp*) aplicada aos usuários do espaço *coworking* disponível no Casarão Tech.

O período de visitas e aplicação dos questionários foi feito no mês de outubro, entre os dias 22 e 26.

## 7.6 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DE DADOS

Esta etapa tem por objetivo a solução do problema de pesquisa levantado. Segundo Lakatos e Marconi (2003, p. 167)

Na análise, o pesquisador entra em maiores detalhes sobre os dados decorrentes do trabalho estatístico, a fim de conseguir respostas às suas indagações, e procura estabelecer as relações necessárias entre os dados obtidos e as hipóteses formuladas. Estas são comprovadas ou refutadas, mediante a análise.

[...]

Na interpretação dos dados da pesquisa é importante que eles sejam colocados de forma sintética e de maneira clara e acessível. (LAKATOS; MARCONI, 2003).

Minayo (2007) descreve em três fases esse processo: (1) organização do que será analisado; (2) estudo do material a ser utilizado; e (3) análise dos dados obtidos.

## 7.7 TRATAMENTO DE DADOS

A análise foi realizada no mês de outubro de 2018 utilizando a estatística descritiva como forma de organizar e reunir os dados estatísticos. A tabulação e apresentação dos dados foi feita através do *software* Excel 2016 que possibilitou extrair os gráficos.

Quanto ao tratamento de dados foram utilizadas as técnicas da análise quantitativa e a estatística descritiva com o auxílio do programa Excel. Foi feito o cálculo amostral de um universo de 30, tendo como amostra 28, com o erro amostral de 5% e a um nível de confiança de 95%. Todos os 28 questionários foram respondidos.



Para Lakatos e Marconi (2017), o método estatístico permite obter, de conjuntos complexos, representações simples e certificar se essas deduções são correspondentes entre si. É possível ainda, identificar características dos membros das classes estudadas, medindo-se a importância da variação de qualquer outro atributo quantificável que possibilite seu melhor entendimento. Ainda na ótica do mesmo autor, o método comparativo se ocupa tanto com a comparação de semelhanças e diferenças entre grupos no presente e passado e vice-versa, quanto entre sociedades semelhantes ou de diversos estágios de desenvolvimento.

## **8 RESULTADOS E DISCUSSÕES**

Neste tópico serão apresentadas as análises dos dados coletados durante a pesquisa que visa investigar a usabilidade e perfil do modelo de negócio “*Coworking*”, realizar uma pesquisa de mercado com empreendedores que utilizam o coworking; analisar as contribuições do coworking para as empresas; revelar os fatores que levam o empreendedor a participar do coworking, e apresentar as percepções dos adeptos do coworking a respeito dos impactos gerados na sociedade através de suas ações.

Os resultados desta pesquisa ocorrem no campo da percepção dos usuários do ambiente de *coworking* do Casarão Tech e está voltado para a análise do perfil dos usuários deste espaço e para as contribuições proporcionadas por esse novo modelo de trabalho para o desenvolvimento de ideias inovadoras e compartilhamento de experiências aos *coworkers* das *startups* que estão situadas neste espaço destinado à conexão de empreendedores para o desenvolvimento de seus negócios e estímulo ao empreendedorismo e à inovação no Estado do Maranhão.

Seguindo a linha de pesquisa amplamente utilizada, conferiu-se à pesquisa de campo o modelo mais justo a levantar tais informações. Com base nas respostas dos *coworkers* e através da interpretação proveniente dos questionários tornou-se possível a conclusão desta pesquisa e do reconhecimento sobre a efetividade (ou não) da adoção desta nova tendência para os empreendedores. A seguir encontram-se planejados os resultados da pesquisa.

### **8.1 DESCRIÇÃO DO PERFIL DOS ENTREVISTADOS**

A caracterização sociodemográfica dos participantes foi estruturada a partir do sexo dos entrevistados, da faixa etária, da escolaridade e da renda mensal para demonstrar o perfil do público da pesquisa.

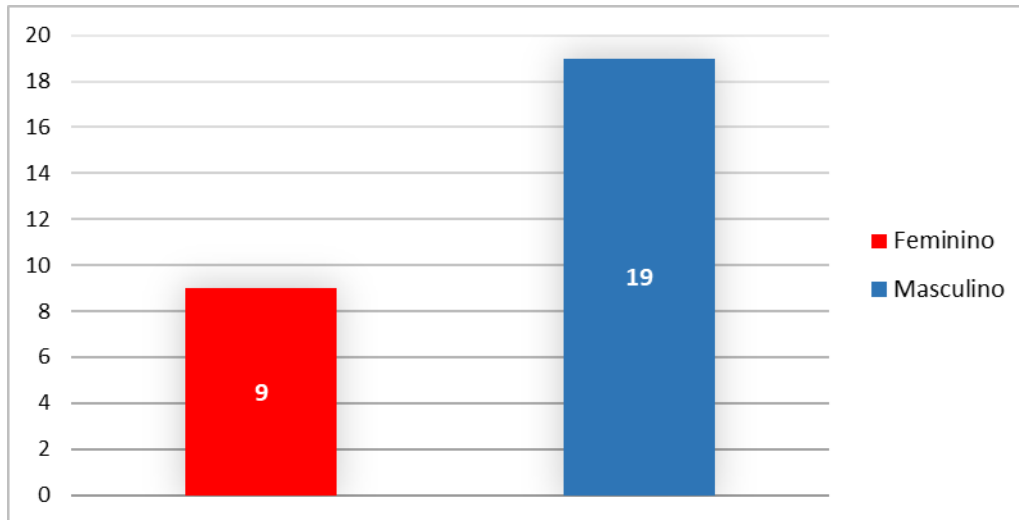
No gráfico 1, nota-se que a maioria dos empreendedores na área de inovação presentes no Casarão Tech são do sexo masculino. Dos 28 entrevistados, 19 são homens (67,9%) e 9 são mulheres (32,1%). Esses dados revelam que o setor de empreendedorismo voltado para a inovação ainda é um pouco carente de mulheres e o motivo desse comportamento pode ser base para estudos futuros.

O empreendedorismo no Maranhão é um movimento forte que a cada dia conquista mais jovens. Empreender é muito mais que abrir um novo negócio, é uma nova forma de pensar e é uma competência que pode ser aprendida.

De acordo com o SEBRAE (2017), a Educação Empreendedora tem como missão desenvolver pessoas para o empoderamento, com atitudes e mentalidade empreendedoras, para que possam encontrar soluções para os diversos problemas. Para isso é necessário preparar os jovens, estruturar seus sonhos pessoais e profissionais para que eles saibam planejar, buscar informações e estabelecer metas.

O SEBRAE atua em conjunto com professores e alunos em busca de desenvolver potencialidades por meio do Programa Nacional de Educação Empreendedora (PNEE), que tem a intenção de ampliar, promover e disseminar a educação empreendedora nas instituições de ensino por meio da oferta de conteúdos de empreendedorismo nos currículos para consolidar a cultura empreendedora.

A atuação do Sebrae acontece em todos os níveis, em especial na Educação Superior. O PNEE tem o objetivo de colaborar para o desenvolvimento integral dos jovens, estimulando o protagonismo juvenil, instigando-os a identificar oportunidades e planejar seu futuro por meio de atitudes empreendedoras.

**Gráfico 1 - Sexo dos entrevistados**

Fonte: Dados da pesquisa (2018)

No gráfico 2, observa-se que a faixa etária predominante de 13 (46,4%) dos 28 entrevistados está entre 20 a 25 anos, 9 (32,1%) estão entre 26 a 31 anos, 3 (10,7%) entre 32 a 36 anos, 2 (7,1%) entre 18 e 20 anos e 1 (3,6%) de 37 anos ou mais. É essa a faixa etária mais jovem que corresponde aos índices percentuais elevados que se preparam para empreender de forma inovadora e ter uma participação economicamente ativa no município.

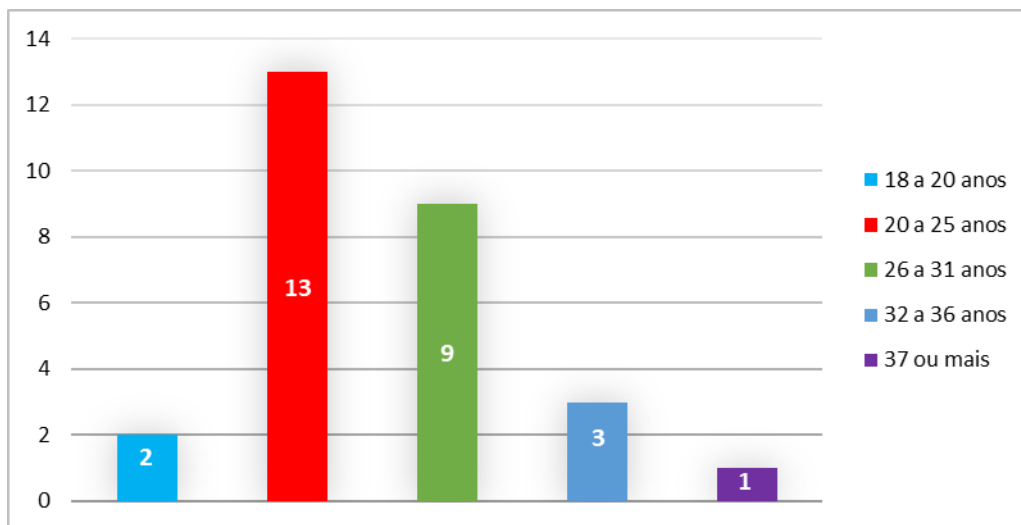
Percebe-se que a maioria dos empreendedores da área de inovação são jovens que estão iniciando a carreira profissional. Isso pode ser observado em todo o território nacional.

De acordo com Dagnino (2018), a pesquisa "Perfil do Jovem Empreendedor Brasileiro", divulgada pela Confederação Nacional de Jovens Empresários (CONAJE), em parceria com a Sistema de Crédito Cooperativo (SICREDI), mostrou que os brasileiros com idades entre 18 e 35 anos, a faixa etária com o maior número de empreendedores é entre 26 e 35 anos. No grupo de 18 a 20 anos poucos se consideram empreendedores.

De acordo com pesquisas do GEM (2017), o número de pessoas entre 18 e 34 anos no total de empreendedores em fase inicial, passou de 50% para 57% em 2017. A pesquisa foi realizada no Brasil pelo Sebrae em parceria com o Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade (IBQP). A pesquisa mostra que um em cada três adultos brasileiros, entre 18 e 64 anos, é empreendedor ou está envolvido na abertura do próprio negócio. O percentual de brasileiros que empreendem por oportunidade aumentou de 57% para 59%.

