

UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DE PERNAMBUCO  
BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO  
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

JADSON FREIRE DA SILVA

**COWORKINGS SOCIAIS COMO APOIO AO  
EMPREENDEDORISMO: PROPOSIÇÃO DE  
DEFINIÇÃO DO CONSTRUTO E ABORDAGEM DE  
INVESTIGAÇÃO**

RECIFE

2023

JADSON FREIRE DA SILVA

**COWORKINGS SOCIAIS COMO APOIO AO  
EMPREENDEDORISMO: PROPOSIÇÃO DE  
DEFINIÇÃO DO CONSTRUTO E ABORDAGEM DE  
INVESTIGAÇÃO**

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) apresentado a Universidade Federal Rural de Pernambuco, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel(a) em Administração de Empresas.

Professora Orientadora: Dra. Brigitte Renata Bezerra de Oliveira.

RECIFE

2023

JADSON FREIRE DA SILVA

**COWORKINGS SOCIAIS COMO APOIO AO  
EMPREENDEDORISMO: PROPOSIÇÃO DE  
DEFINIÇÃO DO CONSTRUTO E ABORDAGEM DE  
INVESTIGAÇÃO**

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) apresentado a Universidade Federal Rural de Pernambuco, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel(a) em Administração de Empresas.

---

Prof.<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup> Brigitte Renata Bezerra de Oliveira (Orientadora)

Departamento de Administração  
Universidade Federal Rural de Pernambuco

---

Prof.<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup> Telma Lucia de Andrade Lima

Departamento de Administração  
Universidade Federal Rural de Pernambuco

---

Prof. Dr. Marco Aurélio Benevides de Pinho

Departamento de Administração  
Universidade Federal Rural de Pernambuco

Recife, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2023.

NOTA: \_\_\_\_\_

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação Universidade Federal Rural de Pernambuco  
Sistema Integrado de Bibliotecas  
Gerada automaticamente, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

---

- F866c Freire da Silva, Jadson  
Coworkings Sociais como apoio ao empreendedorismo: : proposição de definição do construto e abordagem de investigação / Jadson Freire da Silva. - 2022.  
43 f. : il.
- Orientador: Brigitte Renata Bezerra de Oliveira.  
Inclui referências.
- Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade Federal Rural de Pernambuco, Bacharelado em Administração, Recife, 2023.
1. Coworkings. 2. Economia Colaborativa. 3. Empreendedorismo Social. 4. Alternativas socioeconômicas. I.Oliveira, Brigitte Renata Bezerra de, orient. II. Título
-

## RESUMO

As mudanças que ocorreram nos últimos anos impactaram em diversas esferas da sociedade e isto incluem os formatos de trabalho: o home office, o tele trabalho, o trabalho intermitente e os Coworkings podem ser tomados como exemplo. Os Coworkings, ambientes de trabalho compartilhados mantêm sua introdução no Brasil através das regiões economicamente mais favorecidas. Assim, mecanismos que consigam aderir as lacunas existentes que amparem as camadas sociais não favorecidas e adentrar em espaços não conquistados podem abrir condições alternativas de empreender. Frente a isso, o objetivo do trabalho é especificar o domínio do construto Coworking Social (CW Social) e seu apoio ao empreendedorismo, bem como apresentar uma abordagem apropriada de investigação. Através do embasamento em conceitos da Economia colaborativa, Redes, Empreendedorismo e técnicas de geoprocessamento foi possível apresentar dez proposições que auxiliam no desenvolvimento de uma definição de Coworkings Sociais que dialoguem com a literatura tradicional e interligue a direções que solucionem os desafios encontrados, sobretudo no Brasil.

**Palavras-chave:** Coworkings. Empreendedorismo Social. Economia Colaborativa. Alternativas socioeconômicas.

## ABSTRACT

The changes that have occurred in recent years have impacted various spheres of society and this includes work formats: the home office, telecommuting, intermittent work and Coworking can be taken as examples. Coworkings, shared work environments, are being introduced in Brazil through economically favored regions. Thus, mechanisms that manage to adhere to the existing gaps that support the underprivileged social strata and enter into unconquered spaces can open alternative conditions for entrepreneurship. In light of this, the objective of this paper is to specify the domain of the construct Social Coworking (CW Social) and its support for entrepreneurship, as well as to present an appropriate research approach. Through the foundation in concepts of Collaborative Economy, Networks, Entrepreneurship and geoprocessing techniques it was possible to present ten propositions that help in the development of a definition of Social Coworkings that dialogue with the traditional literature and interconnect to directions that solve the challenges encountered, especially in Brazil.

**Keywords:** Coworkings. Social Entrepreneurship. Collaborative Economy. Socioeconomic alternatives.

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	9
<b>2</b>	<b>REFERENCIAL TEÓRICO</b> .....	11
2.1	EMPREENDEDORISMO: PERSPECTIVAS, CONCEITUAÇÃO E TENDÊNCIAS .....	11
2.2	ECONOMIA COLABORATIVA .....	12
2.3	ABORDAGEM DE REDES .....	13
2.4	A ESTRUTURAÇÃO DO COWORKING .....	15
<b>3</b>	<b>METODOLOGIA</b> .....	16
3.1	ÁREA DE ESTUDO .....	16
3.2	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS .....	17
<b>4</b>	<b>RESULTADOS E DISCUSSÃO</b> .....	19
4.1	ANÁLISE DOS DADOS DE DENSIDADE, RENDA, PLANOS E LOCALIZAÇÃO DOS COWORKINGS** .....	19
4.2	OS COWORKINGS SOCIAIS: COMO INCITAR COWORKINGS EM TERRITÓRIOS NÃO CONVENCIONAIS? .....	29
<b>5</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	36
	<b>REFERÊNCIAS</b> .....	38

---

# COWORKINGS SOCIAIS COMO APOIO AO EMPREENDEDORISMO: PROPOSIÇÃO DE DEFINIÇÃO DO CONSTRUTO E ABORDAGEM DE INVESTIGAÇÃO

Jadson Freire da Silva<sup>1</sup> – Universidade Federal Rural de Pernambuco  
Brigitte Renata Bezerra de Oliveira<sup>2</sup> – Universidade Federal Rural de Pernambuco

**Resumo:** As mudanças que ocorreram nos últimos anos impactaram em diversas esferas da sociedade e isto incluem os formatos de trabalho: o home office, o tele trabalho, o trabalho intermitente e os Coworkings podem ser tomados como exemplo. Os Coworkings, ambientes de trabalho compartilhados mantêm sua introdução no Brasil através das regiões economicamente mais favorecidas. Assim, mecanismos que consigam aderir as lacunas existentes que amparem as camadas sociais não favorecidas e adentrar em espaços não conquistados podem abrir condições alternativas de empreender. Frente a isso, o objetivo do trabalho é especificar o domínio do construto Coworking Social (CW Social) e seu apoio ao empreendedorismo, bem como apresentar uma abordagem apropriada de investigação. Através do embasamento em conceitos da Economia colaborativa, Redes, Empreendedorismo e técnicas de geoprocessamento foi possível apresentar dez proposições que auxiliam no desenvolvimento de uma definição de Coworkings Sociais que dialoguem com a literatura tradicional e interligue a direções que solucionem os desafios encontrados, sobretudo no Brasil.

**Palavras-chave:** Coworkings. Empreendedorismo Social. Economia Colaborativa. Alternativas socioeconômicas.

---

<sup>1</sup> Doutorando em Desenvolvimento e Meio Ambiente (UFPE/PRODEMA). Bacharelado em Administração (UFRPE) – *e-mail*: jadsonfreireufpe@hotmail.com

<sup>2</sup> Doutora e Mestre em Administração. Professora do Departamento de Administração da Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE) – *e-mail*: renataboliveira@gmail.com



## 1 INTRODUÇÃO

As mudanças que transcorreram os séculos XX e XXI atuaram na formação do indivíduo moderno e no seu comportamento frente a adversidades e condições de contingência. O reflexo de sucessivas revoluções na indústria e as crises econômicas que acompanharam esse processo de industrialização, sendo essas de grandes e de pequenas proporções, construíram experiências que o mercado absorveu e transferiu em manuscritos que repaginaram e repensaram o meio corporativo e o homem incluso a ele. A revolução técnica/científica/informacional, por exemplo, novos conceitos emergiram e a disseminação do conhecimento fez abrir (e fechar) diversos leques empregatícios. Mudanças na tecnologia, atitudes em relação ao trabalho e o surgimento de uma nova "economia compartilhada" criaram um ambiente no qual as pessoas têm mais opções sobre como, quando e onde trabalhar, desta forma, iniciativas de teletrabalho e espaços de trabalho colaborativos estão em ascensão (GREEN, 2014).

