

COWORKING: COMPARTILHANDO MAIS QUE ESPAÇOS?

COWORKING: SHARING MORE THAN SPACES?

Caroline Santos de Cisne¹; Paula Hidemi Kaneoya Arasaki²; Neri Dos Santos³;

¹ Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) – Florianópolis - SC – Brasil
cs.cisne@gmail.com

² Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) – Florianópolis - SC – Brasil
phkaneoya@gmail.com

³ Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) – Florianópolis - SC – Brasil
neri.s@uninter.com / neri@egc.ufsc.br

Resumo

Espaços de coworking estão cada vez mais comuns nas cidades brasileiras. Profissionais autônomos, startups e pequenos negócios que estão iniciando buscam esses locais como alternativa ao home-office, visando interação e manutenção de networking com outros profissionais. Estudar e compreender esses espaços é de suma importância para entender como esses negócios se desenvolvem nos ambientes proporcionados pelo coworking. O presente estudo visa compreender se há colaboração e compartilhamento de conhecimentos nesses ambientes e se isso impacta no desenvolvimento dos que estão inseridos nesses espaços. Para isso, foi realizada uma revisão de literatura e entrevistas com envolvidos em um espaço de coworking em Florianópolis (SC). A pesquisa tem uma abordagem qualitativa e exploratória, quanto ao seu objetivo, bibliográfica e de estudo de caso, quanto aos procedimentos técnicos. A percepção obtida contribuiu para o conhecimento dos ambientes de coworking, compreendendo a relação entre a colaboração e o compartilhamento com o desenvolvimento de empresas, além de ter possibilitado uma análise macro do espaço de coworking como ambiente propulsor de negócios inovadores.

Palavras-chave: *coworking; colaboração; compartilhamento; desenvolvimento de negócios.*

1. Introdução

Cada vez mais, empresas se atentam para o capital intelectual de seus colaboradores. Visando se aproveitar disso para gerar resultados efetivos, elas se atentam para práticas de gestão do conhecimento, com o objetivo de explorar a capacidade intelectual de seu efetivo e tornar a empresa mais competitiva.

As práticas são as mais diversas. Englobam desde repositórios, melhores práticas, até iniciativas que proporcionam interação entre os indivíduos, como o cafezinho. A organização do trabalho tem se alterado, inclusive na arquitetura da empresa, em que é possível verificar uma

tendência a amplos espaços abertos, e sem hierarquização explícita na forma física, como a sala da diretoria.

Esses espaços amplos e iniciativas visam promover a interação entre as pessoas, para que haja confiança e compartilhamento de conhecimentos. A partir do compartilhamento, é possível desenvolver uma organização mais inteligente, colaborativa e até mesmo competitiva. Isto pois, o aprendizado será cada vez maior, as mudanças poderão ser feitas de forma mais rápida, há redução de erros e maximização de acertos, por meio de lições aprendidas e melhores práticas registradas e compartilhadas.

A gestão do conhecimento é possível para organizações de todos os portes, inclusive as pequenas. *Startups*¹, pequenos negócios e profissionais autônomos têm buscado nos espaços de *coworking* um pouco de interação e compartilhamento do conhecimento. Esses espaços se vendem como sendo uma alternativa ao *home-office* (que, segundo eles, torna os profissionais isolados) e contribui para o desenvolvimento pessoal e profissional, devido às interações e compartilhamento de conhecimentos com outras empresas. No entanto, tratam-se de empresas ou profissionais que possuem um objetivo, um negócio e uma estratégia.

Assim sendo, podem-se formular algumas questões a serem pesquisadas:

Será que há, de fato, compartilhamento de conhecimentos nesses espaços de coworking?

Será que há colaboração em meio à competitividade dos negócios?

Em havendo, será que esta colaboração contribui para o desenvolvimento dessas empresas?

A partir destas questões de pesquisa, o estudo realizado teve como objetivo compreender se o *coworking* gera colaboração entre negócios e se impacta nos resultados das empresas envolvidas nesses ambientes.

2. Coworking

O *coworking* se refere ao trabalho em espaços de escritórios compartilhados, que utilizam a economia de escala para prover aos inquilinos (*coworkers*), acesso a amenidades e facilidades, que se não fosse por esta modalidade de negócio, eles não teriam condições de sustentar (SURMAN, [s.d.]). Trata-se de uma modalidade viável a pequenos negócios e *startups*, pela questão do custo, e uma alternativa ao *home-office*, visando a produtividade e o *networking* profissional.

