

**INSTITUTO ENSINAR BRASIL
FACULDADES DOCTUM DE SERRA**

**CLEICIA SANTOS DA CRUZ
FRANCIELE FERREIRA FIGUEIREDO**

COWORKING:

Um estudo do perfil dos usuários e seus pontos positivos e impactos.

**SERRA
2018**

**INSTITUTO ENSINAR BRASIL
FACULDADES DOCTUM DE SERRA**

**CLEICIA SANTOS DA CRUZ
FRANCIELE FERREIRA FIGUEIREDO**

COWORKING:

Um estudo do perfil dos usuários e seus pontos positivos e impactos.

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Administração da Faculdade Doctum de Serra, como requisito parcial à obtenção do título de bacharel em Administração.

Orientador: Bruno Miguel da Silva.

SERRA

2018

**CLEICIA SANTOS DA CRUZ
FRANCIELE FERREIRA FIGUEIREDO**

COWORKING:

Um estudo do perfil dos usuários e seus pontos positivos e impactos.

Artigo Científico apresentado à Faculdade Doctum de Serra como requisito parcial
para obtenção do grau de Bacharel em Administração

Aprovado em ____ de _____ de 20__.

COMISSÃO EXAMINADORA

**Profº: Bruno Miguel da Silva
Faculdade Doctum de Serra**

**Profº:
Faculdade Doctum de Serra**

**Profº:
Faculdade Doctum de Serra**

COWORKING:

Um estudo do perfil dos usuários e seus pontos positivos e impactos.

DA CRUZ, Cleicia. S.; FIGUEIREDO, Franciele. F.¹

RESUMO

Com o passar dos anos e decorrer dos acontecimentos, tivemos que adaptar às novas metodologias impostas a sociedade. É essencial o acompanhamento às novas tendências, formas de se aprender e trabalhar, para que se possa desenvolver resultados inovadores e surpreendentes. O objetivo geral desta pesquisa é compreender o histórico do *coworking* e conhecer o perfil dos usuários analisando os principais pontos positivos e possíveis impactos. Justifica-se a escolha deste assunto devido a necessidade de acompanharmos as novas tendências para nos mantermos atualizados no mercado de trabalho, visto que somos administradores de empresas. A metodologia utilizada foi a pesquisa qualitativa descritiva exploratória baseada em artigos, livros, periódicos no que tange ao assunto *coworking* e questionário com os usuários do ambiente de trabalho compartilhado.

Palavras chave: *Coworking*; Economia colaborativa; Perfil dos *coworkers*; Impactos e pontos positivos.

1. INTRODUÇÃO

A tecnologia da informação e comunicação (TIC'S) é encarregada pelo avanço das informações e comunicações na sociedade e responsável pela integração da comunicação, permitindo que a rede interativa propicie o diálogo entre as organizações e sociedade (OLIVEIRA; MOURA, 2015; FARIAS, 2013).

Por meio das TIC'S, surge a sociedade do conhecimento que é incumbida pela riqueza e poder da transmissão de informações para as organizações. Esse novo conhecimento é imprescindível para o crescimento da produtividade e o desenvolvimento dos países. Por consequência deste cenário, surgem as novas tendências de mercado, neste estudo iremos enfatizar uma das surpreendentes e novas formas de trabalho, o chamado: *Coworking* ou zona de trabalho compartilhado (CALLE; DA SILVA, 2008; FARIAS, 2013).

¹ Aluno(s) do curso de Administração da Faculdade Doctum de Serra Turma 2018/2. E-mail dos autores: cleiciasantoscruzadm@yahoo.com; francieleferreirafigueiredo@gmail.com.

Os motivos para se estudar este assunto são vastos, visto que o papel do Administrador de Empresas é um campo amplo no qual se planeja, controla e coordena ações, mas não se limita somente ao gerenciamento da organização, mas contribui com o desenvolvimento da sociedade local, isto porque suas atribuições se estendem as funções políticas e sociais (UGF, 2012).

O assunto em estudo possui relevância na área de administração, uma vez que, analisando o contexto histórico e prospectando o futuro sabe-se que novas tendências e formas de trabalho surgem e estar informado sobre o que está por vir é primordial tendo em vista a competitividade no mercado de trabalho para que seja possível se manter competitivo neste cenário. O *Coworking* é a combinação do escritório virtual e o *home office*, no qual um grupo de indivíduos trabalham de forma independente uns dos outros, mas compartilham ideias, valores e conhecimentos, é uma inovação na forma de se trabalhar que trazem ganhos fantásticos aos seus usuários (QUARESMA; GONÇALVES, 2013).

Analisando sob a ótica global, é possível notar que a inovação é uma variável de suma importância para os países desenvolvidos, como por exemplo, o Japão que realiza investimento em educação e tecnologia moderna como requisito primordial para a competitividade e o bem-estar social, tendo como consequência cenários econômicos mais favoráveis facultando em uma política econômica ao crescimento. Consequentemente, comprova-se a necessidade do governo de investir em tecnologia, pesquisa e inovação, com o objetivo de desenvolver seu país (VICENTE; LOPES, 2015).

Em consequência da capacidade que o *coworking* tem para estabelecer relações e aproximar pequenos negócios, empreendedores e autônomos, há indícios de que esses ambientes podem representar um importante agente no processo de incentivo à inovação de uma região (CAPDEVILA, 2015). Com isto, verifica-se a necessidade de se estudar esta temática.

O objetivo geral desta pesquisa é compreender o histórico do *coworking* e conhecer o perfil dos usuários analisando os principais pontos positivos e possíveis impactos. Este artigo justifica-se devido às constantes mudanças nas formas de trabalho acometidas pela globalização, os avanços tecnológicos e crescimento da competitividade no mercado de trabalho.

2. AVANÇO DA TECNOLOGIA

O homem no decorrer da história tem buscado por constantes melhorias e neste percurso o mundo vem sofrendo alterações Da Silva *et al.* (2015). Vivenciamos a duas guerras mundiais, mudanças de centro de poder, emergência de novas lideranças econômicas mundiais, revolução das tecnologias e comunicações, o aumento da produtividade industrial e agrícola e da urbanização (TENÓRIO, 2009). As transformações ocorridas foram impactadas pelo constante aprimoramento e desenvolvimento das TIC'S em diversos setores da sociedade como, por exemplo, a produção de bens e serviços, educação, saúde e outros (CALLE; SILVA 2008).

Segundo Calle e Silva (2008), às tecnologias de informação e comunicação modificaram o setor industrial nos últimos anos, com isto, seu impacto foi além do imaginado, colaboraram para a melhoria das teorias administrativas de forma que não explorasse somente as habilidades físicas do empregado, mas também as cognitivas, possibilitando a globalização novas formas de continuidade. Ou seja, as teorias administrativas, assim como os operários, tiveram que acompanhar e conseqüentemente se aperfeiçoar diante do novo cenário.

Atualmente as pessoas necessitam acompanhar as novas tendências tecnológicas para seu constante aperfeiçoamento de técnicas de trabalho e competir no mesmo, gerando benefícios a si próprios e as organizações (FACHIN, 2013).

De acordo com Coutinho e Lisbôa (2011), a atual situação tecnológica caracteriza-se da seguinte forma:

O que caracteriza a atual revolução tecnológica não é a centralidade de conhecimentos e informação, mas aplicação desses conhecimentos e desta informação para a geração de conhecimentos e de dispositivos de processamento/comunicação da informação, em um ciclo de realimentação cumulativo entre a inovação e seu uso. (CASTELLS, 2003. p. 7, *apud* COUTINHO; LISBÔA, 2011, p. 9).

Nota-se que a informação é essencial para o desenvolvimento cultural, social e tecnológico, uma vez que facilita o surgimento de ideias inovadoras além da busca constante pelo aperfeiçoamento e conseqüentes transformações (COUTINHO; LISBÔA, 2011; FACHIN, 2013).

Peter Druker (1966) *apud* Coutinho e Lisbôa (2011) em seu livro: "A Era da Descontinuidade", evidencia uma sociedade pós revolução industrial que vive uma nova fase. Surge então a "Sociedade da Informação".

A ideia sequente ao conceito de Sociedade da Informação é de uma sociedade inserida em um período de mudanças constantes advindos dos avanços tecnológicos e da ciência (COUTINHO; LISBÔA, 2011).

Tanto na sociedade quanto na economia do conhecimento, o conhecimento passou a ser um fator importante de produção, além do capital e do trabalho. Ou seja, isto significa que o desenvolvimento econômico de uma região está relacionado à capacidade de difusão do conhecimento (FACHIN, 2013).

Nota-se que uma nova realidade surge na qual os indivíduos são exigidos a ter mais competências e habilidades para enfrentar "a informatização do saber que tornou muito mais acessível (...), mais horizontais e menos seletivos a produção e o acesso ao conhecimento" (POZO, 2008 *apud* DA SILVA, 2010, p.22). Isto traz como consequência o surgimento da terceira onda, onde está envolvida a sociedade da informação. Assim, verifica-se a relevância de se conhecer novos meios de trabalho para que torne mais factível o acesso ao conhecimento bem como o acompanhamento das novas tendências e permanência no mercado de trabalho (COUTINHO e LISBÔA, 2011).

3. NOVAS FORMAS DE TRABALHO

Verifica-se que como consequência da chegada da "Sociedade da Informação" as pessoas tiveram que se aperfeiçoar constantemente, visto que a concorrência está acirrada a cada dia, e com todas estas mudanças, tecnológicas, culturais e sociais, surgem novos padrões de aprendizado e de trabalho. Apesar do termo "Sociedade do Conhecimento" ser usado frequentemente, nem sempre esse conceito e suas pressuposições demonstram clareza (MASSON; MAINARDES, 2011).

Dessa maneira, essa sociedade gera uma nova forma de agir e pensar em nível organizacional e em nível individual, modificando com isso a proposta de valor, uma vez que, uma nova forma de se comportar se estabeleceu, "onde países eram reconhecidos produtores de bens de consumo, com desenvolvimento industrial, atualmente estão em desvantagem competitiva" (CAMPOS; TEIXEIRA; SCHMITZ, 2015, p.3).

Constata-se que as organizações necessitam alterar seu modelo de negócios, estratégias, cultura, etc., tendo como ponto de partida o modelo pós-industrial,

fortalecendo os níveis de conhecimento e percebendo que a construção de valores advém da tecnologia, da economia criativa, economia colaborativa e da disseminação do conhecimento, facultando na inovação e em empreendimentos como uma atividade que possibilita a transformação, gerando produtos ou serviços inovadores para que satisfaça os desejos e as necessidades das pessoas (CAMPOS; TEIXEIRA, SCHMITZ, 2015).