Assim, o cidadão empreendedor munido das informações oriundas das revoluções informacionais, têm buscado novas oportunidades no mundo empresarial: a partir do final da década de 1990 até os dias atuais a atividade empresarial cresceu aproximadamente 47% e constata a relevante força que o acesso à informação trouxe. Outros fatores, tais como a emancipação, empoderamento e inclusão da mulher em ambientes organizacionais que comumente tinham o sexo masculino como predominantes, também auxiliaram no processo de crescimento do número das empresas (EXAME, 2012; BORGES, 2012).

Nesse período foi observado como atividade impulsionadora dos micros e pequenos empreendedores, a aproximação de serviços que auxiliam o desenvolvimento das empresas, tais quais consultorias, bancos de fomento e instituições específicas que deram as orientações e o suporte inicial necessário. Além disso, cenários econômicos favoráveis junto a estratégias, como a junção de empresas em pequenos blocos e/ou redes estruturaram na forma basilar o estímulo ao empreendedorismo. As transformações levantadas também modificaram a forma de trabalho convencional, tendo home office, teletrabalho, ambientes informais e Coworkings - CW (ambientes compartilhados) entrando nos escopos trabalhistas mundiais e nacionais (DONADONE; SILVEIRA; RALIO, 2012; SEBRAE, 2014).

Sobre os CWs, o primeiro datado sobre essa denominação foi em 1999 por Bernie DeKoven (Co-Working), e refletia a uma extensão ou extrapolação do trabalho para o ambiente on-line. O termo desenvolvido por DeKoven foi atualizado por Brand Neuberger em 2005 (Coworking), que descreveu a denominação como um espaço físico que reúne

profissionais fora de escritório convencional. Apoiando-se na conceituação de Neuberg, os espaços CW disseminaram no mundo no decorrer dos anos 2000, ganhando força na segunda década. Cafés, livrarias, bibliotecas, empresariais e outros espaços apropriaram-se do CW como meio de aumentar sua rentabilidade e compartilhar experiências corporativas.

No Brasil e o seu vasto território, o CW incluiu-se inicialmente nas grandes metrópoles, principalmente nas regiões centro-sul. A concentração do mesmo deu-se nos centros comerciais e nos ambientes com maior poder aquisitivo, na região Nordeste brasileira não foi diferente: os CWs concentraram-se de forma semelhante aos demais espaços do Brasil. Mesmo com atividades econômicas ativas e perenes, os ambientes com maior quantidade de pessoas e menor poder aquisitivo não entraram na estratégia inicial de implantação dos CWs. Esta decisão pode servir de subsídio para explicar a baixa disseminação, a abertura para camadas sociais mais vulneráveis, o preconceito de algumas empresas e as dificuldades encontradas pelos membros do CW, como Bouncken, Aslam e Reuschl (2018) explanam.

Frente a isto, mecanismos que consigam aderir as lacunas economicamente sociais não favorecidas e adentrar em espaços não conquistados podem abrir condições alternativas de empreender. A partir dos conceitos de economia solidária, consumo colaborativo e redes, evidencia-se a necessidade de desenvolver uma definição de CW – Coworkings Sociais – que consiga dialogar junto a características tradicionais dos empreendimentos CW e interligue a direções que solucionem os desafios encontrados sob ambientes brasileiros, que em muitas vezes mantêm cenários econômicos desiguais em regiões próximas.

Frente a importância das novas formas de trabalho presentes no século XXI, a relevância do Coworking e as dissonâncias econômicas do Brasil, o objetivo deste ensaio é especificar o domínio do construto Coworking Social (CW Social) e seu apoio ao empreendedorismo, bem como apresentar uma abordagem apropriada de investigação.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 EMPREENDEDORISMO: PERSPECTIVAS, CONCEITUAÇÃO E TENDÊNCIAS

Embora os estudos sobre empreendedorismo remontem aos trabalhos de Adam Smith e Jean-Baptiste Say por volta do século XVIII, o tema como campo de pesquisa foi praticamente ignorado até o final do século XIX e início do século XX. Nas últimas décadas, contudo, o empreendedorismo tem sido mais estudado e discutido como campo de pesquisa acadêmica, fonte de notícias na mídia, debates políticos e literatura em geral (FILION, 1999; PAIVA Jr., 2004). A razão para todo esse interesse no empreendedorismo deriva do importante papel que os empreendedores desempenham no crescimento econômico e na vida diária da sociedade. Nos dias de hoje, empreendedores são considerados como sendo parte central da economia de mercado e o motor do crescimento e da inovação. Estes são vistos como responsáveis pela maioria, senão toda, inovação, criação de empregos e crescimento econômico

Como tema promissor, o assunto atrai interesses de pesquisadores oriundos de diversas áreas científicas, como sociólogos, psicólogos, economistas e administradores. Entretanto, enquanto isso possibilitou a disseminação do uso do conceito expandindo-o para uma abordagem mais ampla, também influenciou sua fluidez não havendo mesmo um consenso entre os estudiosos e pesquisadores a respeito da exata definição de empreendedorismo (FILION, 1999; PAIVA Jr, 2004; BOAVA; MACEDO, 2006; MONTANYE, 2006; FARAH et al., 2011; TONELLI et al., 2011). A prática de empreender pode ser entendida como criação e expansão do objeto econômico inovador visando obter crescimento, ainda que sob condições de risco e incerteza. Além disso, o exercício empreendedor pode ser concebido ainda sob o ponto de vista da inserção do sujeito que opera e desenvolve a gestão (PENROSE, 1959; PAIVA Jr., 2004).

Em seu turno, o empreendedorismo social está pautado na criação de valor social e na introdução de inovações de metodologia, serviços ou produtos, voltados a gerar uma transformação social, sendo nos dias atuais notado como uma tendência. Por meio da inserção da dimensão econômica e da lógica de mercado, abrem-se novas possibilidades de atuação das organizações que até então contemplavam uma única dimensão – social ou econômica. Dessa maneira, surgem novos termos destinados a caracterizar iniciativas que operam na lógica de mercado, porém com o objetivo de gerar valor social: empresas sociais, negócios sociais e negócios inclusivos (TISCOSKI; ROSOLEN; COMINI, 2013).

O termo empreendedorismo social foi cunhado por Bill Drayton, fundador da Ashoka Foundation, no início da década de 80 buscando caracterizar indivíduos criadores de transformações sociais, que apresentem soluções inovadoras para os problemas sociais mais relevantes da sociedade. Assim, o empreendedor social é tomado como aquele que trabalha no desenvolvimento de organizações voltadas para a assistência social. Desta forma, possuindo características distintas dos empreendedores de negócios, criando valores sociais através da inovação e força de recursos financeiros, em prol do desenvolvimento social, econômico e comunitário (TISCOSKI; ROSOLEN; COMINI, 2013).

## 2.2 ECONOMIA COLABORATIVA

A economia colaborativa por definição é uma atividade que não visa a troca pelo dinheiro ou a rentabilidade exacerbada como fator principal; o foco da economia colaborativa é partilhar informações, trocar utensílios, produtos ou serviços visando atender à necessidade da pessoa e/ou necessidades secundárias, como por exemplo a disseminação da comunicação (SEBRAE, 2017); sendo conhecida também como economia *mesh*, consumo colaborativo ou consumo conectado (DUBOIS; SCHOR; CARFAGNA, 2014; GANSKY, 2010; BOTSMAN; ROGERS, 2009).

Costa (2015) afirma que o que tem sido chamado de economia colaborativa diz respeito a práticas como o hábito de pegar algo emprestado com um vizinho ou parente, de pedir caronas, de organizar *crowdfunding*, dividir o espaço de trabalho com alguém, hospedar amigos, usar bibliotecas e o transporte coletivo entre outras práticas. Porém, essas situações, que em sua maioria eram realizadas entre pessoas que já se conheciam ou coordenadas por uma instância “superior” e “confiável” para regular (como o Estado e seus outorgados, no caso das bibliotecas públicas e do transporte coletivo), agora passam também a ser concretizadas entre desconhecidos, requerendo confiança em estranhos e ganhando escala global por meio da internet.