Essa modalidade de negócio é uma tendência, assim como o compartilhamento em si, conforme estudo publicado na *Alternatives Journal* (2014). No estudo, verifica-se que há uma economia de compartilhamento, no qual se encontram iniciativas compartilhadas nas mais diversas áreas. Desde finanças, como o *crowdfunding* (financiamento coletivo), passando por alimentação,

¹ De acordo com a Associação Brasileira de Startups, a definição de Startups é a seguinte: “Uma empresa de base tecnológica, com um modelo de negócios repetível e escalável, que possui elementos de inovação e trabalha em condições de extrema incerteza”.

com jardins compartilhados, até os espaços de trabalho, ou seja, os *coworkings*. Segundo o estudo, o *coworking* se refere aos funcionários de diferentes empresas e organizações (geralmente startups e organizações sem fins lucrativos, ou mesmo *freelancers*) que compartilham desde uma sala, ou uma mesa até um serviço completo de escritório.

Com relação à economia de compartilhamento, do qual o *coworking* faz parte, foi escrito um artigo que aborda o assunto. Segundo Tomalty (2014), o *coworking* compartilha não somente espaços de trabalho, mas as habilidades e expertises dos diferentes profissionais que trabalham nesse ambiente.

Surman (s.d., p. 190) apresenta uma teoria da mudança do Centro para Inovação Social, que está relacionada aos *coworkings*:

Figura 1 – Teoria de mudança do centro para inovação social



Fonte: Surman (s.d., p. 190)

A figura 1 está baseada em três conceitos:

- a) **Espaço:** é a base para que tudo aconteça. Segundo o artigo, há uma estrutura desenhada para promover a conexão e comunicação entre as pessoas, de tal forma que incentive o aumento de oportunidades para colaboração e conversas entre *coworkers*;
- b) **Comunidade:** se desenvolve conforme as pessoas ocupam o espaço e formam relacionamentos. Para que isso aconteça, o Centro para Inovação Social contrata um animador de comunidade, que basicamente será o líder, o responsável por incorporar elementos relativos a processos, construção de relacionamentos, recepção e compartilhamento de conhecimentos e habilidades;
- c) **Inovação:** emerge das conexões que as pessoas formam no espaço e na comunidade.

Os conceitos apresentados estão relacionados com o *coworking*, de tal forma que é possível analisar os elementos que contribuem para o sucesso de uma iniciativa de trabalho compartilhado. Spinuzzi (2012) realizou um estudo a respeito de espaços de *coworking* no Texas, Estados Unidos

da América. O objetivo do estudo foi compreender um pouco desse universo, a partir da verificação dos serviços oferecidos, até a identificação do papel de cada ator presente nesse ambiente. Foi avaliada a percepção dos *coworkers* sob diversos aspectos, como a colaboração, a interação e a confiança.

Neste contexto, verifica-se que o *coworking* é tendência em relação ao modo como o trabalho será feito, pois estudos relativos à Geração Y apresentam que muitos não se adequam aos moldes tradicionais, o que irá resultar em uma geração de empreendedores. Diversas iniciativas de pequeno porte que irão buscar, e que têm buscado, os *coworkings* como ambiente de instalação de *startups* e pequenas empresas inovadoras. Estudar e compreender esses espaços é de suma importância para entender como esses negócios se desenvolvem nos ambientes proporcionados pelo *coworking*. Se o discurso das empresas que comercializam escritórios compartilhados como alternativa ao *home-office* há fundamento no que tange ao *networking* e impactos reais em empresas que atuam nesse ambiente.

2.1 Gestão do conhecimento

Quando nos referimos ao *coworking* como ambiente para compartilhamento de habilidades e expertises, estamos também nos referimos ao know-how, à experiência, ou ainda, ao conhecimento tácito. Os autores Nonaka e Takeuchi (1997), afirmam que o conhecimento tácito diz respeito à experiência do indivíduo, ou seja, fatores intangíveis, como valores, emoções, habilidades, entre outros. O conhecimento, para ser compartilhado, precisa ser explicitado por meio de palavras e números que sejam compreendidos pelos indivíduos. Quando pensamos em organização, este é um ativo de suma importância. Já o conhecimento explícito é registrado em formato físico, sendo de fácil compartilhamento, a exemplo de um manual. Ele é pode ser transmitido de maneira formal, sendo apenas a “ponta de um *iceberg*” em relação ao conhecimento tácito.