A economia criativa tem como matéria prima a criatividade sendo compreendida como um conjunto de "negócios baseados no capital intelectual e cultural e na criatividade que gera valor econômico" (SEBRAE, 2018).

Na economia colaborativa as pessoas/empresas levam em consideração somente o uso do serviço e/ou produto, para elas somente isso que importa. Vale ressaltar que é importante as empresas tradicionais repensarem em seu desempenho empresarial, uma vez que os setores que envolvem a economia colaborativa vêm se tornando mais presentes e revelando uma ótima alternativa comparada a forma tradicional (podem ser citados como exemplos, os serviços do Airbnb², Uber e o nosso próprio objeto de estudo *coworking*) e que se trata de questão de tempo para dominar o mercado (COSTA, 2015) (SANTANDER NEGÓCIOS E EMPRESAS, 2015).

Segundo Kovács (2006), a expressão "novas formas de trabalho" foi muito utilizada na Europa, na década de 1970 uma perspectiva focada no fator humano e inserida num movimento de humanização do trabalho e de democratização da empresa.

A flexibilização de organizar as estruturas produtivas, os modos de organização, as relações de trabalho e as competências necessárias dos recursos humanos têm como objetivo conferir às organizações a capacidade de se adaptar às mudanças (KOVÁCS, 2006).

Pesquisas feitas por Campos, Teixeira e Schmitz (2015, p.1), apontam o surgimento de formas de trabalho e aprendizagem, sendo:

Os labs, os universitylabs, as incubadoras, home office, coffee shops, coletivos, lab*coworking* ou *coworking* para a inovação, os *coworkingspaces*, em sua versão clássica, os *corpworking*, situados em corporações. Sugere-se algumas classificações, visto que os movimentos se avolumam mundialmente e carecem de descrição técnico-científica, como:

²Airbnb- Serviço online comunitário para as pessoas anunciarem, descobrirem e reservarem acomodações e meios de hospedagem.

coworkingkids, espaços de desenvolvimento e estimulação para crianças, os *streetscoworking*, espaços nas ruas, itinerante ou em locais específicos, *schoolcoworking*, voltados a escolas de ensino infantil, fundamental e médio, os *universitycoworking*, universidades com espaços de compartilhamento fixo ou utilizam dos espaços existentes para o desenvolvimento dos “*pop up coworking*” ou dos *summercoworking*, nos períodos de férias de verão.

Nota-se que são vastos os ambientes que promovem novas formas de se aprender e trabalhar para adultos, jovens e até crianças. Esses ambientes propiciam a inovação crescem a cada ano e carecem de estudos técnico-científicos que promovam o surgimento de mais material bibliográfico sobre estes assuntos favorecendo a disseminação do conhecimento no que tange esta área que é de suma importância para a inovação nas empresas (CAMPOS; TEIXEIRA, SCHIMITZ, 2015).

Tendo como pano de fundo as novas formas de trabalho e as mudanças ocorridas no decorrer dos acontecimentos históricos Giannelli (2016, p.8) afirma que:

O *Coworking* apresenta-se como vetor contemporâneo, no que se refere à capacidade cognitiva humana e interações colaborativas ampliadas, pois o trabalho não consiste apenas numa forma de produzir rendas, mas também na conexão, convivência e no estilo de vida, que permitem aos indivíduos o crescimento pessoal e profissional.

Os *coworkings* trouxeram mudanças socioeconômicas e culturais, oferecendo trocas de informação por meio do *networking*, além de uma nova tendência de organização social nas duas últimas décadas (GIANNELLI, 2016).

3.1. Percepções sobre a economia criativa e colaborativa

Com as novas tendências políticas, sociais, econômicas e tecnológicas é notório as mudanças no hábito de consumo das pessoas, aumento da consciência no uso dos recursos da natureza, surgimento das novas formas de trabalho, necessidade de planejamentos urbanos que considerem valores como acessibilidade, mobilidade e sustentabilidade, bem como a necessidade de mudanças de paradigmas, de mentalidades e de estilo urbano de vida, o *coworking*, ao abarcar estas demandas, evidencia-se como importante modelo a contribuir para as mudanças em curso (DOS SANTOS, 2014; NEIVA, 2013).

De acordo com Dos Santos (2014), ao se apresentar como um novo paradigma no conceito de trabalho e na arquitetura corporativa, o *coworking* pode ser considerado um modelo inovador e transformador da realidade urbana. Constitui-se tendência em

evolução na Arquitetura brasileira e internacional, por sua flexibilidade e mobilidade, promovendo uma lista de soluções criativas possíveis para responder às demandas sociais, ambientais e urbanas contemporâneas. Sugere-se que o *coworking* pode auxiliar na minimização de questões como a mobilidade urbana, o confinamento das pessoas num tráfego congestionado, a centralização de empresas e profissionais em mega e dispendiosos edifícios corporativos e o excessivo consumo individual.

Isto evidencia que o *coworking* é um agente catalisador para contribuir com os desafios no que tange a logística, sustentabilidade e a qualidade de vida nos grandes centros urbanos e que os *coworkings* estão se instalando gradativamente e conseqüentemente mudando as formas de trabalhar das pessoas, através do compartilhamento dos espaços e da arquitetura corporativa (DOS SANTOS, 2014).

Com todas estas mudanças surgem importantes tipos de economias, que iremos descrever brevemente seu objetivo e significado afim de compreender o surgimento do *coworking*.

Entende-se por economia criativa um agrupamento de negócios que tem como base a criatividade de gerar produtos e/ou serviços. O desenvolvimento desta economia é constante, tendo em vista que a relação que possui com as TIC'S (COSTA,2015).

Vale ressaltar que a economia criativa é um segmento de mercado que vem crescendo consideravelmente nos últimos anos, abrangendo a área da criação ou produção de bens tangíveis ou intangíveis, serviços, que fazem uso da criatividade, cultura ou do capital intelectual como recursos primários. Segundo um estudo realizado pela FIRJAN em 2016, "a participação do PIB Criativo estimado no PIB Brasileiro cresceu de 2,56% para 2,64%. Como resultado, a área criativa gerou uma riqueza de R\$ 155,6 bilhões para a economia brasileira".

Percebe-se que a economia criativa é uma parte importante da economia global, pois é possível incentivar a geração de emprego e renda, produzir capital, desenvolvimento humano fomentando e movimentando a economia local (BOP CONSULTING, 2010) (FIRJAN, 2016) (SANTANDER NEGÓCIOS E EMPRESAS, 2015).

Outro importante variável é a chamada economia colaborativa, pode-se ser entendida como "um processo de produção, circulação e consumo de bens e serviços que se baseia em intercâmbios entre pessoas desconhecidas mediadas por

plataformas online que geram interações off-line" (COSTA, 2015). Ou seja, o consumo colaborativo é a forma mais eficiente de atender as expectativas, desejos e necessidades dos consumidores com valor oneroso menor para os mesmos.

Para que seja possível compreender o histórico do coworking e conhecer os principais pontos positivos e possíveis impactos proporcionados aos usuários contribuindo para o alcance do objetivo proposto neste estudo, a seguir, desenvolvimento da contextualização histórica dos mesmos, no qual contém explicações sobre o surgimento do *coworking*, o quantitativo mundial desses ambientes e suas principais vantagens segundo alguns autores.

4. CONTEXTUALIZAÇÃO HISTÓRICA DOS COWORKINGS E SUAS PRINCIPAIS VANTAGENS

Segundo Campos, Teixeira, Schmitz (2015), a expressão *coworking*, usada primeiramente por Bernie DeKoven que a descreveu como um trabalho colaborativo com o auxílio de computadores e tecnologias, ou seja, a extensão do trabalho convencional para os ambientes online ou *home offices*. No ano de 2005 o *coworking* passou a ser visto como um ambiente nos quais profissionais com diferentes características dividem o mesmo espaço e/ou procuram interagir.

O *coworking* como conhecemos atualmente, em um espaço físico, iniciou em 09 de agosto 2005, quando Brad Neuberg, um engenheiro de software, aplicou este termo para referir-se a um local onde pessoas que trabalham não necessariamente na mesma empresa ou no mesmo ramo possam compartilhar esse mesmo espaço informal e os materiais de escritório, Brad criou o *HatFactory*, que nada mais era que um espaço de *coworking* em São Francisco, que ficava num apartamento onde trabalhavam 3 pessoas que eram profissionais do ramo de tecnologia e durante o dia abriam as portas para aquelas pessoas que estavam interessadas em compartilhar suas experiências e precisavam de um lugar para trabalhar e hoje existem mais de seis mil *coworkings* instalados pelo mundo (DESKMAG³, 2015; SERRA, 2013). Estudos realizados pelo censo ⁴*coworking* Brasil em 2017, indicam que no Brasil, existem cerca de 810 espaços de coworking instalados e reconhecidos, com 56 mil

³A Deskmag é a revista online sobre coworking, pessoas e espaços.

⁴Coworking Brasil, criado em 2011, é um projeto conjunto de diversos fundadores de espaços de coworking brasileiros. Com o propósito de ajudar a divulgar o conceito de coworking por todo o país.

estações de trabalho, 210 mil pessoas utilizando-o mensalmente para trabalhar, participar de palestras/eventos, etc., gerando 1174 empregos indiretos.

De acordo com Soares e Saltorato (2015), o empreendedor norte-americano Brad Neuberg é creditado como iniciador do movimento de *coworking* nesse mesmo ano de 2005, quando ele fundou o “*SpiralMuse*”, um *coworking* situado em San Francisco, EUA (BOTSMAN & ROGERS, 2011; SPINUZZI, 2012 *apud* SOARES; SALTORATO, 2015). Cinco anos depois, foram identificados mais de 700 *coworkings* no mundo inteiro (DESKMAG, 2011; SPINUZZI, 2012 *apud* ANDRADE, 2016).

Ressalta-se que no Brasil o movimento dos *coworkings* e sua estruturação têm menos de 20 anos de existência e que devido ser um tema contemporâneo as pesquisas sobre o tema ainda são introdutórias (CAMPOS; TEIXEIRA; SCHIMITZ, 2015).

Os *coworking spaces* tem como fundamentação:

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 (MEDINA; KRAWULSKI 2015, p.181-190).

Já Campos, Teixeira e Schimitz (2015) descrevem o *coworking* como um local onde as pessoas nestes ambientes em sua maioria trabalham de forma independente criando uma comunidade empreendedora, onde todos podem contribuir para o crescimento dos outros e compartilhar ideias, experiências, negócios e expansão da rede de contatos.