Temos o surgimento de novos modelos de negócio tanto *business to business* como *business to consumer* ou mesmo *peer to peer*, que, na sua grande maioria, são suportados por ideias, propostas, produtos e serviços totalmente disruptivos, viabilizados pela tecnologia e pelo acesso e compartilhamento que a internet propicia. Esses produtos e serviços podem ser entregues a partir de plataformas e de dispositivos móveis. Seu acesso rápido e fácil uso colaboram para o desenvolvimento e/ou reposicionamento desses modelos de negócios, associados às diferentes formas de relações comerciais, econômicas e sociais e,

consequentemente, proporcionam um novo tipo de engajamento social e econômico (MUÑOZ; COHEN, 2017; SILVEIRA, 2017).

Originado nos Estados Unidos desde os anos 1990, a partir de 2012 a economia colaborativa ganha corpo no Brasil, sobretudo na plataforma *on-line*, indo contra ao consumismo extremo que extrapolou os desejos essenciais do homem moderno. Observa-se na literatura três grandes campos do consumo colaborativo: o sistema de serviços e produtos, onde usa-se um serviço ou produto sem ter a real posse do mesmo, utilizando-o temporariamente através de pagamento; os mercados de redistribuição, onde as trocas e a distribuição de produtos por baixos preços ou preços simbólicos são os principais exemplos e o último grande campo, os estilos de vida colaborativos, onde a troca de habilidades, tempo, espaço e outros itens intangíveis fazem parte do escopo (SILVEIRA; PETRINI; SANTOS, 2017; SEBRAE, 2017).

Frente a isso, os espaços de Coworking incluem-se e ilustram isso. Neste modelo, pessoas que se conheciam, ou que conheciam alguém que as colocava em contato, passam a dividir espaço para diminuir os custos. Contudo, é possível observar o surgimento de espaços destinados a receber qualquer pessoa interessada em trabalhar em um único local. A ampliação desses espaços nos últimos anos e as facilidades para reunir desconhecidos certamente tiveram como facilitador a infraestrutura tecnológica (COSTA, 2015). Assim, verifica-se no consumo colaborativo a promoção de novas formas de se obter rentabilidade, melhorando a qualidade de vida da população e a economia local. A sustentabilidade refletida na redução de recursos naturais, melhoria de processos e utilização de ambientes ociosos impactam diretamente em benefícios ambientais e também é característica do consumo colaborativo fazendo-o diferente do consumo tradicional (SILVEIRA; PETRINI; SANTOS, 2017).

### 2.3 ABORDAGEM DE REDES

Segundo Marcon e Moinet (2000), rede é uma denominação designada para a união ou interligação de diversas pessoas, empresas ou entes; sendo essa ligação ou interligação observada, sobretudo, diretamente ou indiretamente no campo das ciências sociais. A partir dessa definição, debruça-se sobre a mesma uma miscelânea de visões teóricas que ao mesmo tempo consolidam o termo rede na ciência, defendem e ampliam a definição para outros ramos da administração e outros estudos sociais. A teoria sobre a dependência de recursos, sobre redes sociais, sobre interações estratégicas, econômicas e comportamentais (PORTER,

2000; PFEFFER; SALANCIK, 1978; POWELL; KOPUT; SMITH-DOERR, 1996; CAGLIO, 1998) são exemplos a se pontuar como contribuintes clássicos.

A estrutura vital da rede na prática divide-se em três, onde esses elementos devem ser combinados para que haja excelência e exequibilidade: recursos a trocar, podendo ser recursos imateriais, materiais ou insumos; infoestrutura, isto é, um conjunto de regras e ética que regem de forma igual ou semelhante todos os membros da rede e a infraestrutura, tais como orçamento, meios de comunicação, material e qualquer produto que possa compor os meios práticos da rede (MARCON; MOINET, 2000; BALESTRIN; VARGAS, 2002). Outros fortes indicadores da formação de uma rede, segundo Balestrin e Vargas (2002) e Galbraith e Lawler (1995) são: (i) a necessidade de flexibilização das organizações, (ii) a alta competitividade, e (iii) a velocidade de disseminação de informações e adaptabilidade; esses aspectos fazem das redes a oportunidade de pequenas empresas criarem verdadeiros blocos de atuação frente às grandes corporações.

Os benefícios da implantação ou incorporação de uma empresa numa rede não se limita na capacidade das mesmas se fortalecerem para disputar o mercado capitalista. Sendo um sistema dinâmico, aberto e adaptável, às redes, segundo Marcon e Moinet (2000) proporcionam atributos como: (i) fluidez (capacidade de flexibilidade), que podem auxiliar empresas que não competem diretamente a adquirir com mais facilidade insumos; (ii) finalidade, que diz respeito a união de indivíduos visando um bem comum; e (iii) capacidade da criação de uma economia relacional, no qual aponta uma maior agilidade devido o maior conhecimento de pessoas no ramo e capacidade de aprendizagem, uma vez que empresas mais antigas relacionam-se com empresas novas, compartilhando e recebendo experiências de cunho ímpar. Human e Provan (1997) ainda revelam a credibilidade, trocas interfirmas, acesso a recursos e melhorias nas finanças como atributos benéficos oriundos das redes.

Sobre a divisão das redes, estas se apresentam em quatro grandes grupos, os quais: redes hierárquicas ou verticais; redes formais ou de contrato; redes informais ou de convivência e redes de cooperação ou horizontal. Em resumo, as redes hierárquicas são um tipo de rede que costuma unir uma cadeia de empresas dependentes de uma principal, como por exemplo, uma matriz e suas filiais ou então uma grande empresa e suas intermediárias com a visão no cliente. Já a horizontal (ou de cooperação) são redes que organizam empresas que mantêm atividades e objetivos semelhantes; desta forma elas conseguem suportar pressões e oscilações do mercado, custos, riscos e desenvolver produtos com qualidade superior ou igual a líder na disputa competitiva.

As redes formais são aquelas que emergem a partir de termos contratuais; as joint-venture, alguns tipos de franquias e alianças estratégicas são exemplos naturais desse tipo de rede. As informais são criadas sobretudo pela força da confiança que existe entre empresas e nos enriquecedores encontros que as mesmas fazem; são nesses encontros que a troca de experiência e de informação concomitam com os interesses mútuos e asseguram a perpetuação da rede (MARCON; MOINET, 2000; KNORRINGA; MEYER-STAMER, 1997; BALESTRIN; VARGAS, 2002).

#### 2.4 A ESTRUTURAÇÃO DO COWORKING

Tendo sua primeira conceituação apresentada em 2005 por Brad Neuberg, o Coworking (CW) visualizava a junção de culturas e indivíduos trabalhando em um só espaço. Artistas, compositores, engenheiros e sociedade civil com a possibilidade de compartilhar da mesma sala e da mesma rede de internet para pesquisar, trabalhar e trocar experiências vividas; assim era disseminada uma nova forma de ambiente de trabalho, muito diferente das observadas no cotidiano da época e da forma de trabalhar tradicional (NEUBERG, 2005; WORTHINGTON LIBRARY, 2010).

Frente a literatura, observa-se diversas definições para o CW ao decorrer do tempo e dos espaços propostos. Tomalty (2014) define CW como trabalho em escritórios divididos, sendo uma alternativa viável a pequenos *startups* pela questão financeira, facilidade produtiva e possibilidade de *networking*. Verifica-se ainda como definição de CW uma forma ou local/lugar alternativo para se trabalhar, podendo ser aplicada em ambientes diversos, tais como cafés, bibliotecas, bares, hotéis etc., (BROWN, 2017; LEFORESTIER, 2009; AQUINO, 2007), sendo constituído por um grupo de pessoas relacionadas à inovação, criação e cultura (ŠVIRÁKOVÁ et al., 2015; JONES et al., 2009; MORISET, 2014; CAPDEVILA, 2014,2017) que promove uma rede complexa de cooperação (BIANCHI; CASNICI; SQUAZZONI, 2018).