É visto que há dificuldade para a explicitação do conhecimento tácito em explícito, e que há uma série de fatores relacionados que contribuem para isso devido a complexidade deste processo, visto que se trata do conhecimento humano. A confiança é um dos fatores, conforme abordado por Almeida, Freitas e Souza (2011). Neste contexto, Davenport e Prusak (1999) apresentam barreiras, ou atritos, que impedem ou retardam a transferência de conhecimentos, sendo a falta de confiança mútua, as diferentes culturas, vocabulários e quadros de referências algumas delas.

Relativo à criação de conhecimentos, que está relacionada à questão da conversão do conhecimento – de Nonaka e Takeuchi – está o conceito do filósofo japonês Kitaro Nishida. De acordo com os autores (2008, p. 100), Nishida definiu o “*ba*” como “contexto compartilhado em movimento, no qual o conhecimento é compartilhado, criado e utilizado”. Trata-se de um ambiente

que promove a interação entre os indivíduos, a partir de compartilhamentos, criação e uso de conhecimentos.

Nesta perspectiva, verifica-se que o modelo de negócio do *coworking* se trata de um local que proporciona ambiente favorável ao compartilhamento de conhecimentos e experiências. A partir da colaboração entre profissionais e negócios, as empresas se desenvolvem de forma sustentável e se tornam mais competitivas ante aos concorrentes, pois a expertise presente nos produtos e serviços é coletiva. Reúne o olhar e resultados de experiências e conhecimentos de profissionais qualificados e inovadores.

3. Procedimentos metodológicos

A pesquisa tem uma abordagem qualitativa e exploratória, quanto ao seu objetivo, bibliográfica e de estudo de caso, quanto aos procedimentos técnicos.

3.1 Levantamento bibliográfico

Para o levantamento de materiais publicados sobre o assunto, foram realizadas buscas no Portal Capes, pois ali constam milhares de periódicos nacionais e internacionais e bases de dados que reúnem desde trabalhos acadêmicos até normas técnicas e patentes. Optou-se por ela, por se tratar de uma fonte de grande abrangência.

Os norteadores da busca foram os termos e a data de publicação. O limite temporal determinado foi dos últimos cinco anos, os tipos de materiais selecionados foram artigos, o idioma escolhido foi o inglês e os termos buscados foram:

- *coworking inova**: para buscar materiais em inglês e em português, relacionados ao *coworking* e à inovação;
- *coworking collabora**: para buscar materiais em inglês relacionados ao *coworking* e à colaboração;
- *coworking business*: para encontrar materiais relacionados ao *coworking* e aos negócios.

Foram encontrados:

Quadro 1 – Resultado dos termos de busca pesquisados

TERMO	RESULTADOS	
	Recuperados	Resultados válidos (documento, idioma, escopo, acesso)
<i>coworking inova*</i>	21 resultados	3 resultados
<i>coworking collabora*</i>	29 resultados	5 resultados
<i>coworking business</i>	8 resultados	2 resultados

Documento: optou-se por artigos somente		
Idioma: inglês		
Escopo: relativo a espaços de coworking, ou colaboração e coworking, voltados a negócios.		
Acesso: documento acessível na íntegra		

Fonte: Autoria própria (2014)

Apesar de constar no Portal Capes, foi feita uma busca na base de dados Scopus, pelo termo “*coworking*”, com o limite temporal dos últimos cinco anos. Foram obtidos 10 resultados, sendo que 2 deles possuem relação com o tema deste estudo, porém somente os abstracts estão disponíveis.

3.2 Entrevistas

O estudo envolveu a entrevista a personagens de um espaço de *coworking*. Para isso, realizou-se um levantamento de *coworkings* existentes em Florianópolis (SC). Caracterizados como ambientes que abrigam startups, ou seja, pequenos negócios inovadores, a escolha da cidade para o estudo tem relação com a meta da localidade de se tornar a capital da inovação.

Florianópolis almeja ser a capital da inovação e já é um polo tecnológico reconhecido. Na capital catarinense, são mais de 600 empresas de tecnologia da informação e comunicação, representando um faturamento superior a R\$1 bilhão, o que gera mais de 6 mil empregos diretos. Nos cinco polos de tecnologia em Santa Catarina (Florianópolis, Blumenau, Chapecó, Criciúma e Joinville) são mais de 1.800 empresas e faturamento superior a R\$2,5 bilhões e mais de 20 mil empregos diretos (FEDERAÇÃO, 2013).

Espaços de *coworking* ainda são poucos na capital de Santa Catarina, sendo apenas quatro os principais. Situados em diferentes bairros, cada um possui suas características. Optou-se pelo espaço de *coworking* que possui perfil voltado à tecnologia, pela questão de ter relação com a capital, no que tange à inovação e por se tratar de um polo tecnológico.