O empreendedorismo no Brasil em 2017, de acordo com o relatório GEM, considerando as diferentes faixas etárias, mostra que os jovens de 25 a 34 anos foram os mais ativos na criação de novos negócios. Isso significa que 30,5% dos brasileiros nessa faixa etária estão tentando criar um negócio ou já são proprietários e administram um empreendimento em estágio inicial, com até três anos e meio de criação. A pesquisa mostra que 20,3% dos jovens de 18 a 24 anos, estão envolvidos na criação de novos negócios.

**Gráfico 2** - Faixa etária



Fonte: Dados da pesquisa (2018)

O gráfico 3, refere-se ao nível de escolaridade dos entrevistados. Do total de 28 respondentes do questionário 10 (35,7%) estão cursando ou tem o ensino superior incompleto e 10 (35,7%) possuem o superior completo; 5 (17,9%) estão cursando ou possuem pós-graduação incompleta; e 3 (10,7%) possuem pós-graduação completa.

O nível de escolaridade está relacionado à maior sobrevivência dos negócios. Os percentuais de negócios estabelecidos aumentam claramente à medida que se avança nas faixas de escolaridade.

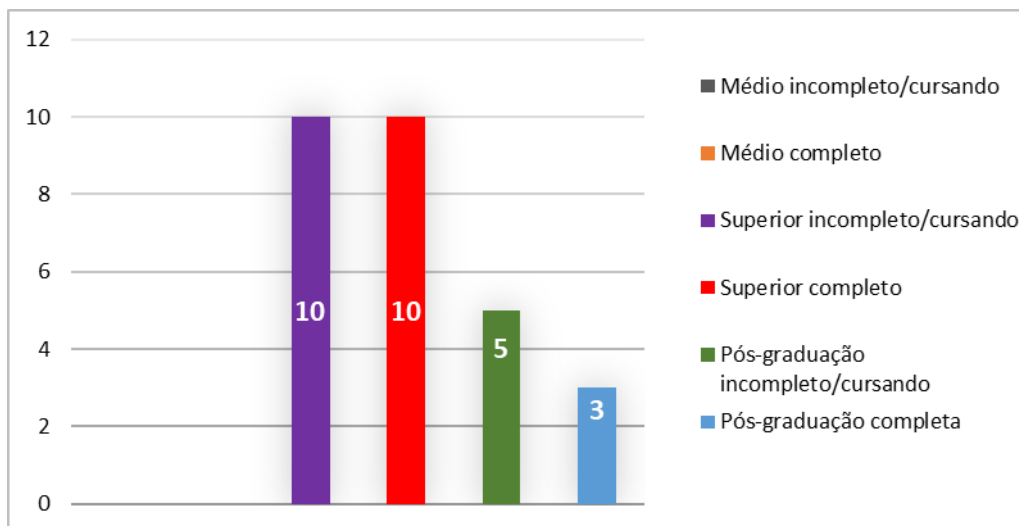
De acordo com o GEM (2017), os empreendedores iniciais no Brasil, o grupo mais ativo, aquele com maior taxa de empreendedorismo (23,9%) é o que tem apenas o ensino fundamental completo, uma taxa que é 10 pontos percentuais acima da taxa verificada no grupo de pessoas com nível superior. Destaca-se que quase 8 milhões de empreendedores estabelecidos não completaram o ensino médio. Porém entre este mesmo grupo de

empreendedores, 2 milhões têm ensino superior completo, que o buscam para ampliar seus conhecimentos a fim de garantir a sobrevivência do negócio.

Segundo Lopes (2012), possuir uma maior escolaridade abre mais possibilidades para o indivíduo ter mais oportunidades no mercado de trabalho, e tenha mais chances de fazer o negócio sobreviver caso se torne empreendedor.

Percebe-se que todos os *coworkers* do Casarão Tech possuem o nível superior, embora alguns ainda estejam cursando. Essas informações revelam que muitos jovens se tornam empreendedores durante a jornada acadêmica, pois o movimento de pequenas empresas juniores desperta o desejo de empreender em muitos alunos, além disso, é uma oportunidade dos alunos colocarem em práticas os conhecimentos adquiridos em sala de aula.

**Gráfico 3** – Nível de escolaridade



Fonte: Dados da pesquisa (2018).

O gráfico 4 refere-se a renda mensal de cada empreendedor respondente. Os 7 entrevistados, que representam 25% da amostra, declararam que possuem um salário que varia de R\$ 1.500,00 a R\$ 2.000,00 reais; 12 (42,9%) afirmaram que recebem entre R\$ 2.500,00 e R\$ 3.000,00 reais; 5 (17,9%) declararam que recebem entre R\$ 3.500,00 e R\$ 4.000,00 e outros 4 (14,3%) afirmaram que recebem de R\$ 4.000,00 reais ou mais.

A relação entre salários e escolaridade é bem grande. De acordo com a Fundação Getúlio Vargas – FGV (2014), para cada ano de estudo há, em média, um aumento de 15% nos rendimentos do trabalhador brasileiro. O salário médio de uma pessoa analfabeta está em R\$

401,00 reais, enquanto para aqueles que possuem pós-graduação este valor é de R\$ 5.027,00 reais.

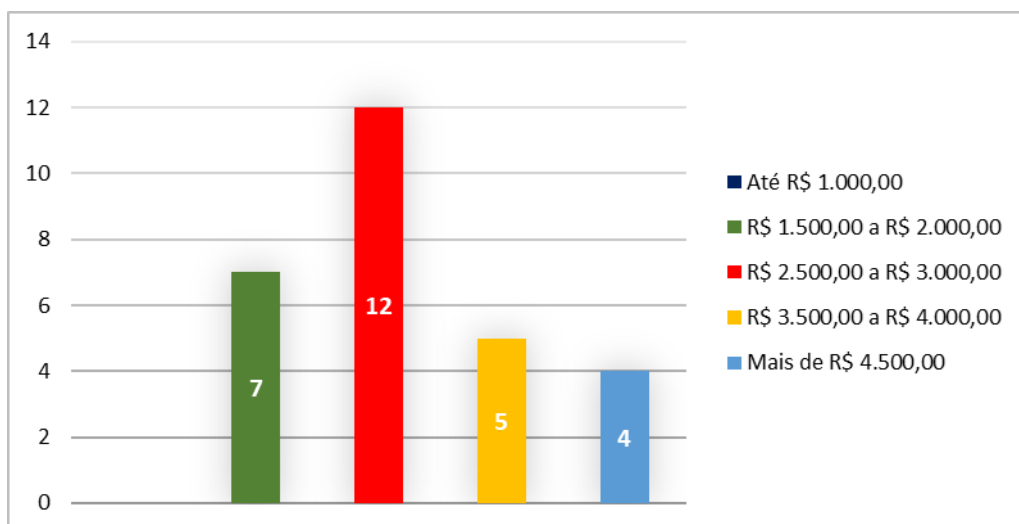
Concluir um curso superior aumenta a empregabilidade e novas oportunidades surgem.

Nota-se que todos já possuem renda superior ao salário mínimo, o que mostra a importância do estudo para uma melhor situação financeira.

Fazer parte de um *coworking* permite ao empreendedor estar presente em uma boa região da cidade, que normalmente são caras. De acordo com a Desk Coworking (2016), quando os custos são compartilhados com outras pessoas ou empresas, fica mais fácil estar localizado em uma região privilegiada para os seus negócios. Um bom espaço causa impactos positivos aos clientes e isso pode ser revertido em lucro para o empreendimento. A renda dos *coworkers* aumenta quando o escritório compartilhado é utilizado pois há a diminuição de gastos mensais como energia, aluguel, telefone, Internet, serviços de secretariado e outros serviços necessários que possuem custo elevado em escritórios tradicionais.

Como no Casarão Tech os custos são pagos pelo governo, os empreendedores não precisam desembolsar nada para usufruir dos recursos disponíveis no local.

**Gráfico 4** – Renda mensal



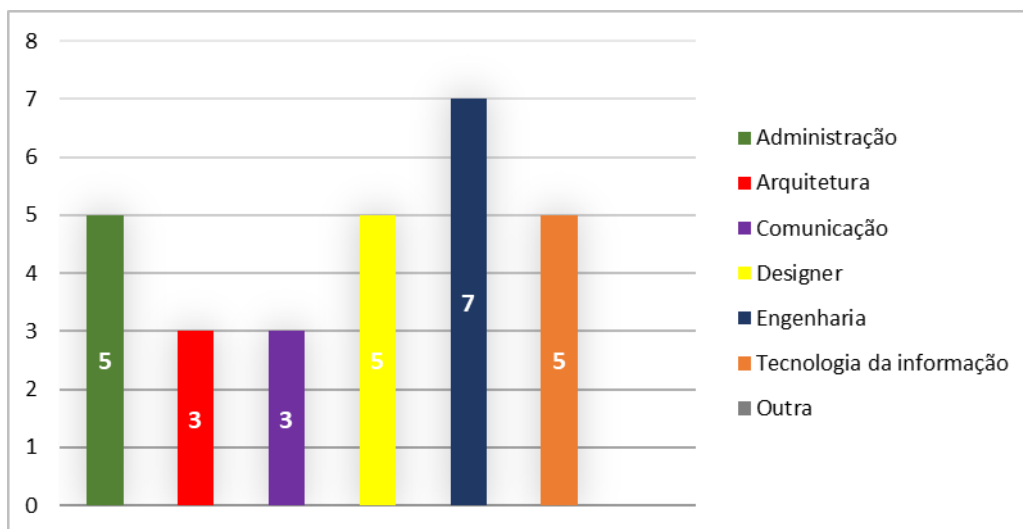
Fonte: Dados da pesquisa (2018).

O gráfico 5 aborda as áreas de atuação profissional de cada entrevistado. Percebeu-se que 7 respondentes (25%) atuam na área de Engenharia; 5 (17,9%) na área de Administração,

5 (17,9%) na área de Tecnologia da Informação; 5 (17,9%) na área de Designer, 3 (10,7%) em Arquitetura e 3 (10,7%) em Comunicação.

Analisando o gráfico 5 percebe-se que a área de engenharia é a mais comum. Este fato ocorre, pois, grande parte dos projetos desenvolvidos no Casarão Tech são voltados para a robótica e mecanização, como é o caso da *startup* que trabalha no desenvolvimento de impressoras 3D. Os profissionais dos cursos de Administração, Designer e Tecnologia da informação são bem presentes no empreendedorismo inovador e os de Arquitetura e Comunicação ampliam o leque de modalidades profissionais. Todas as áreas se misturam para encontrarem soluções inovadoras para problemas que até então não foram solucionados.

**Gráfico 5** – Área de atuação profissional



Fonte: Dados da pesquisa (2018).

O gráfico 6 reporta sobre o conhecimento da modalidade de trabalho do coworking antes de fazer parte do Casarão Tech. Os 16 entrevistados (57,1%) revelaram que já conheciam este modelo de trabalho enquanto 12 (42,9%) afirmaram que não tinham conhecimento desta modalidade.