Estando na vanguarda da inovação tal qual os startups, os Coworkings (CWs) ganham notoriedade nos primeiros anos do século XXI, revelando nova tendência para o trabalho. Sem dúvidas, esse novo conceito pode ser interpretado para os empresários como uma forma alternativa relacionada à inovação, criação e cultura (ŠVIRÁKOVÁ et al., 2015; JONES et al., 2009; MORISET, 2014; CAPDEVILA, 2014,2017), incluídas em escritórios de trabalhos independentes e que compartilham espaços entre pessoas (GERDENITSCH et al., 2016; CASTILHO; QUANDT, 2017) promovendo uma rede complexa (visando a

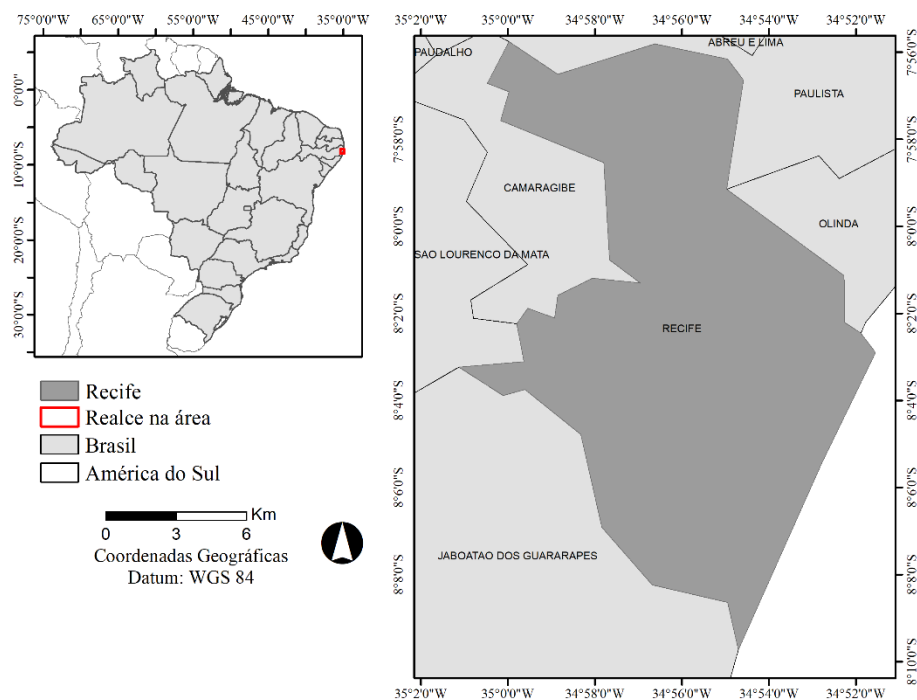
internacionalização) de cooperação (BIANCHI; NICCOLO; SQUAZZONI, 2018). Também podendo ser vista como um novo conceito para os empresários destemidos (CABRAL; WINDEN, 2016), os ajudando a interagir, socializar (BILANDZIC et al., 2013) e adquirir novas informações ou informações alternativas (GERDENITSCH et al., 2016).

### 3 METODOLOGIA

#### 3.1 ÁREA DE ESTUDO

Utilizou como ambiente físico de experimentação deste ensaio a cidade de Recife, localizada em Pernambuco, região Nordeste do Brasil (Figura 1).

Figura 1 – Localização da área de estudo (Recife – Pernambuco).



Fonte: Elaborado pelos autores.

Recife é a capital de Pernambuco, situada no litoral oriental da América do Sul. Seus limites correspondem ao Norte, Sul e Oeste com a mesorregião da Mata Pernambucana e no Leste com o Oceano Atlântico. É a cidade mais importante da região metropolitana que mantém seu nome (Região Metropolitana do Recife – RMR), sendo o núcleo mais populoso e que retém os maiores investimentos do Estado de Pernambuco nos dias atuais (BITOUN et al. 2012).



### 3.2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Os procedimentos metodológicos que cercaram este ensaio tiveram embasamentos oriundos da pesquisa bibliográfica e da geotecnologia. Os direcionamentos conceituais da Economia Colaborativa, Redes, Empreendedorismo (ou atividade empreendedora) e Coworkings, disponíveis de forma gratuita em bases dados conceituados, tais como *Web of Science* e *Scielo*; a utilização de matérias de jornais, pois estas demonstram as atividades rotineiras do ambiente no que se refere ao reflexo da economia no local compõem um procedimento denominado por Gil (2008) de Pesquisa Bibliográfica-Documental, na qual consiste no desenvolvimento de uma ideia ou ponto de vista tendo como base outros trabalhos, sejam eles tratados analiticamente (como artigos) ou não tratados (matérias de jornais, filmes, cartas).

Além disso, a geotecnologia auxiliou o desenvolver do trabalho, uma vez que se executou a pesquisa sobre as localizações dos *Coworkings* na cidade do Recife através de buscas na internet (palavras chaves: Coworking Recife, Shareworking Recife; Recife Coworkings; Trabalho Compartilhado Recife; Coworking Bairro do Recife) onde aplicou-se o endereço das mesmas no *Software Google Earth*, obtendo desta forma, as áreas de CWs georreferenciadas (36 Coworkings no total), material que posteriormente foi manipulado no *software QGis* para confecção de mapas.

Amparado com as informações do banco de dados da prefeitura do Recife sobre densidade demográfica e renda, aplicou-se a estratificação social oriunda do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) (Tabela 1), Fundação Getúlio Vargas (FGV) (Tabela 2), Secretaria de Assuntos Estratégicos (SAE) (Tabela 3) e da Associação Brasileira de Empresas e Pesquisas (Abep) (Tabela 4), junto ao cruzamento e inclusão dos ambientes Coworkings no município. Sobre a densidade demográfica, arbitrou-se uma divisão de quatro escalas para indicar se o bairro tem densidade baixa, densidade média, média/alta e alta, respectivamente (Tabela 5).

Tabela 1 – Estratificação social por renda (IBGE, 2010) \*

<b>Classe</b>	<b>Número de Salário-mínimo (SM)</b>	<b>Renda Familiar (R\$) em 2016</b>
A	Acima de 20 SM	R\$ 18.740,01 ou mais
B	De 10 a 20 SM	R\$ 9.370,01 a R\$ 18.740,00
C	De 4 a 10 SM	R\$ 3.748,01 a R\$ 9.370,00
D	De 2 a 4 SM	R\$ 1.874,01 a R\$ 3.748,00
E	Até 2 SM	Até R\$ 1.874,00

\*Com dados reamostrados para o salário-mínimo de 2016. Fonte: Carneiro, 2018.

Tabela 2 – Estratificação social por renda (FGV, 2014)

<b>Classe</b>	<b>Limite inferior</b>	<b>Limite Superior</b>
A	R\$ 11.262,00	R\$ -
B	R\$ 8.641,00	R\$ 11.261,00
C	R\$ 2.005,00	R\$ 8.640,00
D	R\$ 1.255,00	R\$ 2.004,00
E	R\$ -	R\$ 1.254,00

Tabela 3 – Estratificação social por renda (SAE, 2012) \*

<b>Grupo</b>	<b>Renda familiar</b>
Extremamente pobre	Até R\$ 324
Pobre	De R\$ 324 Até R\$ 648
Vulnerável	De R\$ 648 Até R\$ 1.164
Baixa classe média	De R\$ 1.164 Até R\$ 1.764
Média classe média	De R\$ 1.764 Até R\$ 2.564
Alta classe média	De R\$ 2.564 Até R\$ 4.076
Alta classe	De R\$ 4.076 acima

\*Fonte: G1, 2013a.

Tabela 4 – Estratificação social por renda (Abep, 2014) \*

<b>Grupo</b>	<b>Renda média familiar</b>
1	R\$ 854,00
2	R\$ 1.113,00
3	R\$ 1.484,00
4	R\$ 2.674,00
5	R\$ 4.681,00
6	R\$ 9.897,00

\*Fonte, G1, 2013a.