Foram entrevistados seis indivíduos, o que representa 30% da população que frequenta esse ambiente. No caso, a entrevista foi realizada com um gestor, um assistente e quatro empreendedores que optaram por instalar seus negócios nesse espaço de *coworking*.

As entrevistas tiveram como base um roteiro pré-estabelecido com cerca de dez perguntas cada. Elas foram gravadas e transcritas e aconteceram em duas sessões pré-agendadas e intermediadas pelo gestor e assistente.

4. Análise dos resultados

A partir das entrevistas realizadas, foi feita uma análise e categorização das falas dos entrevistados. A percepção obtida contribui para o conhecimento desses ambientes, compreensão da relação entre a colaboração e o compartilhamento com o desenvolvimento de empresas, além de possibilitar uma análise macro do espaço de *coworking* como ambiente propulsor de negócios inovadores.

4.1 Perfil do espaço e dos *coworkers*

Os sócios do espaço de *coworking* são da área de engenharia e de ciências da computação. Ambos possuem atuação na iniciativa privada, sendo que o sócio entrevistado também possui mestrado e foi doutorando em engenharia e gestão do conhecimento na Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Com interesse em empreendedorismo, investimentos e tecnologia, esse espaço de *coworking* vai ao encontro do perfil de seus sócios ao promover iniciativas relativas a esses temas, atraindo e congregando negócios dessa área.

A vasta experiência profissional e a rede de relacionamentos dos empresários são exploradas nesse espaço de *coworking*, que promove eventos internos e externos, visando orientar os pequenos negócios e empreendedores que estão instalados em suas estruturas.

Dos quatro empreendedores entrevistados, apenas um não possuía conhecimentos e atuação na parte de tecnologia. No entanto, todos os negócios são dessa área, relacionados ao desenvolvimento de aplicativos e sites. São mais de 10 iniciativas que atuam no *coworking*, sendo que existem negócios de marketing digital e até mesmo de direito. Já passaram por ali empreendimentos de *coaching*, designers, psicólogos e profissionais de outras áreas.

O espaço de *coworking* foi implantado em 2012 e os empreendedores entrevistados que estão há mais tempo, tem um ano. As razões pela busca e instalação neste ambiente foram diversas:

Quadro 2 – Razões pela busca e instalação em espaços de *coworking*

OCORRÊNCIA	FATOR
100%	Localização
75%	Produtividade
50%	Custo
50%	<i>Networking</i>
50%	Necessidade de espaço para reunir sócios
50%	Desburocratização, flexibilidade
25%	Perfil do <i>coworking</i> (tecnologia)

Fonte: Pesquisa de campo (2014)

Esses fatores que contribuíram pela escolha desse espaço de *coworking* vão ao encontro do discurso do gestor, que afirma que o diferencial é a localização e a rede de relacionamentos, que possibilita a aproximação com outros players do segmento tecnológico.

Verifica-se que a localização foi fator de extrema importância, porém não único, para a escolha desse *coworking*. Além de estar em localização central, de fácil acesso aos terminais urbanos e comércios, o *coworking* é uma boa opção aos profissionais e empresários que moram em bairros situados no continente e região Sul de Florianópolis. Isto pois, um outro está situado em área próxima, porém que possui características de *coworking* diferenciado dos demais, e os outros espaços estão próximos das universidades, o que dificulta o acesso para moradores de determinados bairros.

75% dos empreendedores entrevistados buscaram o *coworking* como alternativa ao home-office, visando aumentar a produtividade em seu negócio. 50% deles revelaram que a opção por esse espaço se deu por causa do interesse no networking proporcionado por esses ambientes. Um dos entrevistados comentou que a razão inicial principal era a produtividade, porém que foi percebido que o fator mais importante de seu negócio estar presente é devido ao *networking*.

50% dos empreendedores entrevistados comentaram que a flexibilidade possibilitada pelo *coworking*, na questão de estipular contratos mensais e não anuais, é um dos fatores que contribuem para a escolha desses espaços. Outra razão levantada foi a de que o processo não é burocratizado, ao contrário de outras opções, como as incubadoras.

4.2 Espaço de *coworking*: características e iniciativas

O espaço de *coworking* do estudo conta com estrutura tradicional das encontradas nesses ambientes, como salas de reuniões, amplo local para as estações de trabalho (que são móveis), copa, rede, internet e outros. Devido ao perfil tecnológico, o gestor optou por contratar duas empresas diferentes de internet, para evitar problemas com esse serviço.