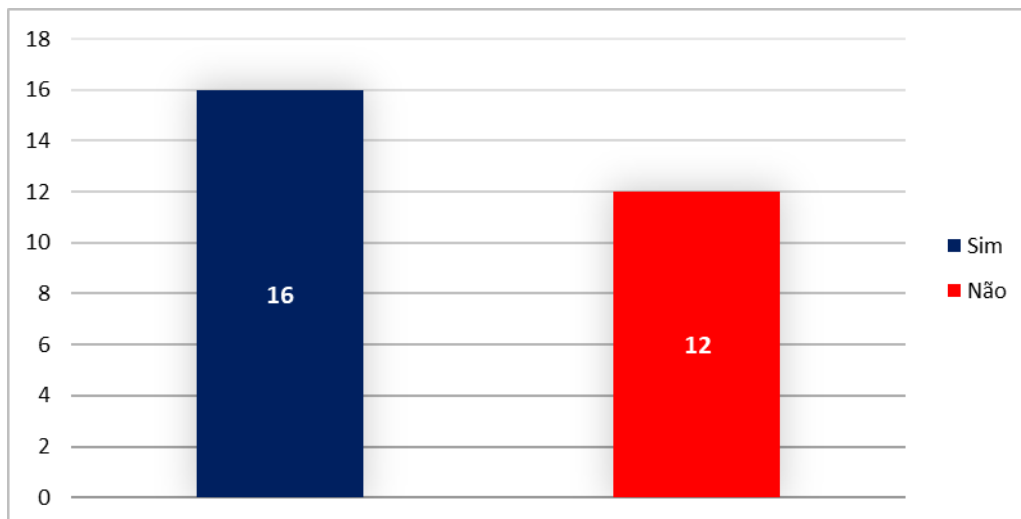
Observando o gráfico 6 nota-se que a maior parte dos *coworkers* já conheciam a modalidade de escritórios compartilhados e outra parte conheceu este modelo de ambiente por meio do Casarão Tech.

Embora o *coworking* tenha chegado a pouco tempo em São Luís, já é uma escolha conhecida de pequenos empreendedores, *startups* e *freelancers*, que normalmente não dispõem

de recursos para bancar uma sede própria e recorrem a estes ambientes. A nova geração de empreendedores anda de braços dados com o avanço tecnológico e busca flexibilidade e novas formas de trabalho, que sejam mais colaborativas, que quebrem a hierarquia, para atrair mais criatividade ao ambiente de trabalho. O ajuste do espaço físico é uma forma de unir o ambiente com essa nova forma de trabalhar.

De acordo com a Cowork Sintra (2018), mais de 2/3 dos coworkers são homens e cerca de 54% são freelancers ou profissionais liberais nas áreas de design, multimídia, criatividade, arquitetura, comunicação, marketing, jornalismo, preponderantemente, mas também nas áreas de direito e contabilidade, seguidos de 20% de empreendedores que estão a lançar as suas novas empresas e marcas, aliando os seus projetos pessoais com outros trabalhos fixos, de forma a garantir a sustentabilidade.

**Gráfico 6** – Conhecía o modelo de trabalho antes de fazer parte do Casarão Tech?



Fonte: Dados da pesquisa (2018).

O gráfico 7 resume o ano em que os empreendedores aderiram a um espaço de coworking em São Luís, visto que este movimento teve início no município no ano de 2016.

Dentre os entrevistados, 3 (11%) iniciaram suas atividades em um espaço de coworking no ano de 2016, 11 (39%) aderiram ao coworking em 2017 e 14 (50%) no atual ano de 2018.

O grande avanço da adoção dos espaços de coworking em São Luís aconteceu durante os anos de 2017 e 2018, pois esta tendência chegou na cidade no ano de 2016 e ainda era pouco conhecido. No ano de 2018, com a inauguração do Casarão Tech este modelo de trabalho ganhou mais força e divulgação.



Manter um escritório tradicional custa muito caro e a maioria dos novos empreendedores não dispõem de capital suficiente para suprir as despesas. O *coworking* proporciona tudo o que os *coworkers* necessitam para desenvolverem seus projetos por um preço mais acessível e, ainda assim, é um pouco inacessível para quem está começando um novo negócio.

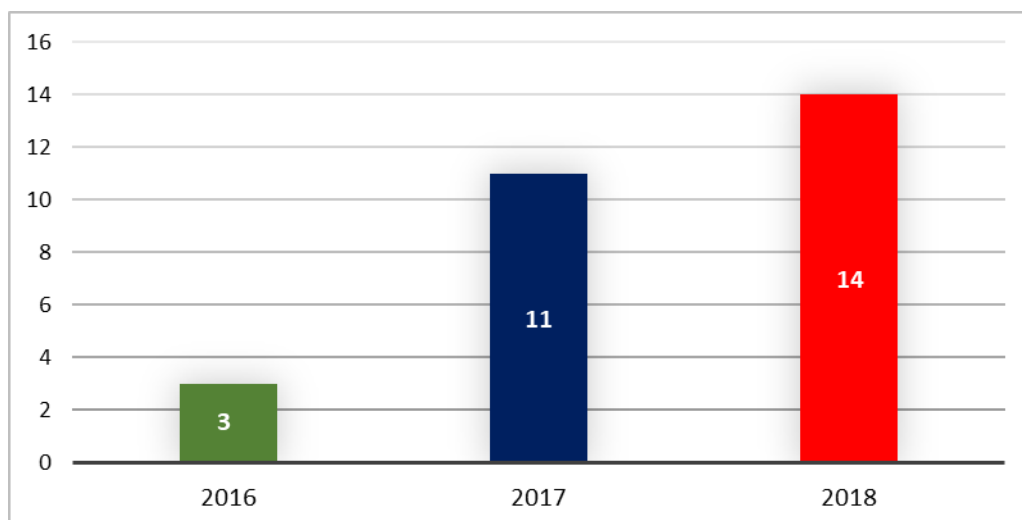
O Casarão Tech surgiu para dar oportunidade a todos os novos empreendedores que possuem ideias inovadoras, oferecendo as instalações de maneira totalmente gratuita, a fim de promover o empreendedorismo inovador no estado do Maranhão.

A criação do Casarão Tech está diretamente relacionada à adesão de novas *startups* ao ambiente de escritórios compartilhados.

De acordo com Dino (2017), no Brasil, nos últimos cinco anos, a quantidade de escritórios compartilhados passou de 11 para quase 240. São Paulo é o maior mercado, com 148 unidades, alta de 56% sobre 2015. Minas Gerais aparece em segundo lugar, com 37 (expansão de 60%). O Rio de Janeiro aparece em terceiro, com 35, avanço de 75%, de acordo com o censo do setor.

Esse fato demonstra que o crescimento do número de *coworkers* tem aumentado gradativamente a cada ano e que este mercado no Maranhão segue crescente assim como nos outros estados brasileiros.

**Gráfico 7** – Ano que aderiu ao modelo de trabalho coworking

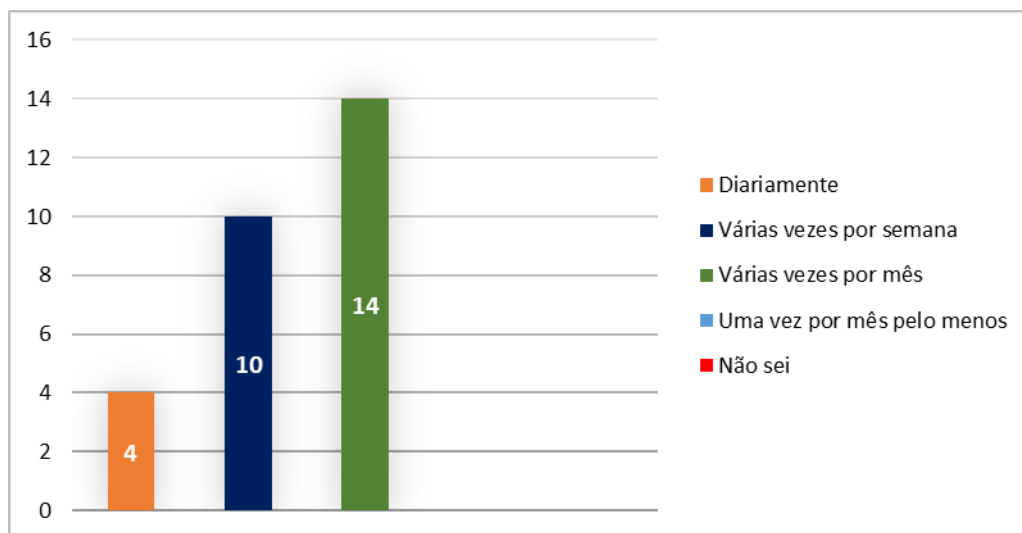


Fonte: Dados da pesquisa (2018).

O gráfico 8 revela informações sobre a frequência com que os coworkers costumam frequentar o Casarão Tech. A pesquisa mostra que 14 entrevistados (50%) utilizam o espaço várias vezes por mês, 10 (35,7%) utilizam várias vezes por semana e 4 (14,3%) têm o hábito de utilizar o espaço diariamente.

Como o *coworking* proporciona uma flexibilidade maior, grande parte dos entrevistados costuma ir ao Casarão Tech várias vezes por mês, apenas quando há necessidade de comparecer às reuniões ou utilizar algum recurso disponível no local, pois existem atividades que podem ser realizadas em qualquer lugar. A outra metade dos entrevistados costumam ir com mais frequência, pois muitos saem de suas faculdades e vão direto para o escritório.

**Gráfico 8** – Frequência de uso do *coworking*



Fonte: Dados da pesquisa (2018).

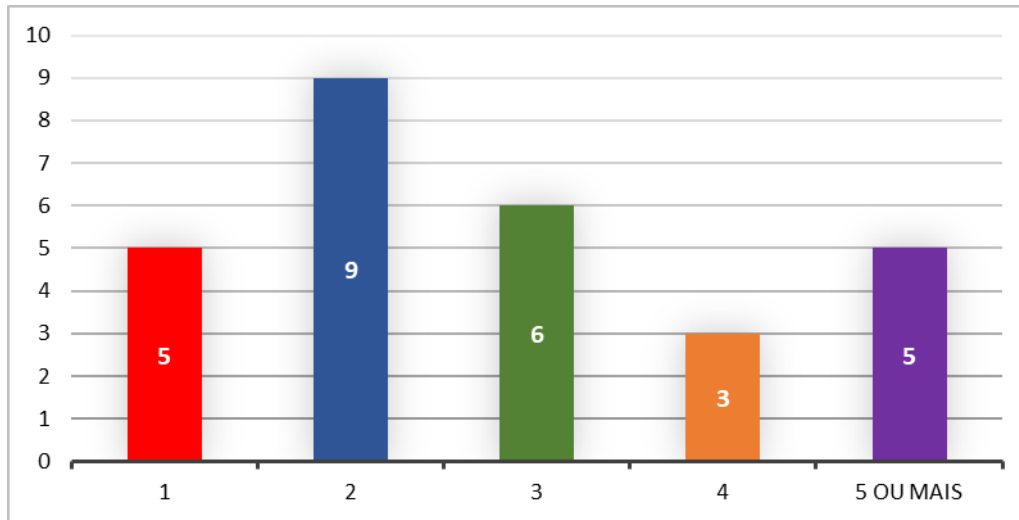
O gráfico 9 aborda a quantidade de espaços *coworking* já utilizados pelos coworkers das startups presentes no Casarão Tech até o presente momento.