Tabela 5 – Graus de densidade demográfica

<b>Grupo</b>	<b>Renda média familiar</b>
Baixa	1 a 50,0
Média	50,01 – 100,0
Média – Alta	100,01 – 200,0
Alta	200,0 – 300,0

De acordo com as tabelas, a estratificação social pela renda pode se dar por indicadores que variam de “A” a “E” (IBGE e FGV), denominado de classes sociais. Outro indicador se volta a intitular a estratificação de “grupos”, no qual, um (SAE) classifica em “Alta classe média”, “Média classe média”, “Baixa classe média”, “Vulnerável”, “Pobre, mas não extremamente pobre”, e “Extremamente pobre”. A Abep, por sua vez, também classifica a sua estratificação por classes, contudo, os indicadores são enumerações que variam de 1 a 6

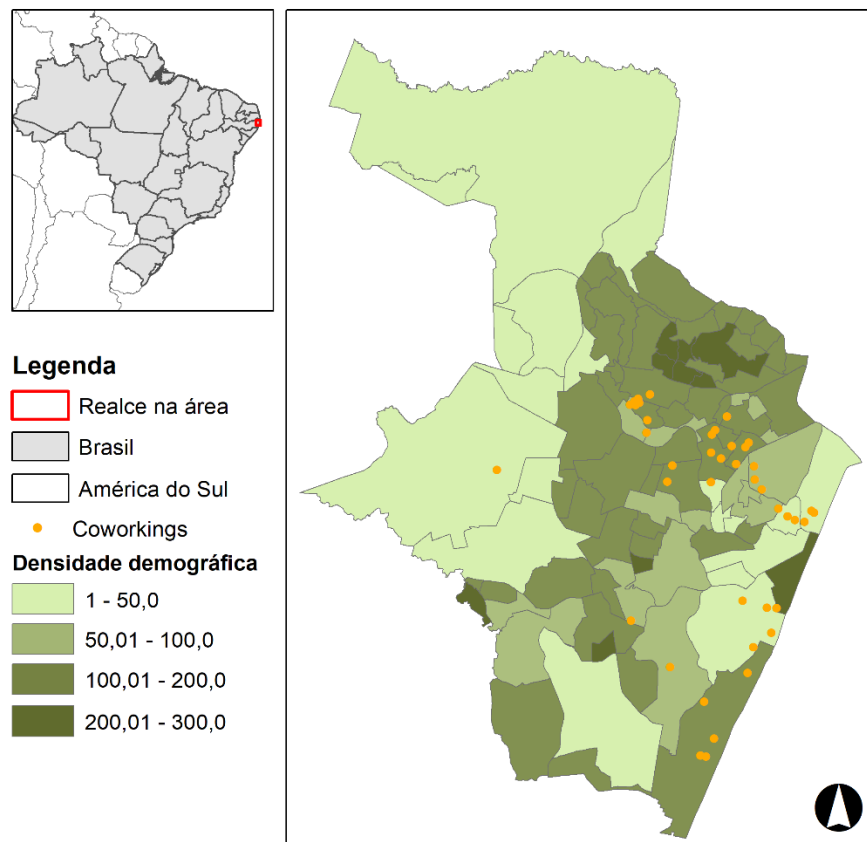
onde o 1 é a classe mais baixa. A escolha dos quatro deu-se pela existência de trabalhos e relatórios contendo um ou todos os indicadores citados.

## 4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

### 4.1 ANÁLISE DOS DADOS DE DENSIDADE, RENDA, PLANOS E LOCALIZAÇÃO DOS COWORKINGS\*\*

Dessa forma, obteve-se através dos dados compilados a Figura 2, referente a relação quantidade populacional – bairro (densidade demográfica); a Figura 3, que espacializa a estratificação social em diferentes índices federais e institucionais competentes e os Quadros 1 e 2, que apontam a acessibilidade no que se refere ao plano/preço do Coworking e a sua estrutura de acordo com a quantia disponibilizada pelo consumidor, respectivamente.

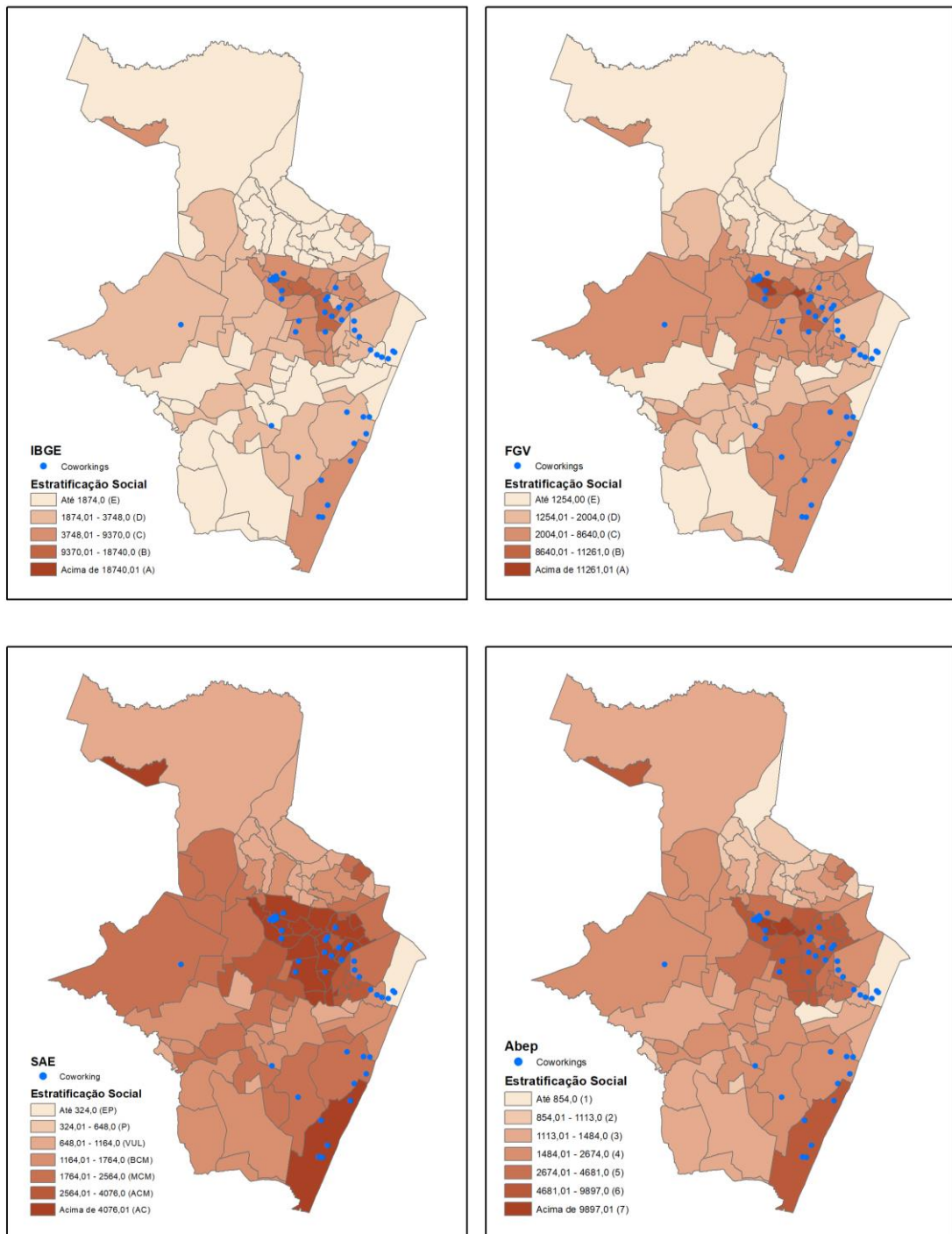
Figura 2 – relação população, bairros recifenses e Coworkings implantados



Fonte: Elaborado pelos autores.

\*\*Capítulo publicado na Revista NAVUS Gestão e Tecnologia com o título: Coworkings são para todos? Uma análise de preços dos ambientes de trabalho compartilhados em Recife - PE (Brasil)

Figura 3 – Estratificação social por renda dos bairros recifenses e sua relação com os Coworkings



Fonte: Elaborado pelos autores.