Com o objetivo de promover a interação entre os empreendedores das diferentes empresas, o *coworking* promove diversos eventos internos e externos. Os voltados aos *coworkers* tratam-se de comemorações de aniversário, *happy hours* e confraternizações de uma forma geral, visando gerar aproximação entre os empreendedores e potencializando a interação e o compartilhamento de conhecimentos e experiências. Essas iniciativas vão ao encontro com o conceito de “ba”, do filósofo japonês Kitaro Nishida, que consiste em um ambiente que possibilita a interação entre as pessoas e, consequentemente, à criação do conhecimento (NONAKA; KONNO, 1998), e também de Davenport e Prusak (1999), que comentam sobre a importância das conversas de bebedouro. Apesar de se tratar de eventos em momentos descontraídos, estudos revelam que o assunto comum nessas conversas é o trabalho. Ou seja, são interações que podem contribuir para o desenvolvimento das

empresas, o que de fato acontece, conforme o depoimento de um dos entrevistados. Uma das confraternizações foi o *start* de uma relação que originou a troca de informações que possibilitaram a geração de negócios e parcerias.

Os eventos internos contribuem para a interação entre os *coworkers*, que passam a se sentir mais à vontade para tirar dúvidas técnicas, e pedir opiniões para os outros colaboradores. Já os eventos abertos ao público externo contribuem para ampliar a rede de relacionamentos dos *coworkers*, possibilitando conhecer experiências bem sucedidas, fazer contatos, conhecer sobre determinados assuntos e gerar negócios. Um dos empreendedores entrevistados comentou que conhecer essas histórias de sucesso é uma motivação para continuar trabalhando em seu negócio.

4.3 Vantagens e desvantagens do *coworking*

Foram apresentadas as seguintes vantagens e desvantagens em relação ao *coworking* como espaço de trabalho e desenvolvimento de *startups* e pequenos negócios:

Quadro 3 – Vantagens e desvantagens do *coworking* como espaço de trabalho

VANTAGENS	DESVANTAGENS
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Proporciona resolução de problemas técnicos de forma conjunta; ✓ Proporciona a geração de negócios e parcerias; ✓ Alternativa ao home-office, que gera isolamento profissional; ✓ Bom custo-benefício, ao aliar preço justo a boa infraestrutura; ✓ Possibilita a interação entre profissionais e parceiros, inclusive compartilhamento de conhecimentos e experiências; ✓ Representa compromisso em horário de trabalho, ou seja, não precisa ficar o dia inteiro em função das atividades, o que acontece no home-office; ✓ Despreocupação com questões estruturais e administrativas, como o pagamento de aluguel, manutenção do ambiente etc..; ✓ Possibilita o empresário focar no negócio, no que realmente importa; ✓ Possibilita ter estrutura robusta, que não teria caso locasse uma sala por conta própria. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Falta área privativa para guardar ferramentas e equipamentos de trabalho; ✓ Falta de privacidade para empresas que necessitam disso; ✓ Contribui para momentos de dispersão; ✓ Ampliação de equipe representa locar sala própria e sair do <i>coworking</i>, pela questão de custos; ✓ Preconceito com negócios situados em <i>coworkings</i>, representando sinal de que não é uma empresa boa o suficiente (visão de empreendedores tradicionais e percepção revelada de um dos entrevistados); ✓ Possibilita desconforto quanto à discussão de assuntos sigilosos em sua estrutura.

Fonte: Pesquisa de campo (2014)

Verificou-se que a interação entre profissionais e empresas, gerando ideias, troca de experiências e parcerias é uma das vantagens levantadas. Vale ressaltar que esse aspecto está relacionado com a compatibilização dos perfis do pequeno negócio com a do espaço de *coworking*. Isto pois, a partir do perfil do *coworking*, empresas que se identifiquem com ele irão se instalar nesse ambiente e, desta forma, possibilitar uma comunicação e interação válida para os negócios da

área, no caso, tecnológica. De acordo com um dos entrevistados, os espaços de *coworking* se diferenciam no que tange ao perfil de seus gestores.

Questionados sobre a hipotética possibilidade de fechamento desse espaço de *coworking* e, então, a busca por novo local para instalação do negócio, os empreendedores entrevistados revelaram ser um outro espaço de *coworking*. A possibilidade de incubadora foi avaliada, porém para que isso aconteça, o negócio tem de estar bem amadurecido, segundo um dos empreendedores.