Tendo em vista que existem poucos escritórios compartilhados em São Luís é notável que grande parte dos empreendedores já possuem a experiência de participar de mais de um ambiente de *coworking* e, dessa forma, compartilharam seus conhecimentos com os mais diversos profissionais.

Dentre os entrevistados, 5 (17,9%) informaram que fizeram parte de apenas um espaço de *coworking*, 9 (32,1%) já fizeram parte de 2 escritórios compartilhados, 6 (21,4%) participaram

de 3 espaços, 3 (10,7%) utilizaram 4 espaços compartilhados e 5 entrevistados (17,9%) utilizaram 5 ou mais espaços deste modelo.

**Gráfico 9** – Quantidade de espaços *coworking* já utilizados

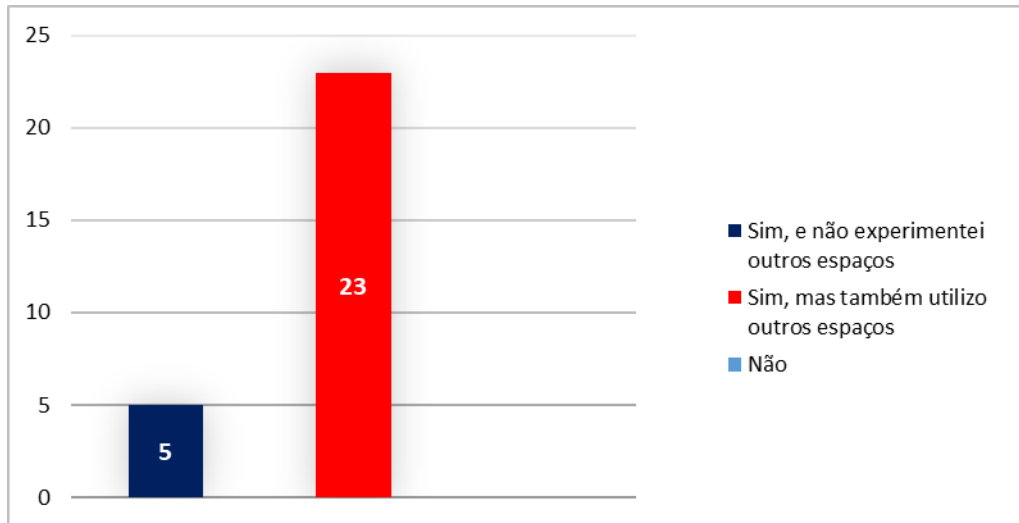


Fonte: Dados da pesquisa (2018).

O gráfico 10 traz informações sobre a fidelidade dos coworkers em relação ao primeiro espaço de *coworking* utilizados, ou seja, se ainda o frequentam. Grande parte dos entrevistados (23) que correspondem a 82,1%, revelaram que ainda frequentam o primeiro espaço *coworking* nos quais se tornaram membros, mas que também frequentam outros espaços e 5 entrevistados afirmaram que ainda fazem parte do primeiro espaço compartilhado e que ainda não experimentaram outros espaços.

Os entrevistados revelaram em uma conversa que o que os mantém frequentando os espaços *coworking* são as trocas de ideias, as relações interpessoais amistosas, o ambiente agradável, a estrutura disponível, ou seja, todo o conjunto do ambiente contribuiu para que eles não deixassem de frequentar os primeiros locais que fizeram parte.

**Gráfico 10** – Ainda frequenta o primeiro *coworking* do qual fez parte?



Fonte: Dados da pesquisa (2018).

O gráfico 11 retrata sobre o local em que os empreendedores costumavam trabalhar antes de aderir ao escritório compartilhado. Dentre os entrevistados, 2 (7,1%) informaram que trabalhavam em um pequeno escritório juntamente com outras pessoas, 2 (7,1%) trabalhavam em casa, modalidade conhecida como *home office*, 6 (21,4%) trabalhavam em um *business center*, 1 (3,6%) trabalhava em um escritório virtual, 10 (35,7%) trabalhavam em um escritório tradicional e 7 (25%) não tinham local fixo.

Os escritórios tradicionais eram os locais de trabalho mais utilizados pelos entrevistados antes de iniciarem suas atividades em um local de *coworking*. O aumento da autoconfiança é a maior vantagem dos espaços de *coworking* sobre os escritórios tradicionais.

A maioria dos *coworkers* relatam um sentimento de aumento da autoconfiança que sentem em relação ao trabalho no ambiente *coworking* quando comparado a um escritório tradicional.

Isto se deve à flexibilidade proporcionada pelos espaços de *coworking*, e ao fato de estarem cercados por uma comunidade de apoio, com quem acabam criando laços de amizade e relacionamento.

De acordo com o Coworking Offices (2012), os maiores benefícios experimentados por profissionais que deixaram o *home office*, no entanto, é o aumento da produtividade (23% a mais que aqueles que deixaram o modelo de escritório convencional) e um aumento da renda

(32% a mais). Profissionais que deixaram escritório tradicional permanecem em média mais tempo em um espaço de coworking do que antigos profissionais *home office*.

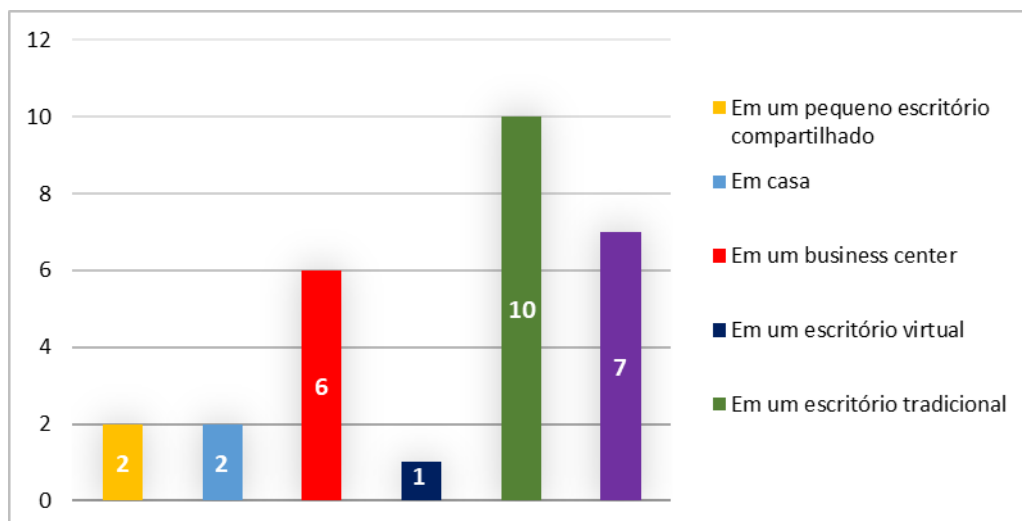
No entanto, existem algumas semelhanças entre os dois grupos. Em particular, as pessoas com quem trabalham é um fator positivo expresso por ambos os grupos.

A maioria também sentiria falta de seu espaço de coworking nenhum tem planos de se mudar para outro local.

Em conformidade com Sharing (2017), embora exista estabilidade no escritório tradicional, experiência e todos os recursos possíveis ao dispor do colaborador, chega um momento em que a mente fica estagnada. Algumas companhias têm percebido a importância do coworking e outras estão modificando o ambiente de trabalho, para torná-lo mais estimulante, como os próprios locais com modelo coworking. Diante disso, a cada dia os escritórios e outros ambientes de trabalho surgem com novas decorações (pufes e enfeites coloridos), mesa ou sala de jogos, cozinha e sala de descanso. Tudo para estimular o funcionário.

Esta mudança nos locais de trabalho revela que as corporações estão se transformando por receio de serem trocadas por ambientes externos de *coworking* e os estão inserindo dentro

**Gráfico 11** – Local de trabalho antes do *coworking*



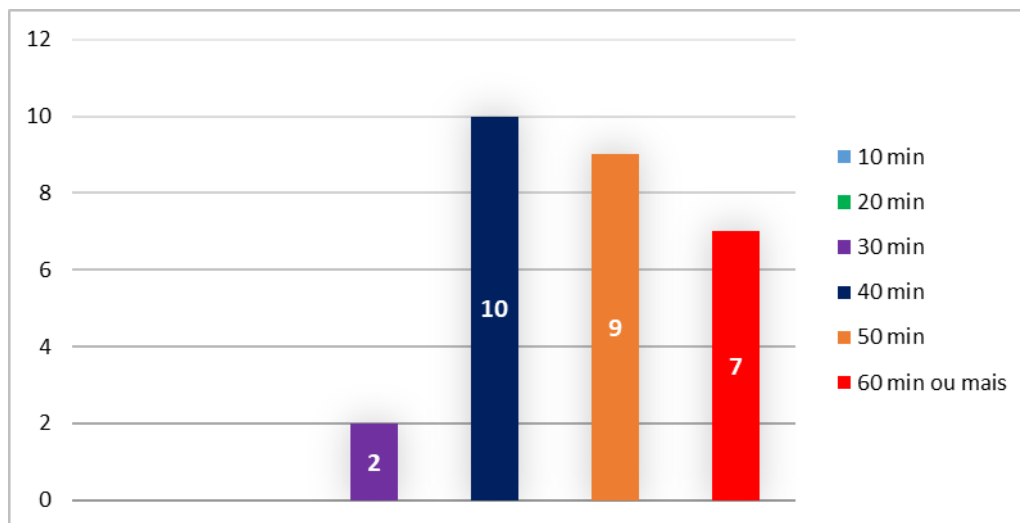
Fonte: Dados da pesquisa (2018).

O gráfico 12 faz uma demonstração de quanto tempo, em média, os coworkers gastam no deslocamento entre as suas casas e seus locais de trabalho.

Apenas 2 entrevistados (7,1%) disseram que gastam 30 minutos para chegar ao local de trabalho, 10 (35,7%) gastam em média 40 minutos, 9 (32,1%) afirmaram gastar 50 minutos e 7 (25%) declararam que gastam de 60 minutos ou mais ao realizar este trajeto.