O *coworking* é uma boa escolha para os profissionais que querem sair de escritórios que ficam localizados em casa (*home Office*) ou aqueles empresários que acabaram de abrir sua empresa e ainda não sabem onde implantá-la ou que querem colocar sua empresa em um local qualificado, porém com um preço mais baixo que o encontrado no mercado. Essa ligação que o *coworking* proporciona para as empresas que aderem a esse novo modelo de gestão empresarial é fantástica, pois abre um leque de novos conhecimentos, onde um acaba ajudando o outro, facultando em novas possibilidades favoráveis para a empresa (CAMPOS; TEIXEIRA; SCHIMITZ, 2015).

De acordo com Serra (2013), destacam-se algumas vantagens de se utilizar estes ambientes para trabalho, tais como:

- Baixo custo de investimento, principalmente para novos profissionais que estão em início de carreira ou que ainda não possuem capital suficiente para assumir as despesas convencionais de um escritório de trabalho;
- Não há preocupação com gastos de infra-estrutura;
- Fica em um ambiente onde encontram outras pessoas que precisem dos seus serviços;

Observa-se que o profissional que opta por ingressar no *coworking* possui muitas vantagens, uma vez que não precisa se preocupar com custos, infra-estrutura e no próprio ambiente pode encontrar pessoas que estejam precisando do seu serviço.

5. O COWORKER E O AMBIENTE DE TRABALHO

Desde que houve uma mudança de uma economia industrial para uma pós-industrial, percebemos mudanças na forma de trabalho. Neste momento, essa fase de conhecimento que estamos vivendo, não é só cobrado das pessoas/trabalhadores que desempenhem suas funções, mas em geração de resultados inovadores e surpreendentes. Nesta nova fase, não se vende mais produto; aprimora-se o mercado e seus clientes, já que com o avanço tecnológico e o processo de globalização, as pessoas têm acesso muito rápido as informações e querem cada vez mais perfeição nos serviços que forem adquirir (FITZSIMMONS, 2005).

Percebe-se que é imprescindível que as organizações estejam sempre revendo seus processos e planejamentos para que seja capaz de acompanhar o ritmo do mercado conforme as informações se atualizam. Pensando nessa variável, os gestores dos *coworkings*, desenvolveram políticas básicas de convivência para a comunidade *coworker*, sendo possível prezar por um bom desempenho individual profissional.

De acordo com a Cwk Coworking (2015), Desk Coworking (2015) e Osmose Coworking (2013) alguns ambientes de *coworkings* consolidados a mais de 5 anos e com respeito no mercado, existem políticas de convivência comuns entre os *coworkers* (usuários desses espaços), que nada mais são do que políticas de convivência, como por exemplo: manter tom de voz razoável ao se comunicar, não

se apropriar dos espaços, cumprimentar as pessoas, conhecer os responsáveis pelo *coworking* e participar dos eventos que acontecem na comunidade *coworker*.

Constata-se que existem regras que ditam o funcionamento destes espaços e que os mesmos têm a preocupação com os usuários para que seja possível um bom desempenho do ambiente e que estes atinjam seus objetivos individuais (CWK COWORKING, 2015; DESK COWORKING, 2015; OSMOSE COWORKING, 2013).

6. POTENCIAIS DOS COWORKINGS

Para adaptar-se a nova realidade de se trabalhar e consumir de forma colaborativa, devido a necessidade da criação de ambientes que potencializam a inovação e o empreendedorismo nas organizações com intuito de promover a criação de produtos e serviços mais surpreendentes e atender as necessidades e expectativas dos clientes, na década de 1950 a Universidade de Stanford, nos Estados Unidos da América, criou uma incubadora de empresas, na perspectiva da geração e desenvolvimento de organizações baseadas no conhecimento (CAMPOS; TEIXEIRA; SCHMITZ, 2015).

Gomes & Pereira (2015) destacam que os ambientes de inovação estimulam a relação universidade, empresas, governo e sociedade, criando uma nova dinâmica de aprendizados, convergindo para a efetivação do conceito de Tríplice Hélice⁵. Trata-se de um modelo espiral de inovação que leva em consideração as várias relações recíprocas em diferentes estágios do processo de geração e disseminação do conhecimento no qual cada hélice é uma esfera institucional independente, mas que trabalha em cooperação e interdependência com as demais esferas, através de fluxos de conhecimento.

Atualmente, os ambientes de inovação são diferentes e possuem distintas características seja no tipo de espaço físico, na oferta de espaços físicos e virtuais, nas possibilidades de eventos, cursos e atividades vinculadas a disseminação do conhecimento, bem como no desenvolvimento e gestão de comunidades para o desenvolvimento da promoção e da cultura de inovação e do empreendedorismo

⁵A abordagem da Hélice Tríplice, desenvolvida por Henry Etzkowitz e LoetLeydesdorff, é baseada na perspectiva da Universidade como indutora das relações com as Empresas (setor produtivo de bens e serviços) e o Governo (setor regulador e fomentador da atividade econômica), visando à produção de novos conhecimentos, a inovação tecnológica e ao desenvolvimento econômico. Disponível em: <<http://www.triple-helix.uff.br/sobre.html>>. Acesso: 26 abr. 2018.

para que seja possível desenvolverem suas ideias, trazendo ganhos para a sociedade (CAMPOS; TEIXEIRA; SCHMITZ, 2015).

Os mesmos autores citados anteriormente ressaltam que existem diferentes modalidades de *coworking* espalhadas pelo mundo e que as mesmas contribuem para o desenvolvimento e criação de ideias inovadoras.

Campos; Souza; Lima (2016) corrobora com esta linha de pensamento quando ressalta que estes ambientes contribuem de maneira significativa para o desenvolvimento de competências, habilidades e atitudes dos estudantes que o utilizam, pois completam o aprendizado conceitual através de direcionadores que propiciam o desenvolvimento e estímulo do conhecimento, “além da criação de micro-ecossistemas de inovação e empreendedorismo em universidades” (CAMPOS; SOUZA; LIMA, p.4, 2016) fortalecendo o atendimento das necessidades que desenvolvem na sociedade do conhecimento.

7. METODOLOGIA

Para a elaboração do presente trabalho realizou-se pesquisa bibliográfica, em livros, artigos publicados em periódicos e encontrados na internet em sites seguros, com palavras-chave de pesquisa, tais como: *coworking*, novas formas de trabalho, escritórios compartilhados, *coworking spaces*. Os resultados obtidos na pesquisa foram analisados de acordo com a relevância das informações e os objetivos propostos.

Os dados de fonte primária foram coletados através de aplicação de questionário disponibilizado de forma impressa aos *coworkers*, dos quais 63 foram os respondentes, tendo universo amostral de 75 pessoas.

O questionário foi estruturado com 3 seções, sendo elas: 1) perfil do entrevistado, a fim de identificar os principais usuários que utilizam este tipo de ambiente e suas respectivas características; 2) adaptação ao ambiente e atendimento das necessidades dos *coworkers* com relação a infraestrutura do espaço (salas de reuniões, escritórios compartilhados, salas de atendimento, banheiros, iluminação e etc., serviços (material de escritório e recepcionistas), 3) verificar o que o usuário espera do ambiente de trabalho compartilhado (*coworking*), e o que considera como

principais pontos positivos e possíveis impactos que esse espaço pode proporcioná-lo.

Ressalta-se que este trabalho, tem como objetivo geral de pesquisa compreender o histórico do *coworking* e conhecer o perfil dos usuários analisando os principais pontos positivos e possíveis impactos que os *coworkings* podem proporcionar aos seus usuários.

Os objetivos específicos são: compreender o histórico do *coworking*; compreender o conceito do que é um *coworking*; analisar e identificar os principais pontos positivos; os possíveis impactos que o *coworking* pode proporcionar aos usuários; assim como conheceu o ambiente de trabalho compartilhado.

8. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Com finalidade de conhecer o perfil dos *coworkers* e mitigar os principais pontos positivos e possíveis impactos que um usuário de espaço de trabalho compartilhado (*coworking*) obtém fazendo uso do mesmo. O questionário foi elaborado e dividido em três seções:

- 1) perfil do usuário, tais como: idade, sexo, estado civil, renda individual, escolaridade, atividade desempenhada no *coworking* e o tempo de uso do espaço;
- 2) infraestrutura do espaço e prestação dos serviços (motivos predominantes de escolha, importância em relação ao custo, infraestrutura, localização, atendimento, avaliação do grau de desempenho individual e profissional e importâncias dos recursos e serviços de escritório) oferecidos no *coworking* com objetivo de conhecer a adaptação ao ambiente e atendimento das necessidades e perspectivas.
- 3) identificar o que o usuário tem como expectativa do ambiente compartilhado (como conheceu o espaço, expansão do número de clientes e resultados, principal vantagem, importante elemento para seu trabalho, como se relaciona com as pessoas, impactos após ingresso, missão do *coworking*, os principais pontos positivos, pontos fracos, dificuldades de adaptação, frequência de uso e se recomendaria)

Mostraremos no tópico a seguir uma síntese do perfil dos *coworkers* entrevistados no município de Vitória, demonstrando os pontos mais relevantes da pesquisa,

sendo estes resultados encontrados, discutidos e relatados de acordo com as três seções do formulário para garantir o alcance dos objetivos propostos.

8.1. Perfil Socioeconômico dos *coworkers* entrevistados

De acordo com os resultados, identificou-se na pesquisa a predominância de indivíduos do sexo feminino (53,97%), e sexo masculino (46,03).

Esta prevalência de *coworkers* de sexo feminino possivelmente pode estar associado com as mudanças sociais, culturais e tecnológicas, nos últimos anos ocorreram transformações nos modos de pensar da sociedade e isto influenciou na participação intensa das mulheres no mercado de trabalho, atuando dentro de cargos diversos e adquirindo posições que antes só eram ocupadas por homens.

Em relação a idade dos *coworkers* entrevistados, as faixas etárias predominantes correspondem a pessoas com idade entre 30 a 45 anos (50,79%). Os resultados das demais idades, seguindo ordens percentuais constatadas através da pesquisa são: de idade 23 a 29 anos (20,63%); 46 a 59 anos (17,46%); 18 a 22 anos (9,52%); 60 anos ou mais (1,58%).

Quanto ao estado civil, metade dos entrevistados, declaram-se casados (50,79%) seguidos por solteiros (25,39%); união estável (7,94%).