Impact Hub	Por orçamento	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Renor Office	Por orçamento	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Espaço Mais Recife	Por orçamento	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Calango Coworking Ltda - ME	Por orçamento	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
F1 Coworkig	Por orçamento	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Multioffice	Por orçamento	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Smartoffice	Por orçamento	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Espaço Nabuco	Por orçamento	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Estúdio 109	Por orçamento	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
SinsPIRE	Por orçamento	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Rede 344	Por orçamento	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Espaço Carambolativo	Por orçamento	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
America's Office	Por orçamento	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Plexos escritório virtual & Coworking	Por orçamento	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

\*Informações obtidas através dos sites virtuais de cada empreendimento

Quadro 2 – Relação estrutura disponibilizada x valor do plano para utilização do espaço Coworking\*

Nome	Disponibiliza estrutura no site?	Quanto a estrutura em relação ao plano/preço										
		Por hora	Por dia (máx. 8 horas)	Semanal	20 Horas mensais	30 horas mensais	40 horas mensais	60 horas mensais	80 horas mensais	110 horas mensais	220 horas mensais	Ilimitado (mensal)
Workhall Coworking	Publicamente	Mesa no coworking; Uso das facilidades comuns do Coworking (não inclui sala de reunião); não inclui endereço comercial e recebimento de correspondências				Mesa no Coworking; 2 horas mensais para usufruir da sala de reunião; Contrato mensal (desconto para o semestre e para um ano); Endereço comercial; Recebimento de correspondências (incluindo encomendas).					Mesa fixa ilimitada; 4 horas mensais para usufruir de sala de reunião, não acumulativa; Contrato mensal; Endereço comercial; Recebimento de correspondências (incluindo encomendas); Espaço no site.	
Connection Coworking	Publicamente	33 posições de trabalho a sua escolha; Internet corporativa em fibra ótica dedicada; Link de internet Backup; Área de cozinha compartilhada; Área relax compartilhada; Recepcionista; Equipe de limpeza; Cafezinho.										

Escritórios Inteligentes	Publicamente	Acesso à internet; serviços de copa (água, café e limpeza do local); espaço compartilhado com mesa individual	Acesso à internet; serviços de copa (água, café e limpeza do local); espaço compartilhado com mesa individual; Endereço empresarial; recebimento e transmissão de recados, fax e e-mail; administração de correspondências e pequenas encomendas; 04 horas por mês de sala exclusiva com sistema de apresentação.		
Workspot Coworking	Publicamente	Este é o Futuro do Trabalho! Com um controle biométrico e através de Planos de hora pré-pagos, você pode ter acesso a um espaço de trabalho compartilhado que estimula a interação entre diferentes pessoas.		Acesso ao nosso espaço de Coworking com um plano de horas ilimitado, em uma mesa fixa e exclusiva.	
Ecowork	Publicamente	Mesa; internet banda larga e café	Mesa; internet banda larga e café; perfil no site e endereço no cartão	Mesa; internet banda larga e café; Caixa postal; perfil no site e endereço no cartão	
Orbe Coworking	Publicamente	Bicicletário, internet wi-fi, sala de reunião climatizada, lockers, copa equipada, áreas de descanso, biblioteca, banheiros masculino e feminino, entre outros equipamentos que visam proporcionar conforto e bem-estar aos usuários do espaço			
Nós Coworking Recife	Publicamente	Equipados com mobiliário contemporâneo e todo conforto necessário: ar climatizado, ambiente higienizado diariamente, café, água, internet wireless de 100mB, salas de reunião, auditório e espaço para eventos multiculturais.			
Capitania Coworking	Publicamente	20 horas em estação de trabalho; 20 horas de locker; 2 horas de sala de reunião	20 turnos na estação de trabalho; 20 turnos de locker; Endereço postal mensal; 1 turno no auditório; 1 turno na sala de reunião (4 pessoas)	2 dias na estação de trabalho; 160 horas de locker; Endereço fiscal mensal; 2 dias no auditório; 2 dias na sala de reunião (4 pessoas); 1 mês de secretária eletrônica.	20 dias na estação de trabalho; 20 dias de locker; Endereço fiscal mensal; 4 dias no auditório; 4 dias na sala de reunião (4 pessoas); 4 dias na sala de reunião (até 10 pessoas); 1 mês de secretária eletrônica.
Espaço Compartilhado	Publicamente	2 links de 20 mgbs WiFi; Ar condicionado split 18 mil btus; Copa com micro-ondas e bebedouro gelado; Salas mobiliadas privativas com chave, ou seja, aqui você pode permanentemente deixar seu notebook, desktop, impressoras, com capacidade para 2 pessoas; Wc privativo; Estacionamento rotativo; aplicar sua comunicação visual na entrada da sala; já incluso no preço o uso comercial e fiscal;			
ClubWork	Publicamente	Wi-fi rápido, ar condicionado, áreas de relaxamento/ lounge, cozinha, mobília moderna e ergonômica, água e café de graça			
City Working Recife	Publicamente	Café 3 Corações; Internet Banda Larga com Link Dedicado - Wi Fi With Threat Security System (Garanta a Segurança das suas Informações); Auditório para 40 Pessoas; Sala de Reunião para 15 e 07 Pessoas; Serviços On Demand (Impressão, Secretária, Telefonia); Mobiliários confortáveis padrão NR17; Opções de Armários de mesa e Posições individuais; Guarda Volumes; Copa Interna; Sanitários Individuais; Bicicletário; Sistema de CFTV e Controle de Acesso; Ambiente Climatizado; Salas de Reunião com Projeção HDMI e Quadro Branco; Fácil acesso próximo ao aeroporto - Via Livre para Estacionamento			
Torre Coworking	Publicamente	Escritório virtual; Sala de Reunião; Caixa Postal – Endereço Comercial; Ambiente Climatizado; Salas Privativas; Salas compartilhadas; Estações de trabalho individuais; Internet; Banheiros; Estacionamento; Bicicletário; Recepção; Sala de estar; Café; Almoxarifado – Espaço para estoque de materiais;			

Beehive Coworking	Publicamente	Espaço compartilhado; Horário comercial; Salas de reunião; Networking										
Coworking já	Publicamente	Mesas e Estações de trabalho										
Work Madalena	Publicamente	Recepção; área de convivência; Copa/cozinha e refeitório; internet de alta velocidade; bancada com mobiliário; segurança eletrônica										
Auditório Recife	Publicamente	Bancadas, banheiro, mobiliário e internet										
Piratas da Praia Hostel CoWorking	Publicamente	Escritório Lúdico; Localização perfeita; tomadas em todos os lugares; biscoitos e bolachas disponíveis; WiFi 50MB SycroDuoSystem2.8wifi®; Estacionamento rotativo; Atendimento e Concierge 24h; Sistema de segurança com check-in/out e pulseira de acesso.										
Virtua Office	Publicamente	No Virtua Office você conta com estruturas de alto padrão, completamente equipadas para você e para a sua empresa.										
Bunker Coworking	Publicamente	Mobília ergonômica; Internet 240Mb com redundância; Climatização; Café / Água; Serviço de recepção										
Collab Coworking	Publicamente	Recepção; Sala de Trabalho Compartilhado; Sala de Reunião 6 a 8 pessoas; Área de descanso; Copa Agua e Café										
Mascate café e negócios	Publicamente	Salas de trabalho, salas multimídia; espaço para eventos; sala de leitura, pequena livraria.										
Regus	Publicamente	Espaço de escritório quando você precisar com organização, por ordem de chegada.										Sua própria mesa exclusiva, com todos os benefícios de um escritório privado em um espaço compartilhado. Inclui linha e aparelho de telefone
Impact Hub	Publicamente	Espaços de Trabalho Inspiradores; Mobiliário incluso; Recepção e Caixa Postal; Internet de Alta Performance; Espaços para Reuniões e Eventos; Lounges, Copa, Cerveja e Café										
Renor Office	Publicamente	Salas climatizadas, mobiliadas, com acesso à internet, telefonia, recepção café e água à vontade										
Espaço Mais Recife	Não	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Calango Coworking Ltda. - ME	Não	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
F1 Coworkig	Não	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Multioffice	Não	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Smartoffice	Não	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Espaço Nabuco	Não	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Estúdio 109	Não	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
SinsPIRE	Não	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Rede 344	Não	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Espaço Carambolativo	Não	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
America's Office	Não	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Plexos escritório virtual & Coworking	Não	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

\*Informações obtidas através dos sítios virtuais de cada empreendimento



Observando a Figura 2, nota-se que, predominantemente, os Coworkings em Recife mantêm suas instalações concentradas em bairros de densidade “média-alta”, seguido das áreas de densidade média e baixa devido as suas especialidades comerciais e de renda. Ainda sobre as densidades demográficas, há uma faixa centro sul e centro norte que se alinham as densidades médio/baixa, contudo, não ocupadas em quantidade pelos estabelecimentos CW. Acerca das estratificações sociais por renda (Figura 3), a concentração dos empreendimentos abarca valores acima de 4 mil reais/bairro (Estrato C+ IBGE, C/B+ FGV, estrato 5+ Abep e classificação “Alta classe média +” do SAE). A área litorânea sul e sua zona de borda são palco da segunda maior concentração dos Coworkings, onde os aspectos populacionais e de renda mencionados anteriormente concomitam ao ambiente.