Ao analisar o tempo gasto entre casa e trabalho, nota-se que todos gastam mais de meia hora para completar este deslocamento. O coworking localiza-se perto das universidades em que a maioria dos estudantes empreendedores estudam. Então o fator localização leva em conta esta proximidade em relação às universidades.

**Gráfico 12** – Tempo gasto entre casa e trabalho

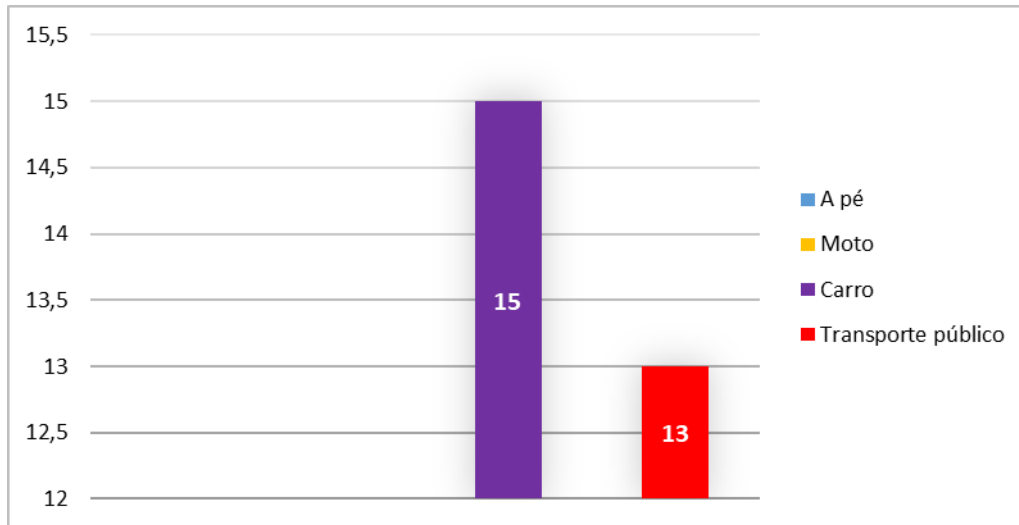


Fonte: Dados da pesquisa (2018).

O gráfico 13 trata sobre o meio de transporte que os coworkers utilizam para o deslocamento até o Casarão Tech.

Notou-se que 13 entrevistados (46,6%) utilizam o transporte público como principal meio de transporte para chegar ao trabalho e 15 (53,6%) utilizam carros.

A pesquisa revelou que a maioria dos entrevistados utilizam carro como principal veículo de locomoção para chegarem até o local de trabalho, enquanto o restante faz uso do transporte público.

**Gráfico 13 – Transporte**

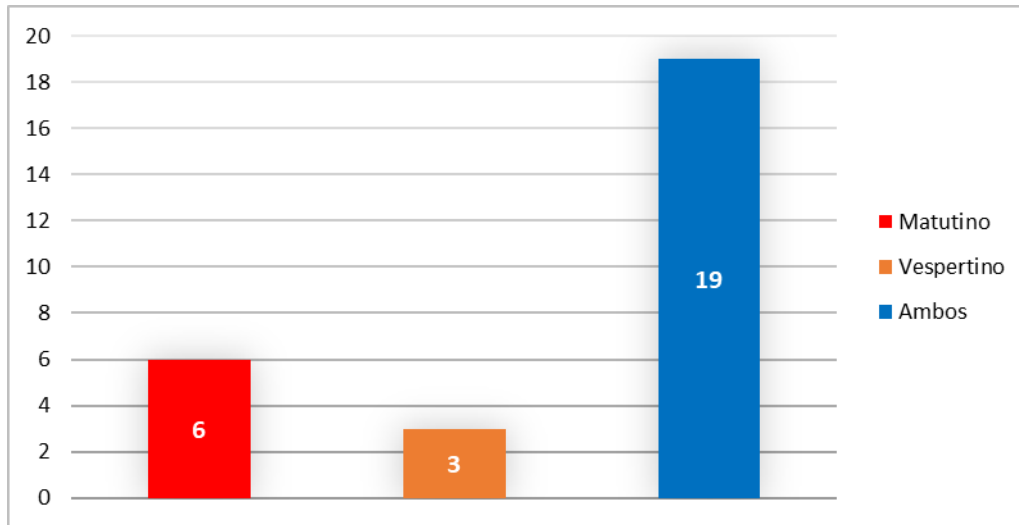
Fonte: Dados da pesquisa (2018).

O gráfico 14 mostra a preferência no uso do espaço *coworking* em relação ao período do dia.

Dos 28 entrevistados, 19 (67,9%) declararam que gostam de usar o espaço *coworking* tanto pela manhã quanto pela tarde, 6 (21,4%) preferem utilizar o espaço no período matutino e 3 (10,7%) preferem utilizar o espaço no período da tarde.

Os entrevistados que preferem utilizar o escritório compartilhado durante o período da manhã revelaram que sentem que as ideias fluem melhor neste período do dia, os que preferem utilizar o ambiente pela tarde, expuseram que possuem outras ocupações pela manhã e a maioria, que prefere usar em ambos os períodos afirmaram que qualquer hora do dia é uma boa hora para se fazer o que gosta, nesse caso, inovar.

**Gráfico 14** – Período em que prefere usar o *coworking*



Fonte: Dados da pesquisa (2018).

O gráfico 15 revela o que mais motivou os empreendedores a fazerem parte de um espaço *coworking*.

O custeio foi escolhido por 10 entrevistados (35,7%) como o fator mais atrativo, a flexibilidade foi escolhida por 9 (32,1%), o aumento do *network* foi escolhido por 3 (10,7%) e a menor burocracia em relação a um escritório tradicional também foi escolhida por 3 (10,7%), a estrutura física por 2 (7,1%) e a localização foi escolhida por 1 entrevistado (3,6%).

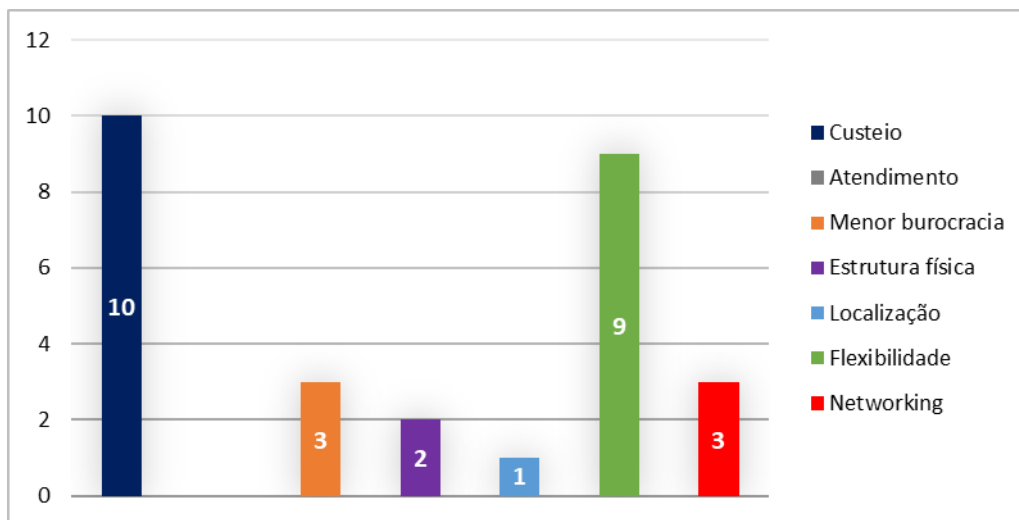
O principal fator escolhido como o que mais chamou a atenção na hora de escolher fazer parte de um escritório compartilhado foi o custeio. No Casarão Tech todas as despesas são pagas pelo governo do estado. O fator flexibilidade é interessante pois o empreendedor tem total liberdade para expor suas ideias em um ambiente onde todos se sintam bem, o que é crucial para o bom desenvolvimento das atividades, interação entre colaboradores e o chamado *brainstorm* que seria a “tempestade de ideias” para a melhoria de questões discutidas na empresa.

O *networking*, que é o sistema de suporte onde existe a partilha de serviços, informações e ideias entre indivíduos ou grupos que têm um interesse em comum, está entre os fatores que chamaram a atenção dos entrevistados na hora de escolher o escritório compartilhado como novo ambiente de trabalho.



A menor burocracia em relação aos escritórios tradicionais também foi um fator decisivo na hora da escolha. A burocracia existente no processo de locação de imóveis, que exige comprovação de renda, a contratação de um plano de telefonia, de internet e outras coisas, são dificuldades que desmotivam muitos empreendedores no começo do negócio. Tudo isso coloca o *coworking* como uma solução imediata, profissional e eficiente para estabelecer a infraestrutura operacional de uma microempresa.

**Gráfico 15** – Fatores que motivaram a participação no *coworking*



Fonte: Dados da pesquisa (2018).

O gráfico 16 mostra quais são as principais desvantagens da utilização de um espaço *coworking*.

Dentre as opções disponíveis, 15 entrevistados (53,6%) consideraram que nenhum deles era uma desvantagem, 9 (32,1%) afirmaram que a falta de privacidade é uma desvantagem, 2 (7,1%) disseram que a gestão do espaço era um problema e outros 2 (7,1%) afirmaram que os relacionamentos interpessoais são uma desvantagem.

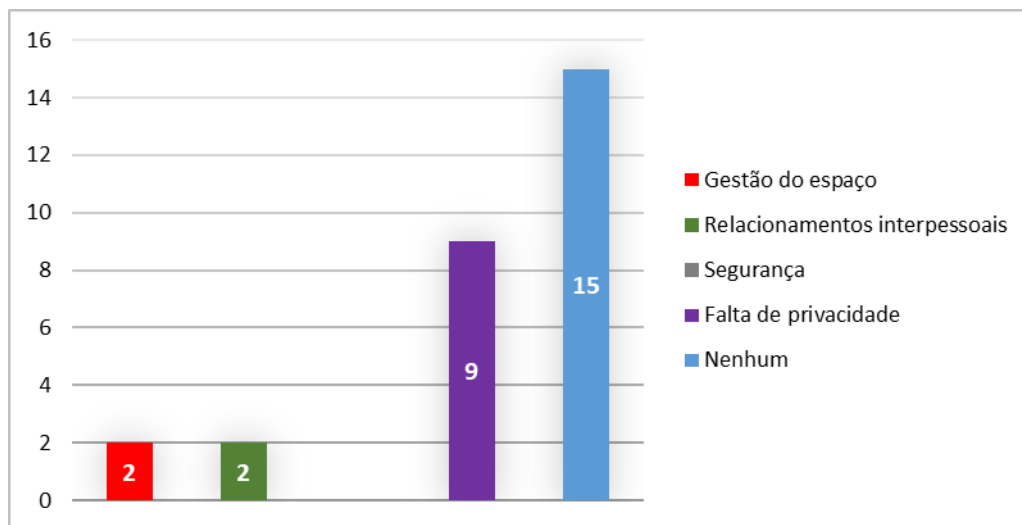
Grande parte dos entrevistados disseram que não percebem desvantagens dentre as opções na utilização de um espaço *coworking*.