Pressupõe-se que a incidência de pessoas com idade de 30 a 45 anos (50,79%) e casados (50,79%) é devido ao ciclo natural da vida, onde as pessoas nascem, crescem, reproduzem e morrem; as mesmas precisam constituir família, o que geralmente acontecem quando estamos na idade adulta (30 a 45 anos), reforçando este pensamento. Acredita-se que outra justificativa para este dado, é que na recessão econômica (vivenciada pelo Brasil), o número de pessoas desempregadas aumenta e com isto, buscam empreender para terem seu sustento, e em contrapartida, vimos que Campos, Teixeira e Schimitz (2015), ressalta que o *coworking* é uma boa escolha para empresários que estão adentrando no mundo dos negócios e ainda não sabem como e onde implantá-lo, ou por não possuírem recursos (capital) suficientes para se manter ou querem implantar sua empresa num lugar que passa comprometimento, seriedade e/ou profissionalismo para seus clientes, fornecedores e /ou parceiros.

Em relação a escolaridade, destacamos, conforme ordens percentuais que 30,16%

possuem ensino superior completo, 30,16% pós-graduação, 11,11% superior incompleto, 7,94% ensino técnico, 7,94% ensino médio completo, 4,76% ensino médio incompleto, 4,76% mestrado, 3,17% doutorado.

Os resultados encontrados sobre o valor da renda individual dos *coworkers* foram os seguintes, 1,59% possui nenhuma renda, 11,11% até um salário mínimo (R\$ 954,00), 38,10% de 1 a 3 salários mínimos (R\$ 954,00 até R\$ 2.862,00), 26,98% De 3 a 6 salários mínimos (R\$ 2.862,00 até R\$ 5.724,00), 12,70% De 6 a 9 salários mínimos (R\$ 5.724,00 até R\$ 8.586,00), 9,52% mais de 9 salários (8.586,00).

Campos; Teixeira; Schimitiz (2015), especifica que o *coworking* é um espaço compartilhado onde a maioria das pessoas trabalham de forma independente criando uma comunidade empreendedora, na qual todos podem contribuir para o crescimento dos outros, através do compartilhamento de ideias, experiências e expansão da rede de contatos. Seguindo esse pensamento, desenvolveu-se uma questão com a finalidade de identificar as atividades desempenhadas que os *coworkers* exercem dentro do ambiente de trabalho compartilhado, onde os respondentes descrevessem suas atividades da melhor forma possível, visto que, o *coworking* permite que profissionais de áreas distintas trabalhem no mesmo espaço.

Para a tabulação dessa questão, foi pensado em agrupar as respostas dentro de cada área específica de conhecimento, na qual ficou estruturada da seguinte forma, conforme Tabela 1 a seguir:

Tabela 1 – Agrupamento das atividades desempenhadas pelos *coworkers*.

Principais atividades exercidas no <i>coworking</i>		
Área de conhecimento	Quantidade	%
Empresário	13	20,64
Autônomos	8	12,69
Serviços de consultoria empresarial	9	14,28
Contador	1	1,59
Vendas	6	9,52
Advocacia	3	4,76
Alta administração – Gestão	9	14,28
Psicólogo e Coaching	2	3,17
Inovação e Tecnologia	6	9,52
Treinamento & Desenvolvimento de pessoas	3	4,76
Apenas uso dos serviços (locação de salas, reuniões, etc.)	3	4,76
Total geral de entrevistados	63	100%

Fonte: Dados dos pesquisadores.

Nota-se que os maiores percentuais encontrados evidenciam que as atividades mais desenvolvidas dentro do *coworking*, giram em torno de empresários (20,64%), pessoas que ocupam cargos de alta administração e/ou gestão (14,28%), consultoria empresarial (14,28%), autônomos (12,69%), profissionais que atuam na área de vendas (9,52%), inovação e tecnologia (9,52%).

Verifica-se que nos *coworkings* estudados existem cerca de (4,76%) dos profissionais que pertencem a área de treinamento e desenvolvimento que declararam serem professores de distintas áreas e fazem locação dos espaços ofertados pelo *coworking* que convenham aos mesmos; os profissionais que são advogados (4,76%), que utilizam apenas os serviços de endereço comercial, salas virtuais, salas de reuniões, atendimento e/ou auditórios (4,76%), psicólogos e coaching (3,17%) e contadores (1,59%). De acordo com os dados apresentados é perceptível que os profissionais das áreas de advocacia, psicólogos e coaching possuem menor percentual em relação aos que atuam como empresários e alta administração. Possivelmente os psicólogos e coachings, que trabalham estudando o comportamento humano, precisam de um ambiente mais adaptado para atendimentos mais complexos e precisos, ou seja, talvez, pelo fato do *coworking* pressupor colaboração, onde necessariamente há comunicação frequente entre as pessoas, esse fator pode impor barreiras para clientes que precisam de um atendimento mais específico devido suas limitações e necessidades.

O tempo de uso do espaço do *coworkers* entrevistados foi outro fator que chamou a atenção, 46,03% afirmam que começaram a utilizar o *coworking* a menos de 1 ano, seguidos de 33,33% com uso de 1 a 3 anos, 12,70% de 3 a 5 anos, 4,76% de 6 a 9 anos e 3,17% utilizam o *coworking* a mais de 10 anos. Isso colabora com o ponto de vista de Coutinho (2011), quando relata que existe relevância e se conhecer novos meios de trabalho para tornar o acesso ao conhecimento, acompanhamento das novas tendências e permanência no mercado de trabalho mais factíveis.

8.2. Análise das perspectivas e dos principais pontos positivos e impactos dos entrevistados.

Os principais motivos predominantes na época de escolha do *coworking*, segundos os entrevistados foram o custo do uso do espaço (33,33%), seguidos da formalidade e profissionalismo que o ambiente compartilhado transmite aos clientes (14,29%),

uso do endereço comercial (11,11%), outros (9,53%), escritório compartilhado (9,52%), networking (9,52%), salas privadas (6,35%), funcionamento 24 horas (4,76%), secretária bilíngue (1,59%).

Pressupõe-se que em relação aos entrevistados que declararam o custo do espaço (33,33%) e networking (9,52%) como motivo de escolha predominante do *coworking*, destacam-se os administradores, empresários e consultores empresariais, por três motivos hipotéticos:

- 1) podem ser profissionais novos no mercado de trabalho;
- 2) não possuem capital suficiente para arcar com as despesas de escritórios de trabalho convencionais;
- 3) buscam por novas conexões e conseqüentemente expansão de sua rede de contatos.

Em contrapartida os profissionais que utilizam o espaço compartilhado como por exemplo: advogados, vendedores, contador, psicologia/coaching, professores que realizam treinamento e desenvolvimento de pessoas possivelmente têm como motivo de escolha a formalidade e profissionalismo que o ambiente compartilhado transmite aos clientes, uso do endereço comercial e salas privadas. Ou seja, precisam transparecer profissionalismo, formalidade e segurança para seus clientes, e utilizam o *coworking* devido os recursos de escritório e benefícios que o ambiente proporciona, não levando em consideração a colaboração/networking.

Ao serem indagados sobre dificuldades de adaptação ao uso do *coworking* 25,40% apontam que sim e 74,60% afirmam que não tiveram dificuldades. Porém, mesmo algumas pessoas afirmando terem dificuldades, identifica-se que o índice de satisfação foi considerável, pois em torno de 93,65%, espontaneamente recomendariam o *coworking* para seus amigos e apenas 6,35% talvez recomendariam.

Das pessoas que afirmaram possuir dificuldades em relação a adaptação do *coworking*, as respostas encontradas foram as seguintes: Dificuldades em se aproximar das pessoas (1,59%), limitações de uso das salas de atendimento ao cliente, reuniões e/ou auditórios (4,76%), Nível de produtividade reduzido devido as outras pessoas estarem utilizando o mesmo ambiente que você (9,52%), problemas com a internet (1,59%) e 7,94% afirmam outras dificuldades encontradas. Os outros

74,60% assinalaram a opção em que não houve dificuldades, uma vez que na questão anterior, destacamos que caso não possuísse dificuldades, deveria ser assinado na próxima questão a opção em que não houve dificuldades (questionário em anexo).

Pressupõe-se que os 6,35% que não recomendariam o uso do *coworking* devido a estas dificuldades identificadas através da coleta dos dados no que tange a questão 26 (questionário em anexo) e relatadas anteriormente.

Em relação ao grau de importância no que diz respeito ao custo do espaço compartilhado, considera-se: 1- Nenhuma Importância; 2- Pouco Importante; 3- Indiferente; 4- Importante; 5- Muito Importante. Observa-se que 38,10% demonstram que o custo é um fator muito importante, 31,75% importante, reforçando as três hipóteses citadas anteriormente no que diz respeito aos motivos de escolha do *coworking* e ressalta o ponto de vista de Serra (2013), quando diz que o baixo custo é uma das principais vantagens do *coworking*, principalmente para os novos profissionais que estão ingressando no mercado de trabalho e não possuem condições de manter as despesas de escritório convencional. No entanto 15,87%, classificam o custo como fator indiferente e os outros 14,23% pouco importante o que contradiz o autor relatado anteriormente e ressalta o que Campos, Teixeira e Schimitz (2015), propõe quando afirma que o *coworking* é um ambiente composto de indivíduos de diversos segmentos que compartilham o mesmo espaço, ocasionando desenvolvimento profissional dos usuários através do compartilhamento de ideias e ideais não considerando apenas a redução dos custos.

Na avaliação geral sobre a localização do *coworking*, 60,32% consideram como um fator muito importante seguidos de 22,22% indiferente, 12,70% importante e 4,76% pouco importante. Realizando uma análise de forma abrangente sobre os maiores percentuais constatados no que diz respeito as atividades desempenhas pelos usuários no *coworking* (TABELA 01), pressupõe-se que esses profissionais precisam de ambientes que transmitem segurança, profissionalismo e credibilidade aos seus clientes, proporcionando aos *coworkers* melhores resultados, além de uma boa localização geográfica e acessibilidade.

Na aplicação do questionário desenvolveu-se uma questão que instigasse o respondente a afirmar o que acredita que ambiente de trabalho compartilhado têm como missão: 38,10% consideram conectar as pessoas envolvidas no ambiente de

trabalho compartilhado, 31,75% colaboração, 15,87% custo conveniente para uso do espaço, 6,35% networking, 4,76% contratação de endereço comercial; e 3,17% afirmam ser outros. Conforme o gráfico 01 abaixo.

Gráfico 01 – O que você acredita que o *coworking* tem como missão?



Fonte: Dados dos pesquisadores.