Apesar de conhecido como espaço profissional de trabalho de pequenos negócios e *startups*, os *coworkings* devem ser divulgados, com o objetivo de dar visibilidade a esses ambientes e a sociedade, de uma forma geral, reconhecer os empreendimentos que atuam nesses locais. Isto pois, conforme o depoimento de um dos entrevistados, empresas tradicionais têm o preconceito com os que estão situados em *coworkings*, passando imagem de amadorismo e incapacidade nos negócios.

A imagem desses espaços deve ser trabalhada, de tal forma a consolidar os *coworkings* como ambientes de negócios inovadores, que reúnem *startups* e pequenas empresas com alto potencial de sucesso.

4.4 Cultura do *coworking*

Aos negócios que consideram o *coworking* como possível espaço para atuação de sua empresa, os profissionais que gerenciam esse empreendimento apresentam sobre o funcionamento desse local. De acordo com o gestor, há uma seleção natural, em que serão instalados negócios que estão de acordo com a cultura do compartilhamento e de colaboração.

Foi possível verificar diferenças no comportamento entre os que estão há menos de seis meses e os que estão há um ano neste *coworking*. Esteve na fala dos que estão há mais tempo, comentários que representavam o senso de pertencimento ao *coworking*, como se o local fosse uma empresa que abrigasse várias outras, devido à colaboração entre os negócios, a orientação e contribuição no desenvolvimento das *startups* e pequenos negócios que estão inseridos neste ambiente. Essa é uma fala também do gestor.

Os empreendedores entrevistados que estão há menos tempo, têm observado contribuições das colaborações e compartilhamento de conhecimentos e experiências que acontecem entre os profissionais, no entanto, a percepção foi de que o engajamento pode ser maior em prol da cultura do *coworking*, ao comparar com os mais antigos. Portanto, presume-se que seja uma questão de tempo para que a colaboração fique arraigada no cotidiano dos empreendedores e eles de fato colham resultados concretos disso.

Essa diferença do comportamento, também, pode ser observada no nível de complexidade do fator motivador da interação. Por exemplo, há o compartilhamento de experiências, informações como indicações de fornecedores e clientes, e também conhecimento, a partir do auxílio à solução

de problemas técnicos e opiniões acerca de funcionalidades dos produtos e serviços, por exemplo. Verificou-se que os motivadores de interação, por assim dizer, dos que estão há menos de seis meses no *coworking* se tratam de problemas mais pontuais, de baixa complexidade, como o auxílio a uma revisão ou indicação de fornecedor. No entanto, os que têm mais tempo de casa interagem no nível de solicitar contribuições e opiniões acerca do seu negócio. Após ponderação, elas são acatadas ou não, e toda essa colaboração dos *coworkers* contribui para a melhoria do entregável da organização, de forma a impactar no desenvolvimento do negócio.

As diferenças de comportamento relacionadas com o tempo de ‘casa’, têm relação também com o sentimento de confiança dos empreendedores em relação aos outros agentes que trabalham no espaço de *coworking*. Isso pode ser observado nas organizações, de uma forma geral, no qual Almeida, Freitas e Souza (2011) afirmam que para que haja compartilhamento de conhecimentos, deve haver uma relação de confiança. No âmbito de empresas, os autores afirmam que o temor pela demissão e a não confiança na organização torna o estabelecimento de uma cultura de compartilhamento dificultada. “A confiança está entre as mais importantes e necessárias condições para tornar o conhecimento transparente, partilhar, distribuir e utilizar novos conhecimentos” (ALMEIDA, Mário de Souza; FREITAS, Claudia Regina; SOUZA, Irineu Manoel de, 2011, p. 82).

Um dos entrevistados comentou que essa diversidade de opiniões é de extremo valor, pois se não fosse pela inserção em um espaço de *coworking*, isso só seria possível com uma equipe de trabalho maior. E essas contribuições da interação e colaboração entre os negócios é algo que está alinhado ao discurso do espaço de *coworking*, pois pôde ser verificado, tanto no discurso do assistente quanto do gestor desse empreendimento.

O gestor possui papel fundamental nesse ambiente colaborativo e repleto de conhecimentos. O líder nas organizações do conhecimento passa a assumir o papel de projetista, regente e professor (ALMEIDA, Mário de Souza; FREITAS, Claudia Regina; SOUZA, Irineu Manoel de, 2011, p. 29):

Como projetista ele desenha as ideias básicas e valores da organização; como professor, ajuda os colaboradores a adquirirem visões precisas e ricas, enxergando oportunidades de ação com base em técnicas de explicitação de seus modelos mentais; como regente, o líder deve transmitir entusiasmo que, aliado ao seu próprio conhecimento, leva os colaboradores a alcançar a missão organizacional.