A falta de privacidade fica comprometida devido à alta concentração de pessoas no local e isso favorece o aumento de distrações.

A gestão do espaço poderia ser melhorada, pois há salas, como o escritório *maker* e escritório *kids* que poderiam ser aproveitados de forma mais eficiente, pois passam a maior parte do tempo vazios.

O relacionamento interpessoal foi citado como desvantagem pelo fato de poucas pessoas frequentarem o escritório com grande frequência, o que dificulta a troca de ideias e o trabalho colaborativo entre várias pessoas, que é a essência original do *coworking*.

**Gráfico 16** – Desvantagens da utilização do espaço *coworking*



Fonte: Dados da pesquisa (2018).

O gráfico 17 mostra como ocorreu o primeiro contato dos empreendedores entrevistados com o conceito de *coworking*.

Dentre os entrevistados, 8 (28,6%) conheceram o *coworking* por meio da Internet, 5 (17,9%) na faculdade/universidade, 5 (17,9%) por meio de conferências, 4 (14,3%) por meio de amigos, 3 (10,7%) no trabalho, 2 (7,1%) por meio de congressos e 1 (3,6%) por meio de workshops.

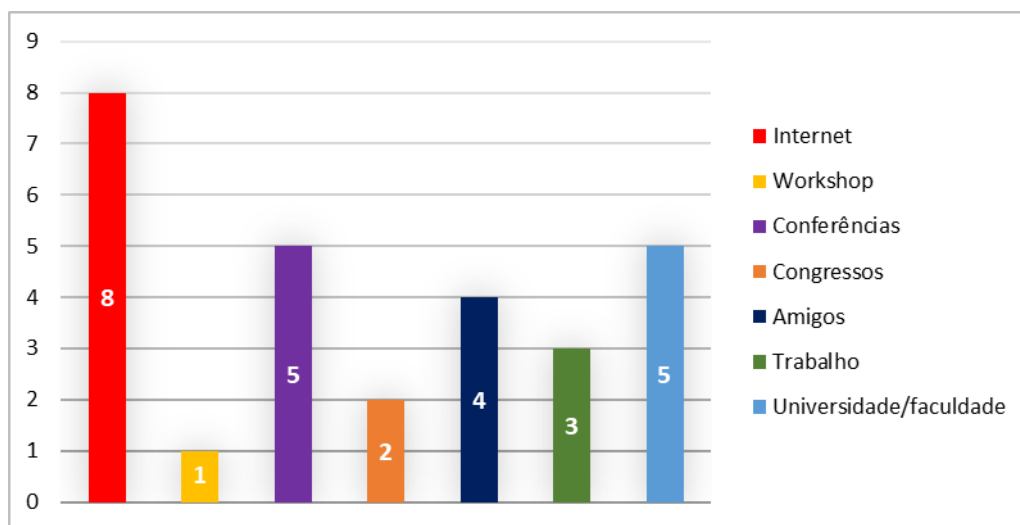
O conhecimento do termo *coworking*, bem como sua essência e proposta foram vistas pela primeira vez por meio da Internet, através de sites sobre inovação, empreendedorismo e áreas similares.

O meio acadêmico vem se tornando um ambiente de propagação de informações sobre o *coworking*, visto que muitas empresas juniores já começaram a trabalhar em parcerias com outras empresas e trocam informações entre si sobre novas ideias para solucionar problemas.

Conferências e congressos sobre empreendedorismo e inovação também se tornaram grandes meios de divulgação desta nova tendência mundial que a cada dia ganha mais força no Brasil e no mundo.

Os *workshops* promovidos pelas empresas que buscam dinamizar o ambiente das empresas, tornando-o mais leve agradável para todos os colaboradores, divulgam a importância da flexibilidade no trabalho e traz vantagens tanto para os empresários quanto para os colaboradores.

**Gráfico 17** – Como conheceu o conceito do *coworking*?



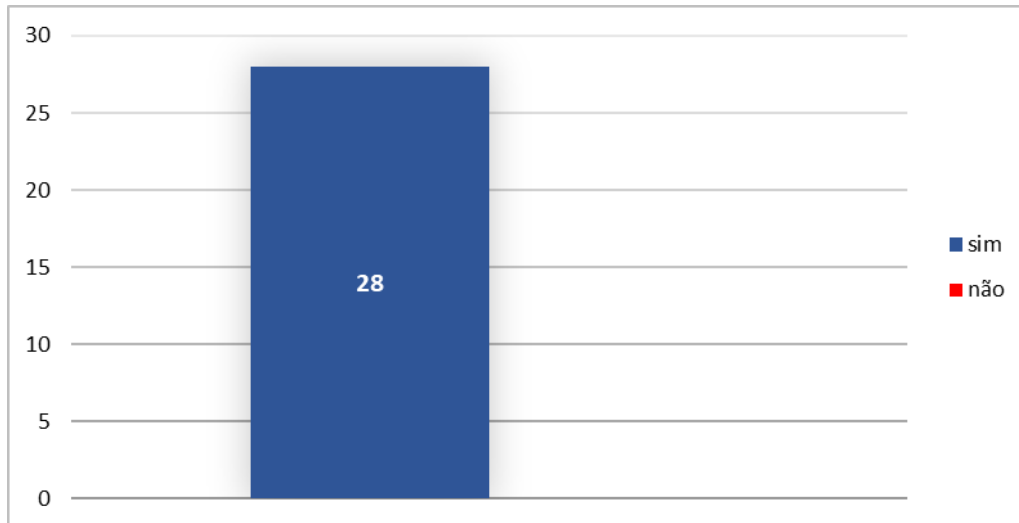
Fonte: Dados da pesquisa (2018).

O gráfico 18 mostra a satisfação dos *coworkers* em relação às expectativas esperadas pelo Casarão Tech.

A pesquisa revelou que as expectativas dos *coworkers* foram completamente atendidas, pois tudo que eles necessitam para desenvolver os projetos está à disposição sempre que precisam.

Em relação a este aspecto o Casarão Tech está bem avaliada pelos seus usuários. Todos os 28 entrevistados (100%) disseram ter as suas expectativas correspondidas.

**Gráfico 18** – O Casarão Tech correspondeu às expectativas?



Fonte: Dados da pesquisa (2018).

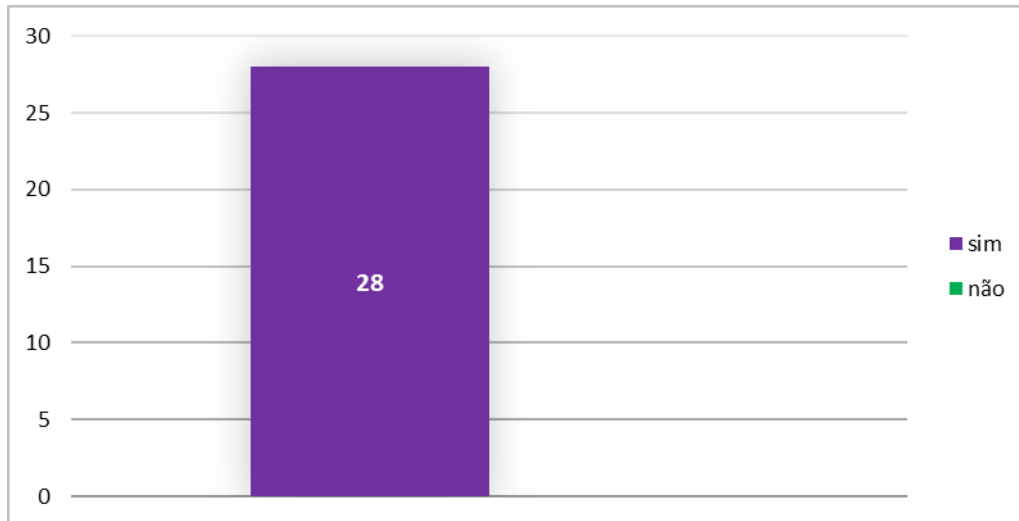
O gráfico 19 mostra que todos os 28 *coworkers* (100%) disseram os conseguem desempenhar suas atividades conforme o planejado.

De acordo com o PMBOK (2008), monitoramento e controle nada mais são do que processos necessários para acompanhar, revisar e regular o progresso e o desempenho do projeto, identificar todas as áreas nas quais serão necessárias mudanças no plano e iniciar as mudanças correspondentes.

Um bom gestor de projetos sabe muito bem o que deve ser feito para se executar um projeto. Todos os processos que devem ser desenvolvidos, as etapas a serem cumpridas, a tecnologia a ser aplicada e as pessoas incluídas, bem como suas responsabilidades, e outras atividades.

Para isso, é fundamental que todas as pessoas envolvidas em um projeto estejam sempre alinhadas e de acordo com o que está sendo desenvolvido. É sempre bom engajar toda a equipe, visto que, as ações de todos os envolvidos influenciam as atividades de todo o projeto.

**Gráfico 19** – Consegue realizar as atividades conforme o planejado?



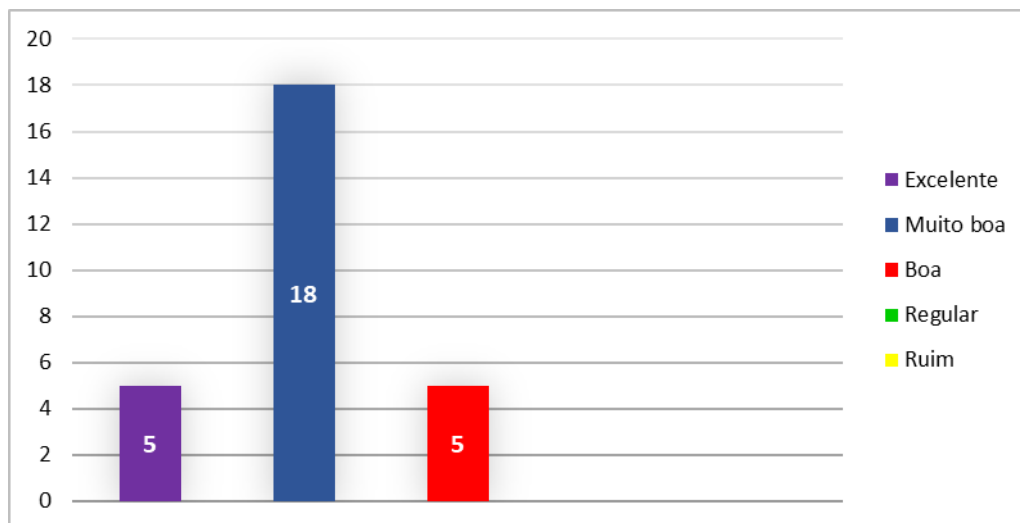
Fonte: Dados da pesquisa (2018).