De acordo com os dados apresentados, nota-se que a maioria dos respondentes acreditam que o *coworking* tem como missão de conectar as pessoas (38,10%) e colaboração (31,75%). Enfatizando o pensamento de Giannelli (2016, p.8), quando afirma que o ambiente de trabalho compartilhado está relacionado a capacidade cognitiva e interações colaborativas, sendo que não consiste somente na forma de produzir rendas, pois permite a conexão e convivências entre as pessoas.

No que diz respeito a avaliação sobre a infraestrutura do ambiente em relação às salas privativas, compartilhadas, reuniões, atendimento, banheiros e iluminação, considerando em escala de 1 a 5: 1- Nenhuma Importância; 2- Pouco Importante; 3- Indiferente; 4- Importante; 5- Muito Importante, analisa-se que 55,56% consideram a infraestrutura como fator muito importante, 17,46% importante, 15,87% indiferente, e os outros 11,11% pouco importante.

Os resultados apontam que após ingresso no *coworking* o grau de avaliação no que diz respeito ao desempenho profissional individual (resultados, metas superadas, aumento do número de clientes, parcerias, etc.), seguindo ordens percentuais: 36,51% avaliam como ótimo, 33,33% bom, 20,63% excelente, 7,94% regular e 1,59% ruim.

Esses resultados reforçam o pensamento de Medina; Krawulski (2015), quando afirmam que o compartilhamento dos recursos de escritórios, material de expediente

e endereço comercial geram um ambiente favorável ao networking, compartilhamento de ideais, alcançando resultados e metas superadas, e consequentemente o aumento do número de clientes e novas parcerias. Conforme constatado nas pesquisas realizadas e descritas no referencial teórico, o *coworking* possui pessoas de diversas áreas de atuação, o que favorece a uma expansão da rede de contatos e conhecimento sobre outras áreas, possivelmente, isto justifica a predominância de respostas que o avaliam como ótimo, bom e excelente no que diz respeito à avaliação de desempenho individual profissional.

O *coworking* apresenta-se como uma forma contemporânea de trabalho que veio para facilitar a interação da colaboração entre os membros que o constituem, pois não consiste apenas em redução de custos, é considerado como nova forma de movimentar a economia, promovendo conexão entre as pessoas, resultando o considerável crescimento pessoal e profissional alcançado resultados inesperados e surpreendentes.

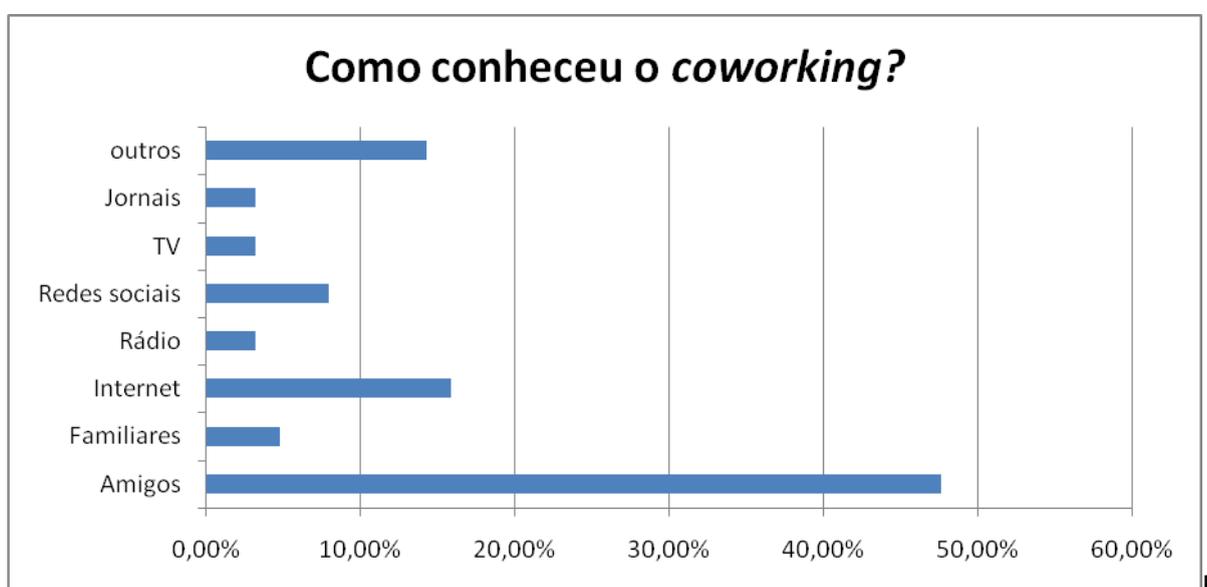
Por outro lado, quando analisamos as pessoas que desenvolvem atividades relacionadas a Inovação e Tecnologia, verifica-se que as mesmas prezam por networking e escritório compartilhado, pois, quando indagados sobre a infraestrutura do ambiente, os resultados corroboram, cerca de 10% dos *coworkers* afirmam que a infraestrutura possui pouca importância, possivelmente este percentual pode pertencer aos profissionais da área de tecnologia e inovação que optam por utilizar o *coworking*, por conta do networking, colaboração e a consequente expansão de sua rede de contatos.

O atendimento é um dos pontos primordiais para a fidelização dos clientes, toda empresa deve se preocupar em prezar por um bom atendimento, uma vez que as pessoas estão mais exigentes e imprevisíveis. Os resultados obtidos na pesquisa constataam isso, por exemplo, analisando o atendimento que o *coworking* oferece para seus usuários, clientes e parceiros, nota-se que 47,62% consideram o atendimento oferecido no *coworking* muito importante, seguidos de 30,16% importante e 14,29% são indiferentes. Isto evidencia a importância das empresas em prezar por um eficiente atendimento ao cliente.

Em contrapartida, 7,94% consideram o atendimento pouco importante, este quantitativo pode ter relação com os profissionais que utilizam somente o endereço comercial e fiscal, ou seja, buscam apenas o registro da empresa.

Na avaliação sobre a importância dos recursos e serviços de escritório oferecidos pelo *coworking* (material de expediente, impressão/cópias, café/ copa, limpeza e conservação do ambiente, banheiro e etc.), 44,44% consideram esses recursos muito importantes, 27% julgam importantes, 20,63% indiferente, 6,35% pouco importante e 1,59% classificam os recursos sem nenhuma importância. Analisando esses dados, constata-se a importância desses recursos devido as necessidades que os profissionais têm para desempenharem suas atividades.

Gráfico 02 – Como os usuários tiveram conhecimento do ambiente de trabalho compartilhado.



Fonte: Dados dos pesquisadores.

Observa-se que 47,62% dos entrevistados conheceram o *coworking* através de amigos, 4,76% familiares, 15,87% internet, 3,17% rádio, 7,94% redes sociais, 3,17% TV, 3,17% jornal, 14,28% outros (Gráfico 02). Estes resultados, levam a acreditar que a divulgação do *coworking* é baixa quando comparada aos meios de comunicação básicos, tais como, rádio, TV e jornal e que se for divulgado com maior frequência pela mídia o número de *coworking* no Estado do Espírito Santo seria consideravelmente maior, podendo movimentar e fomentar a economia local, tendo em vista o potencial que este tipo de ambiente possui; expandindo até para os demais municípios, pois ao realizarmos um levantamento geográfico dos locais onde se instalam este tipo de ambiente, verificou-se baixa quantidade de *coworking* e predominância em Vitória

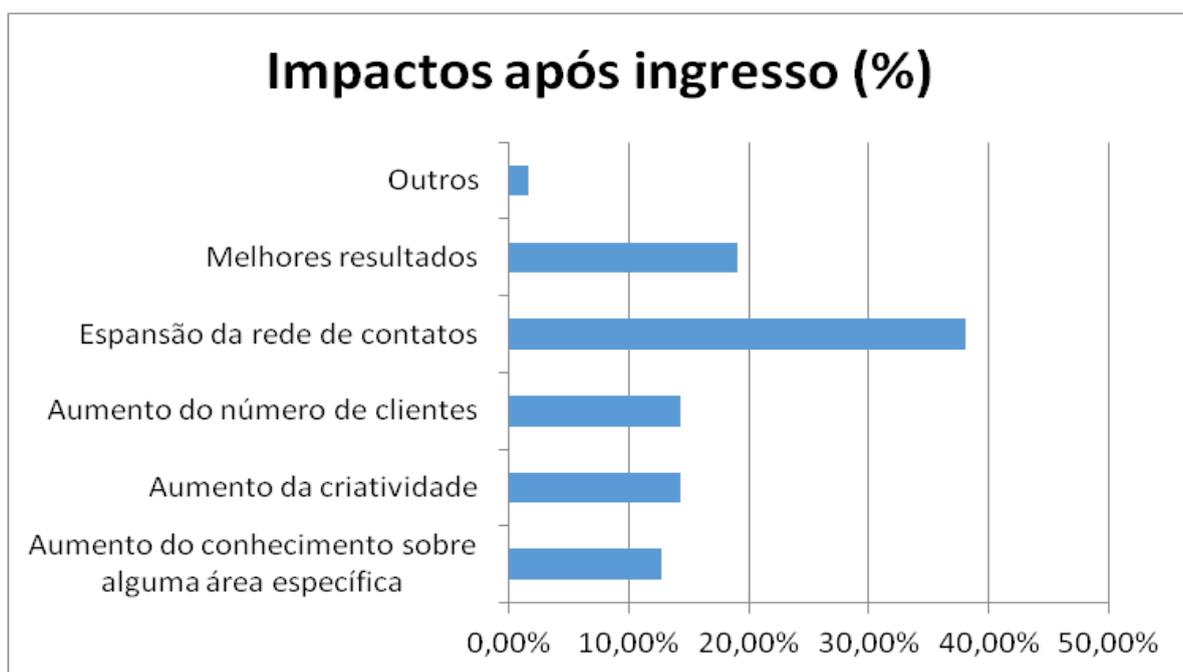
Buscou-se identificar com os *entrevistados a principal vantagem* sobre o *coworking*, os resultados evidenciam que 28,57% consideram a colaboração/networking, 20,63% infraestrutura e localização, 17,46% custo, 14,29% aparência do ambiente para captar e cativar clientes, 12,70% endereço comercial; 3,17% material de escritório, 1,59% segurança e 1,59 % outros.

Após o ingresso no *coworking* mais da metade dos entrevistados (52,38%) relatam que houve a expansão do número de clientes e / ou resultados e (61,90%) consideram o *coworking* como importante elemento para o seu trabalho o que enriquece ainda mais a importância de desenvolverem cada vez mais pesquisas no que tange ao assunto, visto o potencial deste tipo de empreendimento.