Segundo Sfredo et al. (2006) qualquer empresa que planeja sua implantação no território, considera aspectos básicos para sua sustentação, tais como os fornecedores disponíveis, a comunidade, mercado consumidor, infraestruturas logísticas e concorrentes diretos; como o CW fornece um espaço alternativo de trabalho, instigando a produção de ideias e a troca de habilidades, é factível que os mesmos ambientes sejam alocados nos lugares mais rentáveis do município, uma vez que a quantidade de profissionais liberais e empreendimentos que permitam novas experiências nestes locais sejam em maiores proporções. Os escritos de Bernardes e Marcondes (2000) concomitam com a premissa anterior, no qual, os autores comentam que os fatores relacionados ao deslocamento do consumidor, facilidade do cliente ao encontrar o item que procura e a logística geral influencia diretamente na introdução de uma empresa numa região (MENESES et al., 2013).

Veiga (1999) explica a concentração de empreendimento pelo conceito da proximidade territorial, no qual, a comunicação e a transação de informações dos atores interdependentes de um cluster permitem que os mesmos compartilhem ameaças e oportunidades, gerando benefícios como concorrência inovadora, cooperação e novos conhecimentos, sobretudo para novos mercados. Cluster por sua vez é definido por Porter (1999) como concentrações geográficas de corporações que quando mantêm êxito podem obter além de recursos humanos qualificados, vantagens geoestratégicas.

Junto as informações fornecidas no Quadro 1 e amparados no perfil médio dos bairros consumidores de Coworking em Recife da Figura 3, cerca de 15~20% da renda média é empregada para usufruir o tempo máximo do ambiente ao longo do mês; esse percentual pode diminuir de acordo com a necessidade da utilização e rentabilidade do indivíduo, todavia, a estrutura disponível poderá também ser reduzida. A respeito dos valores dos planos, observa-

se proximidades de preços no combo de horas ilimitadas e horas avulsas, estes, respectivamente, aproximam-se de 500 reais (com média de 768) e de 10 reais (com média de 17). Nota-se que há uma grande variedade de planos de consumo entre os CW.

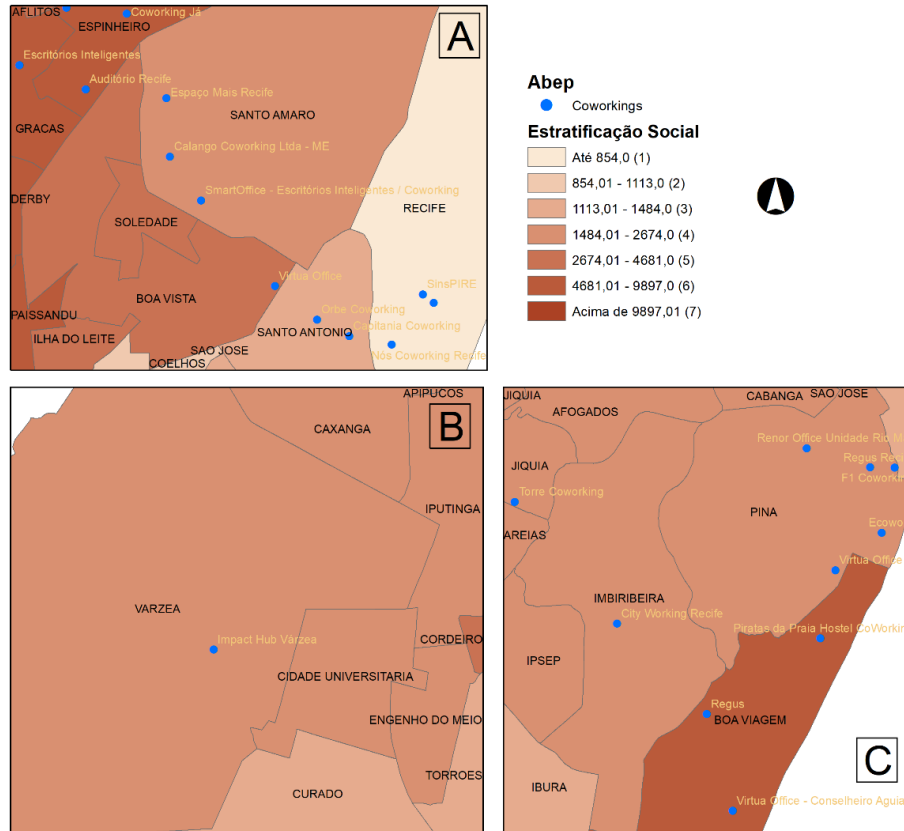
Em resumo, dos 36 Coworkings pesquisados, 17 expõe seus dados de planos publicamente. Dentre os 17, apenas 1 Coworking tem um plano ilimitado com valor abaixo de 500 reais (Work Madalena), 6 Coworkings tem seus planos ilimitados entre 500 a 600 reais; os demais mantêm seus planos ilimitados acima de 700 reais ou não tem esses planos. Observa-se a existência de planos que variam por hora consumida, por dia consumido, por semana, pacotes de 20, 30, 40, 60, 80, 110 e 220 horas mensais e pacotes específicos

Observando o Quadro 2, nota-se que dos 36 CW pesquisados, 24 expõe suas estruturas nos respectivos sites. Os utensílios estruturais disponíveis nos planos de consumo dos Coworkings em comum são as mesas compartilhadas, a internet de cabo e wi-fi, impressoras, pontos de recarga para celular/notebook, ar-condicionado, banheiro, água e café grátis. Estruturas como bicicletário, estacionamento gratuito, biblioteca, livrarias e áreas de bares dependem e são disponíveis de acordo com o tamanho e investimento do empreendimento, todavia, são existentes. Para os planos mais exclusivos, aspectos como acesso a sala de reuniões e/ou privativas, endereços comerciais, recebimento de correspondências, mesa fixada, backup de dados, perfil no site, endereço no cartão, auditório, lockers e secretárias eletrônicas mostram o diferencial que cada empresa pode fornecer ao seu cliente, o tornando o único, personificado. Os comentários de Brown (2017), Leforestier (2009) e Neuberg (2005) vão de encontro com os pontos abarcados nas estruturas CW, onde é revelado que esses ambientes podem ser aplicados e replicados em cafés, bibliotecas, bares e hotéis; além disso, a possibilidade da união de diversos especialistas compartilhando bancadas, softwares livres, impressoras 3d ou somente a internet são o diferencial no interior do empreendimento.

Os Coworkings que saem do padrão de densidade/renda trazem consigo especificidades que proporcionam a sustentação do mesmo no território, e por esse motivo é importante uma análise que ultrapasse os números. Próximo ao ambiente de maior concentração dos empreendimentos compartilhados há uma região com renda mensal mínima com CW implantados: é o Bairro do Recife, com várias instituições governamentais (sendo estas estaduais, federais e municipais) instaladas, a região vem mantendo uma forte economia devido ao seu acervo histórico-cultural, sendo assim, um constante palco de visitas turísticas como também é chamariz de empresas tecnológicas oriunda do Porto Digital e Social. Essa mesma região compartilha de mazelas sociais devido a permanência de favelas

na maior parte do território, o que reduz seus indicadores econômicos, mas não diminui sua importância (Figura 4 A).

Figura 4 – Especificidades locais de Coworkings em Recife



Fonte: Elaborado pelos autores.

Além do Bairro do Recife, são observados CW nos bairros de Santo Antônio, São José, Santo Amaro e Boa Vista, que juntos fazem parte do complexo comercial de Recife, no qual atividades do setor de serviços predominam: shoppings, lojas, comércio informal, hospitais, faculdades privadas e um fluxo de modais terrestres apontam a relevância desses bairros para economia e explicam as instalações dos ambientes compartilhados na área (Figura 4 A). As especificidades são observadas também nos Coworkings que estão alocados na zona periurbana de Boa Viagem, região Sul. No Pina, os CWs aproximam-se ou estão inclusos em empresariais ou Shoppings (Shopping Rio Mar; JCPM Center); junto aos bairros da Imbiribeira e Boa Viagem, caracteriza-se a segunda grande região comercial do Recife, além da existência do aeroporto que fortalece as conexões dos modais de transporte e outros serviços (Figura 4 C).