No espaço de *coworking*, é possível identificar essa atuação do gestor como líder de uma organização de conhecimentos. Isto pois, a cultura e o modelo mental é pensado em prol da gestão do conhecimento, sendo as iniciativas promovidas pelo espaço ao encontro desse objetivo. O papel de professor é enxergado na medida em que o gestor expõe suas experiências, orienta sobre o mercado, empreendedorismo e investimentos, sendo como um mentor ou facilitador para os *coworkers*. Como regente, são percebidas ações relativas à criação de condições e remoção de obstáculos aos pequenos negócios e startups. Isso pode ser observado por meio da promoção de

eventos internos e externos também, que visam promover o *networking* entre os profissionais presentes, por exemplo.

Além da colaboração no nível técnico, os pequenos negócios e *startups* interagem no nível das indicações de clientes e parcerias, o que potencializa a geração de negócios para as empresas. Um dos entrevistados que está há menos de seis meses comentou que o ideal para esse espaço de *coworking* é criar um ecossistema, no qual as empresas trabalham de forma conjunta em prol do crescimento coletivo.

Essa questão da colaboração e competitividade ao mesmo tempo é possível, pois verifica-se que isso já acontece neste *coworking*. São empresas do mesmo segmento, em áreas de atuação similares, porém que colaboram entre si, firmam parcerias e crescem juntas. Essa questão pode ser relacionada com a de ecossistema empreendedor inovador, no qual Adner (apud FIATES, 2014, p. 71) conceitua como sendo:

[...] um arranjo colaborativo no qual empresas combinam suas ações e estratégias inovadoras de forma coerente visando reduzir custos, promover um crescimento sustentável e permitindo às empresas gerar e captar valor que não conseguiriam se atuassem isoladamente.

Nesta perspectiva, relaciona-se o ambiente de *coworking* com um ecossistema inovador, pois considera a concordância das ações de diversas empresas, visando um crescimento sustentável. Já existem indícios, no entanto, a partir do momento que o ambiente e seus *coworkers* estiveram mais amadurecidos no aspecto da colaboração e desenvolvimento coletivo, será possível atender a demandas maiores de forma conjunta, indo ao encontro do conceito apresentado.

5. Considerações finais

O estudo teve como objetivo compreender se há colaboração entre os negócios situados em um *coworking* e, no caso de houver, se isso impacta no desenvolvimento dessas organizações. O estudo conclui que há colaboração em meio à competitividade desses pequenos negócios e *startups*, bem como o compartilhamento de conhecimentos e experiências que geram impacto direto sob o desenvolvimento dessas empresas. Isto pois, são contribuições que visam a melhoria dos produtos e serviços oferecidos, o que torna as empresas mais competitivas.

Entre os propósitos do estudo, está o de contribuir para que os espaços de *coworking* tenham mais visibilidade e que a importância deles seja cada vez mais reconhecida pelos ambientes de negócios. Isto pois, são ambientes que viabilizam o início de pequenos negócios e *startups*, e acompanham o desenvolvimento das mesmas, tendo um papel social na promoção do empreendedorismo no País.

Schumpeter (1982), define o perfil do empreendedor: “mais conhecido como aquele que cria novos negócios, mas pode também inovar dentro de negócios existentes”. Dessa forma, o empreendedorismo pode acontecer nos espaços de *coworking*, a partir daqueles que possuem o interesse em inovar aperfeiçoando ou criando novos negócios.

Para se tornar a capital brasileira da inovação, a prefeitura de Florianópolis deve atentar para esses ambientes e verificar que tipo de empresas e negócios se desenvolvem nesses espaços de *coworking*. De acordo com Curtis Carlson e William Wilmot (2006) a inovação pode ser entendida como a arte de criar e entregar valor ao cliente, num determinado mercado, segundo um modelo de negócio competitivo para a organização que gerou esse valor. Por isso, a partir de estímulos, incentivos e iniciativas promovidas pela municipalidade, as empresas que compõem o polo tecnológico – e inclusive as de pequeno porte – podem se desenvolver de forma colaborativa, para aumentar as suas capacidades de inovação e de competitividade.

Abstract

Coworking spaces are increasingly common in cities. Independent professionals, startups and small businesses that are starting seek these places as an alternative to home-office, seeking interaction and networking with other professionals. Study and understand these spaces is very important to understand how these businesses develop in environments provided by coworking. This study aims to understand if there is collaboration and knowledge sharing in these environments and the impacts on the development of which are inserted in coworking spaces. For this, a literature review and interviews with individuals involved in a coworking space in Florianópolis (SC) was performed. The research has a qualitative and exploratory approach, as its goal, literature and case study on the technical procedures. The perception obtained contributed to the knowledge of coworking environments, by understanding the relation between collaboration and knowledge sharing with business development, besides the possibility of a macro analysis of coworking spaces as an environment of innovative business.