A forma que os *coworkers* se relacionam com as outras pessoas que dividem o mesmo espaço (31,75%) compartilham ideias, trocando informações sobre áreas distintas (23,81 %), compartilhando informações do dia a dia (20,63 %), aumento da criatividade (14,29 %), expansão da rede de contatos e outros (3,17%).

Buscou-se na elaboração do questionário, inserir questões que facilitaríamos a identificação dos impactos que os usuários tiveram após ingresso no *coworking*, relacionados ao aumento do conhecimento em alguma área específica, aumento da criatividade, aumento do número de clientes, expansão da rede de contatos, melhores resultados e outras. Conforme o gráfico 03 abaixo.

Gráfico 03 – Impactos obtidos após ingresso no *coworking*.



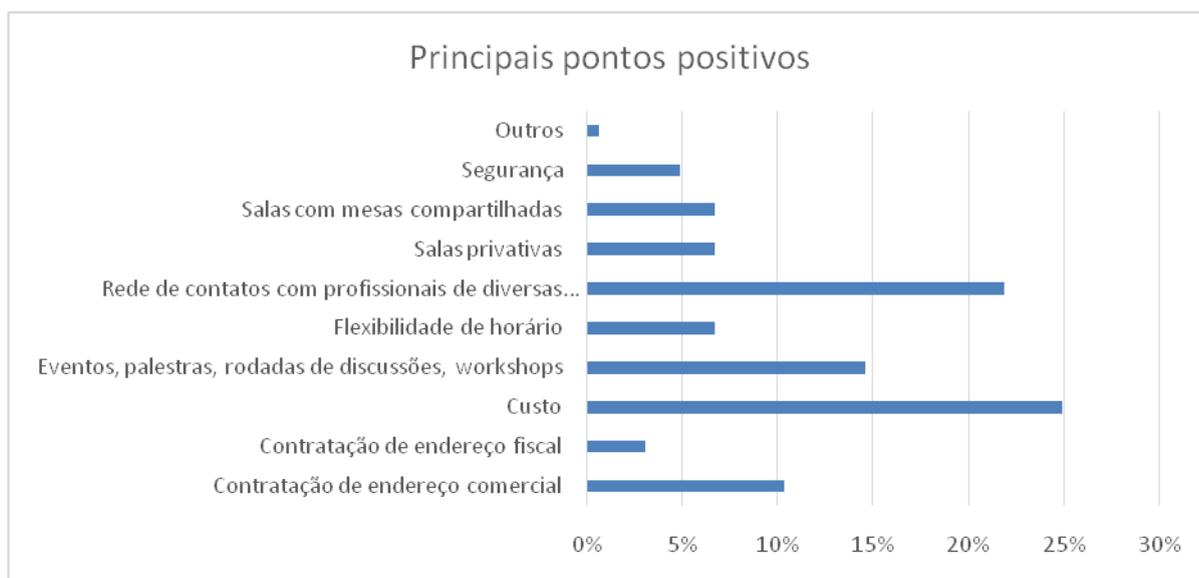
Fonte: Dados dos pesquisadores.

Após ingresso no *coworking* os principais impactos apontados na pesquisa foram: 38,10% expansão da rede de contatos, 19,05% melhores resultados, 14,29% aumento da criatividade, 14,29% aumento do número de clientes, 12,70% aumento do conhecimento sobre algumas áreas específicas e os outros 1,59% marcaram a opção outros.

Estudos realizados por especialistas e pesquisadores evidenciam que o *coworking* proporciona aos usuários vários pontos positivos, dentre os quais podemos citar: contratação de endereço comercial, endereço fiscal, custo, eventos (palestras, rodadas de discussões, workshops), flexibilidade de horários, rede de contatos com profissionais de diversas áreas, promovendo troca de experiências e/ou futuras parcerias, salas privativas, salas com mesas compartilhadas, segurança, entre outros pontos. Analisando todas essas variáveis elaborou-se uma pergunta onde o entrevistado teria a opção de selecionar três alternativas, identificando os três pontos positivos que os usuários do ambiente de trabalho compartilhado consideraram relevantes, ou seja, a questão continha até três opções de respostas.

Os resultados apontam que os fatores com maior frequência foram: o custo (25%), rede de contatos com profissionais de diversas áreas promovendo troca de experiências e futuras parcerias (22%), eventos, palestras, rodadas de discussões, workshops (15%), conforme o gráfico 04.

Gráfico 04 – Principais pontos positivos relatados pelos entrevistados.



Fonte: Dados dos pesquisadores.

Os demais percentuais constatados como pontos positivos seguem as ordens percentuais: contratação de endereço comercial (10%), contratação de endereço fiscal (3%), flexibilidade de horário (7%), salas privativas (7%) salas com mesas compartilhadas (7%), segurança (5%), outros (1%). De acordo com os dados apresentados, nota-se que a maioria dos profissionais apontam o custo e a rede de contatos como fatores mais relevantes e classificaram a flexibilidade de horário, segurança como fatores de pouca relevância. Ou seja, os dados enfatizam que o *coworking* vai além de conectar pessoas, contribuir para a colaboração ou compartilhamento de ideias, ele proporciona ao usuário a redução dos custos se relacionado ao escritório de trabalho convencional e promove a rede de contatos de profissionais que trabalhem em diversos segmentos.

Além de analisar os pontos positivos, buscou-se identificar os possíveis pontos fracos que os *coworkers* acreditam que existem dentro do espaço de trabalho compartilhado, com objetivo de compreender os prós e os contras do mesmo. Ao serem questionados os respondentes declararam: pouca privacidade (46,03%), dificuldades no compartilhamento do espaço (17,46%), falta de comparecimento (11,11%), projetos expostos (9,52%), outros (9,52%) e motivação reduzida por não ser exclusivo (6,35%).

No que tange às dificuldades de adaptação, as respostas encontradas apontam que 74,60% dos questionados, não encontraram nenhuma dificuldade de adaptação no *coworking* seguidos do mesmo percentual, uma vez que, não houveram dificuldades.

Das principais dificuldades apontadas pelos 25,40% que afirmaram que obtiveram dificuldades, 9,52% afirmam que o nível de produtividade foi reduzido devido a outras pessoas estarem utilizando o mesmo espaço ou o mesmo ambiente, 7,94% assinalaram a opção outros, 4,76% apontam que tiveram limitações de uso das salas de atendimento ao cliente, reuniões e/ou auditórios.

Analisando a frequência dos usuários no *coworking*, observa-se 33,33% frequentam o espaço mais de 17 horas mensais, 23,81 % de 5 à 8 horas mensais e 6,35% de 13 à 16 horas mensais.

9. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Foi possível compreender no decorrer da pesquisa que com as mudanças ao longo da história e chegada de um novo modelo de economia, agora mais baseada em

conhecimento e criatividade. Em virtude desta modificação, as pessoas tiveram que se adaptar, se aperfeiçoando cada vez mais, visto que surgem novos padrões de aprendizado e de trabalho. Com isto, surge uma inovadora forma de se trabalhar, o chamado *coworking*.

Entende-se por *coworking*, uma forma de trabalho contemporânea, na qual pessoas de diferentes áreas de atuação compartilham o ambiente de trabalho, recursos, experiências, ideias e ideais.

Constata-se que o consumo de forma colaborativa faz parte do dia a dia das pessoas entrevistadas (94%), pois espontaneamente recomendariam o uso do *coworking*, o que é primordial para pessoas que optam por este tipo de ambiente para desempenharem suas atividades, visto que o *coworking* pressupõe a colaboração e favorece a conexão de pessoas, tanto que na questão elaborada, com o objetivo de vislumbrar o que a comunidade acredita que o *coworking* tem como missão, 38,10% considera conectar as pessoas envolvidas no ambiente de trabalho compartilhado e 31,75% colaboração enriquecendo ainda mais esse ponto de vista.

Ao trabalharem num *coworking*, as pessoas criam uma cultura de colaboração de forma espontânea, onde ultrapassam as paredes das salas, influenciando até mesmo na forma de agir e pensar, estimulando as pessoas a praticarem outros hábitos e comportamentos favorecendo ao bem-estar da sociedade.

Antes da implantação da pesquisa de campo foi realizado um levantamento dos quantitativos de *coworkings* no estado do Espírito Santo, onde constatou-se a existência de poucos *coworkings*, sendo que a maior predominância é no município de Vitória.

De forma geral, os três principais pontos fracos com relação ao uso do *coworking* seriam: pouca privacidade (46,03%), dificuldades no compartilhamento do espaço (17,46%) e falta de comparecimento (11,11%).

No entanto, foi identificado que apenas cerca de 6% dos *coworkers* tiveram dificuldades em se adaptar ao uso do espaço de trabalho compartilhado e a dificuldade mais predominante foi o nível de produtividade reduzido devido as outras pessoas estarem utilizando o mesmo ambiente (9,52%). As demais foram: Dificuldade em se aproximar das pessoas (1,59%), limitações de uso das salas de atendimento ao cliente, reuniões e/ou auditórios (4,76%), problemas com a internet

(1,59%) e 7,94% afirmam outras dificuldades encontradas, o que nos mostra que os gestores dessas comunidades *coworkings* devem levar em consideração estes pontos, buscando minimizar essas ameaças, até então internas, aumentando a eficiência e a eficácia de seus espaços para conseguirem cada vez mais membros, disseminando a cultura *coworking* pelo estado do Espírito Santo, movimentando com isso a economia local, e conseqüentemente contribuindo com o PIB criativo brasileiro.

No que tange ao perfil dos *coworkers*, os resultados encontrados apontam que a maioria das pessoas que o usam são do sexo feminino (53,97%), casados (50,79%), com idade entre 30 à 45 anos (50,79%), com ensino superior completo (30,16%) e pós graduação (30,16%), de renda individual em torno de 1 a 3 salários mínimos (R\$ 954,00 à 2.862,00) representado por 38,10% e em sua maioria empresários (20,64%).

Na avaliação sobre os impactos provocados na vida dos *coworkers* após uso do espaço de trabalho compartilhado, nota-se que 20,63% avaliam como excelente o grau de desempenho no que diz respeito ao crescimento profissional individual dos mesmos, como por exemplo: resultados e metas superadas, aumento do número de clientes, parcerias, etc. e 36,51% ótimo. Outros principais impactos constatados foram: expansão da rede de contatos (38,10%), melhores resultados (19,05%), aumento da criatividade (14,29%), aumento do número de clientes (14,29%), aumento do conhecimento sobre alguma área específica (12,70%) e outros impactos (1,59%). Possivelmente, estes impactos positivos relatados pelos entrevistados tem relação com o fato do *coworking* tornar favorável a aproximação das pessoas que trabalham em diferentes áreas com sinergia, gerando novos pensamentos e ideais tendo como resultado novas experiências, troca de conhecimento, enfim, melhores resultados.