O gráfico 20 mostra como os coworkers avaliam a estrutura física do Casarão Tech.

Em relação a avaliação da estrutura física, 18 entrevistados (64,3%) a consideram muito boa, 5 (17,9%) a consideram excelente e 5 (17,9%) a consideram boa.

A estrutura física disponível atende as necessidades de cada *startup* em sua individualidade, na disponibilização de equipamentos, materiais, matérias-primas, Internet e tudo o que é necessário para que as empresas desenvolvam seus projetos da melhor forma possível.

**Gráfico 20** – Avaliação da estrutura física



Fonte: Dados da pesquisa (2018).

## 9 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nos últimos anos o mercado de trabalho tem sofrido grandes revoluções devido a globalização e ao surgimento de ferramentas tecnológicas que permitiram uma grande variedade de meios de comunicação.

O estudo conclui que as vantagens para empreendedores que utilizam os ambientes de *coworking* são reais, que existe uma colaboração entre esses pequenos negócios e *startups*, assim como o compartilhamento de conhecimentos, ideias e experiências que geram impacto direto sob o desenvolvimento dos projetos dessas empresas. Estas contribuições em conjunto visam a melhoria dos produtos e serviços oferecidos, o que torna as empresas mais competitivas e seus produtos positivamente diferenciados.

Um dos propósitos deste estudo é contribuir para a propagação do conhecimento sobre os espaços de *coworking*, para que estes tenham mais visibilidade e que a sua importância seja cada vez mais reconhecida pelos ambientes de negócios. Por serem ambientes que viabilizam o início de pequenos negócios e *startups*, e acompanham o desenvolvimento das mesmas, possuem um papel social de grande relevância para o empreendedorismo de São Luís.

O empreendedorismo pode acontecer nos espaços de *coworking*, a partir daqueles que possuem o interesse em inovar aperfeiçoando ou criando novos negócios. Visto que o desejo de empreender é muito presente nos jovens, o governo maranhense criou este espaço totalmente gratuito para fomentar a criação de empresas de base tecnológica e estimular a inovação nas empresas maranhenses visando a implantação de um Parque Tecnológico.

A utilização de espaços compartilhados diminui os impactos no meio ambiente pois consumo colaborativo, que tem como proposta de trocar, emprestar e comprar objetos usados, em vez de adquirir produtos novos, diminuindo o desperdício e conservando a energia e a matéria-prima que seriam usados na fabricação de um novo produto, é um dos pilares defendidos pelo espaço compartilhado. Esse conceito ganhou mais força nos últimos anos devido o crescimento da internet e da preocupação ambiental, visto que a sociedade capitalista consome mais do que o necessário, sem levar em conta que os recursos naturais são findáveis.

Os espaços *coworking* merecem ser reconhecidos, divulgados e utilizados por mais empreendedores para criarem, amadurecerem e acelerarem seus negócios, pois é uma

alternativa saudável, dinâmica e inclusiva, já que promove o trabalho colaborativo que transforma a sociedade individualizada.

## REFERÊNCIAS

- ABRAMOVAY, Ricardo. **A Economia Híbrida do Século XXI**. Livro De Baixo para Cima\_12\_2014. 12 de fevereiro de 2015. Disponível em: <<http://www.livro.debaixoparacima.com.br/a-economia-hibrida-do-seculo-xxi/>>. Acesso em: 10 out. 2018.
- ANDRADE, Cláudia. **A História do Ambiente de Trabalho em Edifícios de Escritórios: um Século de transformações**. Editora C4. São Paulo, 2007.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE *STARTUPS*. 05 de julho 2017. Disponível em: <<https://abstartups.com.br/2017/07/05/o-que-e-uma-startup/>>. Acesso em: 06 nov. 2018.
- BAGGIO, Francisco Adelar; BAGGIO, Daniel Knebel. **Empreendedorismo: Conceitos e Definições**. Rev. De Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia, 2014.
- BARRETO, L. P. **Educação para o empreendedorismo**. Salvador: Escola de Administração de Empresas da Universidade Católica de Salvador, 1998.
- BELK, R. **Why not share rather than own?** The Annals of the American Academy of Political and Social Science, 611(1), 126-140. 2007.
- BEZERRA, Juliana. **Taylorismo**. 2018. Disponível em: <<https://www.todamateria.com.br/taylorismo/>>. Acesso em: 15 out. 2018.
- BICUDO, Lucas. **O que é uma startup?** 2016. Disponível em: <<https://startse.com/noticia/afinal-o-que-e-uma-startup>>. Acesso em: 25 ago. 2018.
- BOTSMAN, Rachel; ROGERS, Roo. **O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo**. Porto Alegre: Bookman. 2009.
- \_\_\_\_\_. **O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo**. Porto Alegre: Bookman, 2011.
- BOUNCKEN, R. B., ANDREAS, B., & REUSCHL, J. **Coworking-spaces: how a phenomenon of the sharing economy builds a novel trend for the workplace and for**



entrepreneurship. *Review of Managerial Science*. 2016. Disponível em: <<https://doi.org/10.1007/s11846-016-0215-y>>. Acesso em: 15 nov. 2018.

CHÁVEZ, V. H. **La habitabilidad energética em edificios de oficinas**. 2002. Tesis Doctoral, Universitat Politècnica de Catalunya, Barcelona, 2002. Disponível em: <[http://www.tdx.cesca.es/TESIS\\_UPC/AVAILABLE/TDX-0109103-155648/03CAPITULO1\\_1.pdf](http://www.tdx.cesca.es/TESIS_UPC/AVAILABLE/TDX-0109103-155648/03CAPITULO1_1.pdf)>. Acesso em: 18 ago. 2018.

CIMADOM, Eduardo José. **Empreendedorismo na gestão de empresas criadas por necessidade**. Santa Maria – RS. 2008.

CISNE, Caroline S. de; ARASAKI, Paula H. K.; SANTOS, Neri dos. *COWORKING: compartilhando mais que espaços?* **Revista Gestão Industrial**. Universidade Tecnológica Federal do Paraná – UTFPR. Campus Ponta Grossa. v. 11, n. 03: p. 168-182, 2015.

Coworking Offices. **Benefícios do coworking sobre escritórios tradicionais**. 2 dez. 2012. Disponível: <<https://coworkingoffices.com.br/beneficios-coworking-sobre-escritorios-tradicionais/>>. Acesso em: 15 nov. 2018.

Cowork Sintra. **Quem são os coworkers?** 2018. Disponível em: <<http://www.coworksintra.com/quem-sao-os-coworkers/>>. Acesso em: 25 out. 2018.

DAGNINO; Giovanna Bueno. **Maioria dos jovens empreendedores tem entre 26 e 35 anos**. São Paulo, 2018. Disponível em: <<https://www.dci.com.br/empreendedorismo/maioria-dos-jovens-empreendedores-tem-entre-26-e-35-anos-1.724597>>. Acesso em: 08 nov. 2018.

DANTAS, M. Informação e trabalho no capitalismo contemporâneo. **Lua Nova: Revista de Cultura E Política**, (60), 05–44. 2003. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/S0102-64452003000300002>>. Acesso em: 15 ago. 2018.

DERLEIT. **Como eram os escritórios antigos e como serão em 2014**. 31 de janeiro de 2014. Disponível em: <<https://franquiaempresa.com/2014/01/como-eram-os-escritorios-antigos-e-como-serao-em-2014.html>>. Acesso em: 18 set. 2018.

Desk Coworking. **Empreendedorismo no Coworking: como empreender a partir de um coworking?** Disponível em: <<https://www.deskcoworking.com.br/empreendedorismo-no-coworking-como-empreender-a-partir-de-um-coworking>>. Acesso em: 10 nov. 2018.

DIAS, M. H. Dividindo espaços empresariais, **Diário do comércio**, Belo Horizonte, 31 mar. 2011. DC Sucesso, p.1.

DINO. **Número de escritórios compartilhados cresce no Brasil**. 3 jan. 2017. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/negocios/dino/numero-de-escritorios-compartilhados-cresce-no-brasil-shtml/>>. Acesso em: 25 out. 2018.

DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luísa: uma ideia, uma paixão e um plano de negócios: como nasce o empreendedor e se cria uma empresa**. 14. ed. São Paulo: Cultura, 2006.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo na prática: mitos e verdades do empreendedor de sucesso**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

DUBOIS, E., SCHOR, J., & CARFAGNA, L. **Connected consumption: a sharingeconomy takes hold**. *Rotman Management*, 50–55. 2014.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Dicionário Aurélio**. Ed. Nova Fronteira, 1ª edição, 2000.

FERREIRA, M. P., SANTOS, J. C., & SERRA, F. R. **Ser empreendedor: pensar, criar e moldar a nova empresa: exemplos e casos brasileiros**. São Paulo: Saraiva, 2010.

FOST, D. (2008). **Coworking: a cooperative for the modern age**. The New York Times, São Francisco, 21 de fevereiro de 2008.

Fundação Getúlio Vargas – FGV. Centro de Estudos em Sustentabilidade. Economia Colaborativa: a emergência de uma sociedade pós-capitalista. **Revista Página 22**. 2014. Disponível em: <[pagina22.com.br/wp-content/uploads/2009/07/FINAL\\_P22\\_Edicao\\_96\\_Final.pdf](http://pagina22.com.br/wp-content/uploads/2009/07/FINAL_P22_Edicao_96_Final.pdf)>. Acesso em: 30 set. 2018.

GANDINI, A. **The rise of coworking spaces: A literature review**. *Ephemera: Theory and Politics in Organizations*, 15(1), 193–205. 2015. Disponível em: <<https://doi.org/1473-2866>>. Acesso em: 03 set. 2018.

GANSKY, L. **The mesh: why the future of business is sharing**. New York:Penguin, 2010.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

\_\_\_\_\_. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

\_\_\_\_\_. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR - GEM. **Empreendedorismo no Brasil – Relatório executivo**. 2017.

HANDL, P. Co-working In: SPYER, J. **Para entender a Internet: noções, práticas e desafios da comunicação em rede**. 2009. Disponível em: <<http://paraentenderainternet.blogspot.com>>. Acesso em: 01 out. 2018.

Instituto PHD. **Pesquisa Quantitativa e Pesquisa Qualitativa: entenda a diferença**. 23 fev. 2015. Disponível em: <<https://www.institutophd.com.br/pesquisa-quantitativa-e-pesquisa-qualitativa-entenda-a-diferenca/>>. Acesso em: 13 out. 2018.