Key-words: coworking; collaboration; sharing; business development.

Referências

ALMEIDA, Mário de Souza; FREITAS, Claudia Regina; SOUZA, Irineu Manoel de. **Gestão do conhecimento para tomada de decisão**. São Paulo: Atlas, 2011.

CARLSON, Curtis R.; WILMONT, William W. **Innovation: the five disciplines for creating what customers want**. Crow Business: New York, 2006.

DAVENPORT, Thomas H.; PRUSAK, Laurence. **Conhecimento empresarial**. Rio de Janeiro: Campus; São Paulo: Publifolha, 1999.

FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS CATARINENSES. **Santa Catarina em dados**. [Florianópolis], 2013. Disponível em: <http://www2.fiescnet.com.br/web/pt/site_topo/pei/produtos/show/id/46>. Acesso em: 16 dez. 2014.

FIATES, José Eduardo Azeredo. **Influência dos ecossistemas de empreendedorismo inovador na indústria de venture capital: estratégias de apoio às empresas inovadoras**. 2014. 326 f. Tese (Doutorado em

Engenharia e Gestão do Conhecimento) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2014. Disponível em: <<http://btd.egc.ufsc.br/wp-content/uploads/2014/07/Jose-Eduardo-Azevedo-Fiates.pdf>>. Acesso em: 16 dez. 2014.

MCDONALD, Laura. Share now: your how-to guide to getting more and wasting less. **Alternatives Journal**, v. 40, n. 2, 2014. Disponível em: <<http://goo.gl/BWHrOQ>>. Acesso em: 18 dez. 2014.

NONAKA, Ikujiro; KONNO, Noboru. **The concept of Ba**: building a foundation for knowledge creation. *California Management Review*, v.40, n.3. p. 40-54, 1998.

NONAKA, Ikujiro; TAKEUCHI, Hirotaka. **Gestão do conhecimento**. Porto Alegre: Bookman, 2008.
crossref

SCHUMPETER, A Joseph. **Teoria do desenvolvimento econômico**. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

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 dez. 2014.

SURMAN, Tonya. Building social entrepreneurship through the power of coworking. **Innovations**, v. 8, n. ¾, [s.d.]. Disponível em: <<http://goo.gl/6QaHP6>>. Acesso em: 17 dez. 2014.

TOMALTY, Ray. Ours is better than yours. **Alternatives Journal**, v. 40, n. 2, 2014. Disponível em: <<http://goo.gl/2v3xiA>>. Acesso em: 18 dez. 2014.

Dados dos autores

Nome completo: **Caroline Santos de Cisne**

Filiação institucional: Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)

Departamento: Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento na Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)

Função ou cargo ocupado: Professora Substituta na Universidade Federal de Santa Catarina

Endereço completo para correspondência: Rua Almerinda Francisco dos Santos, n. 19, ap. 31, bl. 9 – CEP 88113-483 São José/SC

Fone: 48 8425 4446

e-mail: cs.cisne@gmail.com

Nome completo: **Paula Hidemi Kaneoya Arasaki**

Filiação institucional: Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)

Departamento: Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento na Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)

Função ou cargo ocupado: Analista de Infomação na empresa Knowtec LTDA

Endereço completo para correspondência: Rua Rafael Bandeira, 265 – apto 304 – Centro – Florianópolis/SC – CEP: 88015-450

Fone: (48) 8444-8805

e-mail: phkaneoya@gmail.com

Nome completo: **Neri Dos Santos**

Dr. Ing. Pós-doutorado em Ingenierie Cognitive pela École Polytechnique de Montréal Canadá

Pró-Reitor de Pós-Graduação, Pesquisa e Extensão - Centro Universitário Internacional -

UNINTER - Campus DIVINA

Filiação institucional: Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)

Departamento: Departamento de Engenharia do Conhecimento da Universidade Federal de Santa

Catarina - Bairro Trindade - Florianópolis - SC - Brasil

Função ou cargo ocupado: Professor Sênior

Endereço completo para correspondência: Rua do Rosário, 147 - 80020-010 Centro - Curitiba PR

Fone: +55 41 21024995 / +55 48 37217117

e-mail: neri.s@uninter.com / neri@egc.ufsc.br

Submetido em: 08-04-2015

Aceito em: 27-08-2015