De acordo com a pesquisa, a principal vantagem do *coworking* apontada nos resultados foi a colaboração/networking (28,57%), seguido de: infraestrutura e localização (20,63%), custo (17,46%), aparência do ambiente para captar e cativar clientes (14,29%), endereço comercial (12,70%), material de escritório (3,17%), segurança (1,59%) e outros (1,59%). Acredita-se que estes resultados tem relação com o fato do *coworking* pressupor colaboração e expansão da rede de contatos seguidos de uma boa infraestrutura e localização geográfica haja vista que os

profissionais precisam transparecer credibilidade, acessibilidade e profissionalismo aos seus clientes e/ou parceiros, além de um custo oportuno, uma vez que não existe a necessidade de investimento em estrutura, aluguel, etc. Tanto que, os três principais pontos positivos do *coworking* constatados nesta pesquisa foi o custo, endereço comercial e rede de contatos com profissionais de diversas áreas promovendo troca de experiências e futuras parcerias, colaborando com a provável justificativa para tais impactos.

A maioria dos *coworkers*, começaram a fazer uso do espaço a menos de 1 ano (46,03%), tiveram conhecimento do *coworking* através de amigos (47,62%) e internet (15,87%). Pressupõe-se que as divulgações destes ambientes estudados precisam ser disseminadas de maneira mais ampla e com maior frequência pelas mídias, redes sociais, jornais e TV aberta, visto que os menores percentuais incidem sobre as mesmas.

Ressalta-se que por se tratar de um assunto contemporâneo com menos de 20 anos de existência, as pesquisas são incipientes, e por isso, sugere-se que sejam realizados mais estudos para que seja possível disseminar a informação sobre este assunto, visto que é um seguimento que cresce significativamente e possui forte influência para a inovação nas empresas.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Helena da G. C. **Compartilho, logo existo? A Reconstrução da Identidade do Consumidor por Meio do Consumo Colaborativo**.2016. 176 f. Dissertação (Mestrado em Administração) - Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais-PUCMG, Belo Horizonte, 2016.

BOB CONSULTING. Guia **prático para o mapeamento da indústria criativa no Brasil**. 2010. Disponível em: <https://creativeconomy.britishcouncil.org/media/uploads/files/Mapping_guide_-_Portuguese.pdf>. Acesso em: 26 abr. 2018.

CALLE, Guilherme A.D; DA SILVA, Edna. L. Inovação no contexto da sociedade do conhecimento. **Revistas de textos da cibersociedade**, v.8, n.8, p.1-21, 2008.

CAMPOS, João G. C; TEIXEIRA, Clarissa S., SCHIMITZ, Ademar, Coworking Spaces: Conceitos, tipologias e características. In: CIKI - Congresso Internacional do Conhecimento e Inovação, 2015, Joinville. **CIKI - Congresso Internacional do Conhecimento e Inovação**. Florianópolis: EGC/UFSC, 2015. v. 5. p. 691-710.

CAPDEVILA, Ignasi, 2015. Co-WorkingSpaces e a dinâmica localizada da inovação em Barcelona. **Revista Internacional de Gestão da Inovação – SSRN**, v. 19, n. 3,

p. s/p. Disponível em SSRN: <<https://ssrn.com/abstract=2502813> ou <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2502813>>. Acessado em: 20 setembro 2017.

CENSO CWK. Disponível em: <<https://coworkingbrasil.org/censo/2017-estudo-completo/>>. Acessado: 25 de abril de 2018.

COSTA, Ramon B. **Sobre o papel da confiança e das tecnologias digitais de comunicação nas experiências de economia colaborativa**. 2015. Disponível em: <<http://www.seminariodosalunos.com/pdf/2015/ramon-bezerra.pdf>>. Acesso em: 26 abr. 2018.

COUTINHO, Clara; LISBÔA, Eliana. Sociedade da informação, do conhecimento e da aprendizagem: desafios para educação no século XXI. **Revista de Educação**, v.18, n.1, p. 5-22, 2011.

CWK COWORKING. **Etiqueta no ambiente de Coworking**. 2015. Disponível em: <http://cwkcwk.com.br/etiqueta-no-ambiente-de-coworking-cwkcwkcoworking/>. Acesso em: 20 set. 2017.

DA SILVA, Leyde K. R. **Fontes de informação na web: uso e apropriação da informação como possibilidade de disseminação e memória do movimento negro no estado da Paraíba**. João Pessoa - Paraíba: Universidade Federal da Paraíba, Publicações eletrônicas: Laboratório de Tecnologias Intelectuais - LTI, 2010, p. 78. Acesso em: 29 de set. 2017.

DA SILVA, Edilene M; TABOSA, Hamilton R.; SANTOS, Williams; ALVES, Edvaldo C. Informação e trabalho na sociedade capitalista. **Biblios: Diário de Bibliotecologia e ciência da informação**, s/v, n. 58, p. 33-41, 2015.

DESK COWORKING. **Quais são as regras de etiqueta de um coworking**. 2015. Disponível em: <<https://www.deskcoworking.com.br/quais-sao-as-regras-de-etiqueta-de-um-coworking/>>. Acesso em: 20 set. 2017.

Deskmag – A Revista Coworking. **A história do coworking apresentada pela deskmag**. 2015. Disponível em: <http://www.tiki-toki.com/timeline/entry/156192/The-History-Of-Coworking-Presented-By-Deskmag/#vars!date=2015-07-20_02:28:38! >. Acesso em: 28 ago. 2017.

DOS SANTOS, Claudia. M. N. Coworking: Contribuições de um modelo de consumo colaborativo e da arquitetura corporativa para o gerenciamento das cidades. **Revista Nacional de Gerenciamento de Cidades**, v. 02, n. 12, p. 84-95, 2014.

FACHIN, Juliana. Mediação da informação na sociedade do conhecimento. **Revista do Instituto de Ciências Humanas e da Informação**, v. 27, n. 1, p. 1-18, 2013.

FARIAS, Suelen.C. Os benefícios das tecnologias da informação e comunicação (tic) no processo de educação a distância (ead). **Revista Digital de biblioteconomia e ciência da informação**, v. 11, n.3, p. 15-29, 2013.

FIRJAN. **Mapeamento da indústria criativa no Brasil**. 2016. Disponível em: <<http://www.firjan.com.br/economiacriativa/download/mapeamento-industria-criativa-sistema-firjan-2016.pdf>>. Acesso em: 26 abr. 2018.

FITZSIMMONS, James A. **Administração de serviços: operações, estratégia e tecnologia de informação**. 4 ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

GIANNELLI, Márcio A. **COWORKING: O porquê destes espaços existirem! Estudo sobre espaços de Coworking na cidade de São Paulo e sua importância**

arquitetônica na Era da Informação. 2016.116 f. Dissertação (Pós-Graduação Stricto-Sensu em Arquitetura e Urbanismo) – Universidade São Judas Tadeu, São Paulo, 2016.

GOMES, Myller. A. S; PEREIRA, Fernando. E.C. Hélice tríplice: um ensaio teórico sobre a relação universidade-empresa-governo em busca da inovação. **Revista Internacional de Engenharia e Gestão de Conhecimento**, v.4, n.8, p.136-155, 2015.

KOVÁCS, Ilona. Novas formas de organização do trabalho e autonomia no Trabalho. **Sociologia, problemas e práticas - SCIELO**, s/v, n.52, p.41-65, 2006.

LIMA, Diana. P.C. **Hubs criativos no norte de Portugal: análise do seu contributo para fortalecer as indústrias culturais e criativas na região norte.** 2015.136 f. Tese (Mestre em Design) – Universidade de Aveiro, Portugal, 2015.

MASSON, Gisele; MAINARDES, Jefferson. A ideologia da sociedade do conhecimento e suas implicações para a educação. **Currículo sem Fronteiras**, v.11, n.2, p.70-85, 2011.

MEDINA, Paloma F; KRAWULSKI, Edite. Coworking como modalidade e espaço de trabalho: uma análise bibliométrica. **Caderno de psicologia social do trabalho**, v.18, n. 2, p.181-190, 2015.

NEIVA, Aline A.; SANTOS, Núbia de M.. **Ambiente de trabalho compartilhado: planejamento de relações públicas para a pontoget coworking.** 2013.78 f. Monografia (Bacharel em Comunicação Social Habilitação Relações Públicas) – Universidade Federal de Goiás, Goiás, 2013.

OLIVEIRA, de Claudio ; MOURA, Samuel .P. Tic's na educação: a utilização das tecnologias da informação e comunicação na aprendizagem do aluno. **Pedagogia em Ação**, v.7 , n.1,s/p. , 2015.

OSMOSE COWORKING. **Regras de etiqueta no coworking.** 2013. Disponível em: <http://www.osmosecoworking.com.br/regras-de-etiqueta-no-coworking/>. Acesso em: 20 setembro 2017.

QUARESMA, José G; GONÇALVES, Carlos. **Out of the Office: Trabalhar nunca foi tão fácil.** E-Book. Porto: Ed. Vida Econômica- Editorial, SA .v.1. p. 224, 2013.

SALOMON, Jean-Jacques; SAGASTI, Francisco; SACHS-JEANTET, Celine. Da tradição à modernidade. **Estudos avançados**, São Paulo , v. 7, n. 17, p. 07-33, abr. 1993 .

SANTANDER NEGÓCIOS E EMPRESAS. **Economia colaborativa X Economia criativa.** 2015. Disponível em: <<https://www.santandernegocioseempresas.com.br/detalhe-noticia/economia-colaborativa-economia-criativa.html> >. Acesso em: 26 abr. 2018.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS - SEBRAE. **Economia criativa.** 2018. Disponível em: <https://m.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/segmentos/economia_criativa/como-o-sebrae-atua-no-segmento-de-economia-criativa,47e0523726a3c510VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 26 abr. 2018.

SERRA, André. L. A. **Coworking: Uma nova perspectiva mercadológica para São Luis.** 2013. Disponível:

<https://monografias.ufma.br/jspui/bitstream/123456789/974/1/AndreLuisAlvesSerra.pdf>. Acessado em: 24 setembro 2017.

SOARES, Juliana M.M; SALTORATO, Patrícia. Uma forma de organização de trabalho: conceitos e práticas na cidade de São Paulo. **AtoZ: novas práticas em informação e conhecimento**, v.4, n.2, p. 61-73, 2015.