KOJO, I., & NENONEN, S. **Typologies for co-working spaces in Finland – what and how? Facilities**, 34 (5/6), 302–313. 2016. Disponível em: <<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1108/09564230910978511>>. Acesso em: 18 out. 2018.

LAKATOS, E.M.; MARCONI, M. de A. **Fundamentos de metodologia científica**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 2003.

\_\_\_\_\_. **Fundamentos de metodologia Científica**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

LEFORESTIER, A. (2009). **The coworking space concept**. CINE Term Project. Indian Institute of Management (IIMAHM). Ahmedabad.

LEITE, E. **O Fenômeno do Empreendedorismo**. Recife, Bagaço, 2000.

LOPES; Rose Mary. **Estudo global relaciona escolaridade a sobrevivência de empresas brasileiras**. São Paulo, 2012. Disponível em: <<https://economia.uol.com.br/empreendedorismo/colunistas/2012/08/03/relatorio-global-mostra-a-relacao-da-escolaridade-com-o-sucesso-de-empresarios-brasileiros.htm>>. Acesso em: 30 out. 2018.

MARANHÃO. Secretaria Estadual de Educação. **Maranhão de todos nós**. Inauguração do Casarão Tech Renato Archer. Disponível em: <<http://www.ma.gov.br/agenciadenoticias/sala-de-imprensa/inauguracao-do-casarao-tech-renato-archer>>. Acesso em: 15 set. 2018.

MESQUITA, Luiza Affonso Ferreira. **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**. 2016. 156 f. Dissertação (Mestrado em Administração de

Empresas) – Escola de Administração de Empresas de São Paulo, Fundação Getúlio Vargas,

São Paulo, 2016.

MINAYO, M. C. de S. **O desafio do conhecimento**. 10. ed. São Paulo: HUCITEC, 2007.

MORETTI, Isabella. **Metodologia de Pesquisa do TCC**: conheça os tipos e veja como definir. 26 de julho de 2018. Disponível em: <<https://viacarreira.com/metodologia-de-pesquisa-do-tcc-110040/>>. Acesso em: 20 ago. 2018.

MORISSET, B. **Building new places of the creative economy**. The rise of coworking spaces. 2nd Geography of Innovation International Conference 2014 Utrecht University, Utrecht, 23-25 January 2014, 24.

MURAYAMA, Anna Yuri Miranda. **Coworking e a evolução dos espaços de escritório até hoje**. 2014. Disponível em: <<http://www.artigos.com/artigos-academicos/15328-coworking-e-a-evolucao-dos-espacos-de-escritorios-ate-hoje>>. Acesso em: 10 ago. 2018.

NEIVA, Aline Alves; SANTOS, Núbia de Moura. **AMBIENTE DE TRABALHO COMPARTILHADO: planejamento de relações públicas para a PontoGet Coworking**. 2013. 78 f. Monografia - Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2013.

PMBOK. **Um Guia do Conhecimento em Gerenciamento de Projetos** (Guia PMBoK). 4º edição. Pennsylvania, PMI, 2008. Disponível em: <<https://www.devmedia.com.br/grupos-de-processos-segundo-o-pmbok/27106>>. Acesso em: 15 nov. 2018.

POZZEBON, M. **Relações e práticas que sustentam o trabalho colaborativo e qual o papel das novas tecnologias**: GOMA, um espaço de coworking inovador, 1–22. 2011.

REIS, T. **Contribuição da Ergonomia nos processos de concepção de espaços de trabalho.** Dissertação de Mestrado, Departamento de Artes e Design. PUC-Rio, Rio de Janeiro, 2003.

RODRIGUES, Ana K. **Coworking:** de modinha a novo paradigma. Portal DRAFT. 12 de janeiro de 2017. Disponível em: <[https://www.napratica.org.br/coworking-de-modinha-novo-paradigma/#.W5b0Zrhv\\_IV](https://www.napratica.org.br/coworking-de-modinha-novo-paradigma/#.W5b0Zrhv_IV)>. Acesso em: 08 ago. 2018.

SANTOS, Bárbara. **Coworking, o que é?** Vida de coworking. 16 de março de 2017. Disponível em: <<http://vidadecoworking.com/coworking-o-que-e/>>. Acesso em: 25 out. 2018.

SARFATI, Gilberto. **Empreendedorismo e Desenvolvimento Econômico.** 2011. Disponível em: <<http://gvpesquisa.fgv.br/publicacoes/gvp/empreendedorismo-edesenvolvimento-economico>> Acesso em: 17 out. 2018.

SERRA, André L. Alves. **COWORKING:** uma nova perspectiva mercadológica para São Luís. 2013. 46 f. Monografia – Universidade Federal do Maranhão. São Luís, 2013. Disponível em: <<https://monografias.ufma.br/jspui/handle/123456789/974>>. Acesso em: 15 ago. 2018.

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE. **Como as incubadoras de empresas podem ajudar o seu negócio.** 2016. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/as-incubadoras-de-empresas-podem-ajudar-no-seu-negocio,f240ebb38b5f2410VgnVCM100000b272010aRCRD>>. Acesso em: 08 ago. 2018.

Sharing E. C. **Ambientes de trabalho x Coworkings.** 30 ago. 2017. Disponível em: <<http://www.sharingec.com.br/coworking-x-ambientes-de-trabalho/>>. Acesso em 01 nov. 2018.

SHOSHKES L. **Space planning:** Designing the office environment. New York: Architectural Record Books, 1976. 8p.

SILVA, Beatriz R. **O poder extraordinário do trabalho colaborativo para fortalecer a inteligência emocional e a mindset de empresas e indivíduos.** 2017. Disponível em: <<https://mentalidadedecrescimento.com.br/trabalho-colaborativo/#comments>>. Acesso em: 18 out. 2018.

SILVA, Marina Cabral da. **Métodos de pesquisa**. Monografias Brasil Escola. 2018. Disponível em: < <https://monografias.brasilecola.uol.com.br/regras-abnt/metodos-pesquisa.htm>>. Acesso em: 25 ago. 2018.

Spacejob *Coworking*. **A história do coworking**. 10 de dez. 2015. Disponível em: <<http://www.spacejob.com.br/blog/2015/12/10/a-historia-do-coworking>>. Acesso em: 22 ago. 2018.

SPINUZZI, Clay. Working alone together: coworking as emergente collaborative activity. **Journal of Business and Technical Communication**, v. 26, 2012. Disponível em: < <http://goo.gl/rZmxaI>>. Acesso em: 18 out. 2018.

TACHIZAWA, T.; MENDES, G. **Como fazer monografia na prática**. 12. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2006.

VASCONCELOS, Yuri. **A Breve História do Escritório**. 11 de dez. 2017. Disponível em: < <https://funcional.com.br/breve-historia-do-escritorio/>>. Acesso em: 08 set. 2018.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1998.

\_\_\_\_\_. **Projeto e relatórios de pesquisa em Administração**. 5. ed. São Paulo. Atlas, 2004.

WATERS-LYNCH, J. M.; POTTS, J.; BUTCHER, T.; DODSON, J.; & Hurley, J. **Coworking: A Transdisciplinary Overview**. Available at SSRN 2712217, 1–58. 2016. Disponível em: <<https://doi.org/10.2139/ssrn.2712217>>. Acesso em: 04 set. 2018.

## **APÉNDICE**

## **Pesquisa sobre a usabilidade e perfil dos usuários do modelo de negócio *COWORKING***

### **1. Sexo**

- Feminino
- Masculino

### **2. Idade**

- 18 a 20 anos
- 20 a 25 anos
- 26 a 31 anos
- 32 a 36 anos
- 37 anos ou mais

### **3. Nível de escolaridade**

- Médio incompleto/cursando
- Médio completo
- Superior incompleto/cursando
- Superior completo
- Pós-graduação incompleto/cursando
- Pós-graduação completa

### **4. Renda mensal**

- Até R\$ 1.000,00
- R\$ 1.500,00 a R\$ 2.000,00
- R\$ 2.500,00 a R\$ 3.000,00
- R\$ 3.500,00 a R\$ 4.000,00
- Mais de R\$ 4.500,00

### **5. Área de atuação**

- Administração
- Arquitetura
- Comunicação
- Designer
- Engenharia
- Tecnologia da informação
- Outra (especifique): \_\_\_\_\_

### **6. Antes de utilizar o espaço colaborativo do Casarão Tech, já conhecia o modelo de trabalho coworking?**

- Sim
- Não



**7. Quando você usou um espaço coworking pela primeira vez?**

- 2016
- 2017
- 2018

**8. O quanto você costuma usar (em tempo) um espaço de coworking como seu local de trabalho?**

- Diariamente
- Várias vezes por semana
- Várias vezes por mês
- Uma vez por mês pelo menos
- Não sei

**9. Quantos espaços de coworking você já usou?**

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- + 5

**10. Você ainda é usuário do primeiro espaço de coworking do qual virou membro?**

- Sim, e não experimentei outros espaços;
- Sim, mas também utilizo outros espaços;
- Não.

**11. Onde você costumava trabalhar (fisicamente) antes de começar a usar espaços de coworking?**

- Em um pequeno escritório compartilhado
- Em casa
- Em um business center
- Em um escritório virtual
- Em um escritório tradicional
- Não tinha local fixo
- Outro (especifique): \_\_\_\_\_

**12. Quantos minutos leva da sua casa ao seu espaço de coworking, em média?**

- 10 min
- 20 min
- 30 min
- 40 min
- 50 min
- 60 min

- + 60 min

**13. Qual é o método de transporte que você usa para chegar no espaço de coworking?**

- A pé
- De moto
- De carro
- De transporte público
- Outro (especifique): \_\_\_\_\_

**14. Qual é o período que você prefere para utilizar o espaço de coworking?**

- Matutino
- Vespertino
- Ambos

**15. O que mais motivou você a fazer parte de num sistema de coworking?**

- Custeio
- Atendimento
- Menor burocracia
- Estrutura física
- Localização
- Flexibilidade
- Network
- Outros (especifique): \_\_\_\_\_

**16. Quais pontos críticos você percebe como desvantagens do espaço de coworking?**

- Gestão do espaço
- Relacionamentos interpessoais
- Segurança
- Falta de privacidade
- Nenhum
- Outros (especifique): \_\_\_\_\_

**17. Como ocorreu seu primeiro contato com o conceito de *coworking*?**

- Internet
- Workshops
- Conferências
- Congressos
- Amigos
- Trabalho
- Universidade/faculdade
- Outros (especifique): \_\_\_\_\_

**18. O Casarão Tech correspondeu às suas expectativas?**

- Sim
- Não

**19. O ambiente compartilhado permite que você desempenhe suas tarefas conforme o planejado?**

- Sim
- Não

**20. Como você avalia a estrutura física da Casarão Tech?**

- Excelente
- Muito boa
- Boa
- Regular
- Ruim