SERRA, André. L. A. **Coworking: Uma nova perspectiva mercadológica para São Luis**. 2013. Disponível:

<https://monografias.ufma.br/jspui/bitstream/123456789/974/1/AndreLuisAlvesSerra.pdf>. Acessado em: 24 setembro 2017.

TENÓRIO, F.G. Gestão de ONGs: Principais funções gerências. 11. ed. Rio de Janeiro: FVG, 2009.

UGF - Unidade de Gestão e Formação. **O papel atual do administrador**. 2012.

Disponível em: < <http://www.posugf.com.br/noticias/todas/1923-o-papel-atual-de-um-administrador> >. Acessado em: 08 agosto 2017.

VICENTE, Rayres H. F.; LOPES, Paloma de L. A importância de investimentos em inovação tecnológica como fator chave para o desenvolvimento econômico. In: XII SIMPOSIO DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA - SEGeT, 2015, Resende. **Anais do XII SEGeT**. Resende: Associação Educacional Dom Bosco, 2015.

COWORKING: IMPACTS AND POTENTIAL

ABSTRACT

With the passing of the years and the course of events, we had to adapt to the new methodologies imposed on society. It is essential to follow up on new trends, ways of learning and working, so that innovative and surprising results can be developed. The general objective of this research is to understand the history of coworking and to know the profile of the users analyzing the main positive points and possible impacts. The choice of this subject is justified because of the need to follow the new trends to keep us updated in the labor market, since we are business administrators. The methodology used was qualitative exploratory descriptive research based on articles, books, periodicals on the topic of coworking and questionnaire with the users of the shared work environment.

Keywords: Coworking; Collaborative economics; Profile of coworkers; Impacts and good points.

ANEXO – QUESTIONÁRIO DE PESQUISA:

FORMULÁRIO PARA IDENTIFICAR O PERFIL DOS COWORKERS E OS POSSÍVEIS GANHOS OBTIDOS APÓS INGRESSO NO AMBIENTE.

Serão coletadas informações com relação ao perfil do entrevistado, a fim de identificar os principais usuários que utilizam este tipo de ambiente e suas respectivas características.

1- Endereço de e-mail:

_____.

2- Qual sua faixa etária.

- 1. () 18 à 22
- 2. () 23 à 29
- 3. () 30 à 45
- 4. () 46 à 59
- 5. () 60 ou mais

3- Sexo do entrevistado.

- 1. () Masculino
- 2. () Feminino

4- Estado civil.

- 1. () Solteiro
- 2. () Casado
- 3. () Separado
- 4. () Viúvo
- 5. () Divorciado
- 6. () União Estável
- 7. () Outros

5- Qual valor estimado de sua renda individual mensal?

- 1. () Nenhuma renda
- 2. () Até um salário mínimo (R\$ 954,00)
- 3. () De 1 a 3 salários mínimos (R\$ 954,00 até R\$ 2.862,00)
- 4. () De 3 a 6 salários mínimos (R\$ 2.862,00 até R\$ 5.724,00)

- 5. () De 6 a 9 salários mínimos (R\$ 5.724,00 até R\$ 8.586,00)
- 6. () Mais de 9 salários (8.586,00)

6- Qual seu grau de escolaridade?

- 1. () Ensino Médio – Completo
- 2. () Ensino Médio – Incompleto
- 3. () Ensino Técnico
- 4. () Superior Incompleto
- 5. () Superior Completo
- 6. () Pós Graduado
- 7. () Mestrado
- 8. () Doutorado
- 9. () Outros: _____.

7- Descreva a atividade que exerce no coworking?

_____.

8- A quanto tempo faz uso do coworking?

- 1. () Menos de 1 ano.
- 2. () De 1 à 3 anos.
- 3. () De 3 à 5 anos.
- 4. () De 6 à 9 anos.
- 5. () Mais de 10 anos.

O COWORKER: ESPAÇO FÍSICO E PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS

Esta seção contém perguntas sobre a adaptação ao ambiente e atendimento das necessidades dos coworkers com relação a infraestrutura do espaço (salas de reuniões, escritórios compartilhados, salas de atendimento, banheiros, iluminação e etc.), serviços (receptionistas) e perspectivas dos usuários.

9- Na época de escolha do escritório, qual motivo predominante de sua escolha?

- 1. () Ambientes que passam formalidade e profissionalismo
- 2. () Custo do uso do espaço (salas compartilhadas, salas de reunião, atendimento ao cliente, etc.)
- 3. () Endereço comercial
- 4. () Escritório compartilhado
- 5. () Funcionamento 24 horas

6. () Networking
 7. () Salas privadas
 8. () Secretária bilíngue
 9. () Outro _____

10- Enumere seu grau de importância com relação ao custo do espaço compartilhado.

Considere: 1 - Nenhuma Importância; 2- Pouco Importante; 3- Indiferente; 4- Importante; 5- Muito Importante.

1. () Um- 1
 2. () Dois- 2
 3. () Três - 3
 4. () Quatro- 4
 5. () Cinco- 5

11- De uma forma geral, qual sua avaliação sobre a importância da infraestrutura do ambiente (sala de atendimento, reunião, etc.). Considere: 1 - Nenhuma Importância; 2- Pouco Importante; 3- Indiferente; 4- Importante; 5- Muito Importante.

1. () Um- 1
 2. () Dois- 2
 3. () Três - 3
 4. () Quatro- 4
 5. () Cinco- 5

12- De uma forma geral, como avalia a localização.

Considere: 1 - Nenhuma Importância; 2- Pouco Importante; 3- Indiferente; 4- Importante; 5- Muito Importante.

1. () Um- 1
 2. () Dois- 2
 3. () Três - 3
 4. () Quatro- 4
 5. () Cinco- 5

13- De uma forma geral, como você avalia o atendimento que o coworking oferece para você, seus clientes e parceiros?

Considere: 1 - Nenhuma Importância; 2- Pouco Importante; 3- Indiferente; 4- Importante; 5- Muito Importante.

1. () Um- 1
 2. () Dois- 2
 3. () Três - 3
 4. () Quatro- 4
 5. () Cinco- 5

14- Após ingresso no coworking, como você avalia seu grau de desempenho (resultados e metas superadas, aumento do número de clientes, parcerias).

Considere: 1 - Ruim; 2- Regular; 3 -Bom ; 4- Ótimo; 5- Excelente

1. () Um- 1
 2. () Dois- 2
 3. () Três - 3
 4. () Quatro- 4
 5. () Cinco- 5

15- De forma geral, qual o grau de importância dos recursos e serviços de escritório oferecidos pelo coworking (material de expediente, impressão/cópias, café/copa, limpeza e conservação, banheiro, etc.)?

Considere: 1 - Nenhuma Importância; 2- Pouco Importante; 3- Indiferente; 4- Importante; 5- Muito Importante.

1. () Um- 1
 2. () Dois- 2
 3. () Três - 3
 4. () Quatro- 4
 5. () Cinco- 5

COWORKER E O AMBIENTE DE TRABALHO

As perguntas a seguir estão a fim de verificar o que o usuário do ambiente de trabalho compartilhado espera do coworking e considera como vantagem para o sucesso profissional ou empresarial.

16- Como conheceu o coworking?

1. () Amigos
2. () Familiares
3. () Internet
4. () Rádio
5. () Redes sociais
6. () TV
7. () Jornal
8. () Outros: _____

17- Em sua análise, após a utilização do coworking, você acredita que houve expansão em seu número de clientes e/ou resultados.

1. () Sim
2. () Não
3. () Talvez

18- Dos itens a seguir, o que você julga como A PRINCIPAL vantagem do coworking?

1. () Aparência do ambiente para captar e cativar clientes
2. () Colaboração / Networking
3. () Custo
4. () Endereço comercial
5. () Infraestrutura e localização
6. () Material de escritório
7. () Sala de reuniões
8. () Recepcionista bilíngue
9. () Segurança
10. () Outros: _____

19- Você considera o coworking como importante elemento para seu o trabalho?

1. () Sim
2. () Não
3. () Talvez

20- Como você se relaciona com as pessoas que compartilham o espaço com você?

1. () Compartilhando ideias
2. () Compartilhando informações do dia a dia
3. () Feedbacks

4. () Não gosto de me relacionar
5. () Trocando informações sobre as áreas distintas
6. () Outros: _____

21- Quais impactos obteve após ingresso no coworking?

1. () Aumento do conhecimento sobre alguma área específica
2. () Aumento da criatividade
3. () Aumento do número de clientes
4. () Expansão da rede de contatos
5. () Melhores resultados
6. () Outros: _____

22- O que você acredita que o coworking tem como missão para os usuários?

1. () Aumento do conhecimento
2. () Colaboração
3. () Garantir custo conveniente para uso do espaço.
4. () Networking
5. () Outros: _____

23- Marque os principais pontos positivos em relação ao uso do coworking (questão com até de três opções de resposta).

1. () Contratação de endereço comercial.
2. () Contratação de endereço fiscal.
3. () Custo.
4. () Eventos, palestras, rodadas de discussões, workshops.
5. () Flexibilidade de horário.
6. () Rede de contatos com profissionais de diversas áreas, promovendo troca de experiências e futuras parcerias.
7. () Salas privativas.
8. () Salas com mesas compartilhadas.
9. () Segurança.
10. () Outros: _____

24- Em sua opinião, de uma forma geral qual o ponto fraco em relação ao uso coworking?

1. () Dificuldades no compartilhamento do espaço
2. () Falta de comparecimento.
3. () Motivação reduzida por não ser exclusivo.
4. () Pouca privacidade.
5. () Projetos expostos.
6. () Outros: _____

25- Encontrou alguma dificuldade de adaptação ao coworking?

1. () Sim.
2. () Não.

26- Quais foram as principais dificuldades de adaptação ao coworking? Se não houve dificuldade, assinale a opção de que não houve dificuldade.

1. () Baixa qualidade nos recursos de escritório.
2. () Custo para se manter no coworking desfavoráveis.

3. () Dificuldade em se aproximar das pessoas.

4. () Limitações de uso das salas de atendimento ao cliente, reuniões e/ou auditórios.

5. () Nível de produtividade reduzido devido a outras pessoas estarem utilizando o mesmo ambiente que você.

6. () Problemas com internet

7. () Não houve dificuldades

8. () Outros: _____

27- Qual a sua frequência no coworking?

1. () Até 4 horas mensais
2. () De 5 à 8 horas mensais.
3. () De 9 à 12 horas mensais.
4. () De 13 à 16 horas mensais.
5. () Mais de 17 horas mensais.

28- Você recomenda o uso do coworking para os seus amigos?

1. () Sim
2. () Não.
3. () Talvez.