A presença dos Coworkings localizados no Jiquiá/Areias e Várzea (Figura 4 B, C), zona Oeste do Recife, que compartilham das mesmas características de renda (No Jiquiá: IBGE – E, FGV – C, Abep – 4 e SAE “Baixa Classe Média”; Areias: IBGE – D, FVG – D, Abep – 4 e SAE “Média Classe Média”; Várzea: IBGE – D, FGV – C, Abep – 4 e SAE “Média Classe Média”) e densidades populacionais semelhantes (60,22/124,51 e 31,24, respectivamente) comprovam que há consumidores potenciais na área. Partindo do princípio da renda média por bairro em relação ao preço médio dos planos ilimitados, os consumidores desses estabelecimentos utilizam aproximadamente 35 a 45% da renda, um percentual elevado quando comparado aos percentuais dos bairros de concentração dos CW. Contudo, a partir do Quadro 2, sabe-se que para aquela região o percentual varia entre 18 a 25%, devido aos preços expostos serem reduzidos em relação a outros ambientes. Este percentual se aproxima do percentual de consumo/renda dos bairros de concentração CW tradicionais na cidade.

Mesmo com uma relativa aproximação aos institutos e universidades, ponto que pode influenciar ou não na implementação do empreendimento, a permanência desses ambientes nesses locais é importante, pois, além de disseminar o novo conceito de trabalho, o mesmo consegue se remodelar para adequar parcelas sociais menos favorecidas. Observando a estrutura, planos e preços dos dois ambientes em destaque nota-se que uma é fruto das maiores redes mundiais de Coworkings, a Impact Hub, o que traz consigo uma bagagem tanto estrutural como de experiência; e a outra consegue fornecer um dos menores preços catalogados em conjunto a uma estrutura densa de serviços.

Percebe-se, por advento de fatores externos, como as crises que assolaram os cenários políticos e econômicos no Brasil, que nos dias atuais o empreendedorismo personificado pelo microempreendedor individual, comércios, serviços especializados, franquias e startups emergiram como uma resistência e persistência do indivíduo em manter-se no mercado de trabalho. Além dos fatores citados, o sonho de ser o dono do próprio negócio ainda mais favorece a abertura de empresas, no qual, o palco desses novos empreendimentos são as zonas de subúrbio. Com subsídios do Estado, Recife recebeu o título de cidade mais empreendedora do Nordeste e Pernambuco entrou em destaque de jovens empreendedores (G1, 2015; DIARIO DE PERNAMBUCO, 2015) fruto da forte entrada de negócios nas áreas de humanas, saúde e tecnologia da informação.

Os investimentos alcançaram todos os locais; verifica-se como forma de aquecer o comércio nos bairros dormitórios, o setor de serviços e atacadistas sendo ressaltados. Franquias diversas, supermercados, pequenas lojas, boutiques, cafés, salões de beleza,

mecânicas, restaurantes e bares emergem distantes dos centros comerciais consolidados e criam pequenos polos de comércio, que fixam e convidam clientes (G1, 2013b, JORNAL DO COMMERCCIO, 2017a). A integração de ambientes compartilhados nesses pequenos polos além de ser uma nova forma de empreender também é uma grande oportunidade de propagar o conceito Coworking, sendo de completa importância sua inclusão.

#### 4.2 OS COWORKINGS SOCIAIS: COMO INCITAR COWORKINGS EM TERRITÓRIOS NÃO CONVENCIONAIS?

Debruçando-se nos objetivos e conceituação da Economia Colaborativa e retornando ao conceito de CW, propõem-se acerca do conceito de Coworking Social (CW-Social) as seguintes proposições:

**P1:** CW-Social consiste em uma estrutura que viabiliza iniciativas empreendedoras em regiões tidas como descentralizadas, dormitórios ou periféricas. E,

**P2:** As características ou dimensões do empreendedorismo em áreas periféricas são estimuladas pelo CW-Social.

Ademais, percebe-se notável relação entre a iniciativa empreendedora e a atividade econômica das áreas periféricas, para o que se tem:

**P3:** Iniciativas tal qual os CW-Social podem auxiliar áreas de menor renda média *per capita* a reverter um quadro de relativa estagnação econômica registrado atualmente.

Resguardando-se em princípios do Consumo Colaborativo, Redes e da atividade empreendedora, visa-se a possibilidade da promoção de formas alternativas com a tangibilidade da obtenção de resultados financeiros satisfatórios sem reduzir a qualidade de vida da população e a economia local. Ademais, a sustentabilidade refletida na redução de recursos naturais, melhoria de processos e utilização de ambientes ociosos impactam diretamente em benefícios ambientais e é característica do consumo colaborativo, fazendo-o diferente do consumo tradicional, contribuindo diretamente nessa nova definição para o CW. Deste modo, propõe-se:

**P4:** A natureza de gestão do CW-Social dá-se no âmbito do empreendedorismo social, mediante a aplicação das definições de governança colaborativa.

Neste mister, os CW-Sociais são ambientes de compartilhamento de espaços podendo conter (ou não conter) vários pontos físicos que caracterizam o CW tradicional, tal como auditório, sala de reunião, computadores de alto processamento e área de convivência. O ponto concomitante entre as duas formas Coworking são as salas de interação entre pessoas e as bancadas individuais e coletivas, fazendo desse modo, que todos ou a grande maioria se encontrem e tenham a possibilidade de trocar experiências. Ressalta-se, através da definição de Tomalty (2014) onde o autor aponta CW como uma forma de trabalho em escritórios divididos/compartilhados, a observação de traços da economia colaborativa no que diz respeito aos espaços compartilhados, contudo, a busca da rentabilidade como um dos objetivos bases ainda assegura a presença desse empreendimento na economia tradicional.

Acerca da caracterização do CW-Social, no mínimo, dois dos três grandes pontos da economia colaborativa devem estar presentes, os quais: (i) o sistema de serviços e produtos, onde usa-se temporariamente um bem sem ter a posse propriamente dita do mesmo; (ii) os preços simbólicos e/ou preços acessíveis para a utilização, proporcionando a tangibilidade das camadas sociais mais baixas usufruírem no empreendimento; (iii) a troca do espaço (mercado de redistribuição) e a transferência de habilidades, experiência e outros itens intangíveis concretizados em minicursos, palestras e oficinas no local. Aspectos como fomento à economia local e sustentabilidade também devem ser preservados.

A nova alternativa de CW pode estar alocada nos centros comerciais ou fora destes (descentralizados), uma vez que os estudos de casos sobre os espaços compartilhados mostram que existem a possibilidade de aplicação dos CW em bibliotecas, cafés, empresariais, incubadoras, espaços artísticos, restaurantes ou um espaço exclusivo para um Coworking. Desta forma, o novo conceito pode atender potenciais demandas ainda não atingidas, pela distância ou preço proposto, além de incitar e popularizar o ambiente *Shareworking* para camadas sociais menos favorecidas. Donos de franquias locais, microempreendedores, empreendedores individuais no geral, contadores, advogados, síndicos, empreendedores locais, estudantes iniciais das esferas tecnológica, engenharias, criação, produção, educação e arte, blogueiros e *Youtubers* são os visíveis e principais potenciais consumidores; assim, indica-se que haja parcerias com CWs mais antigos, para que a troca de experiências da gestão (*know-how*) exista bem como o aumento no marketing para que os novos consumidores compreendam e se interesse pelo empreendimento social.

Diferente da estrutura padrão, essa nova alternativa de empreender apresenta:

**P5:** Coworkings Sociais são estruturas secundárias que apontam para primárias; isto é, os Coworkings Sociais são a porta de entrada para um universo maior que são os já tradicionais e conceituados CWs.

Através dos escritos sobre consumo colaborativo e redes, CW Social remete a um ambiente sendo uma parte de um todo ou um tentáculo descentralizado/suburbano de um CW tradicional. As redes de cooperação, onde diferentes atores unem-se por um bem comum e as redes informais, que são criadas através da força de confiança entre os mesmos atores são as exemplificações que se encaixam melhor nesse formato Coworking. O princípio do consumo colaborativo, por sua vez, onde a rentabilidade convencional é vista em segundo plano, daria suporte para indicar e direcionar os CW Sociais para os CW; verifica-se também traços das redes do tipo hierárquicas (onde organizações se unem, mas algumas dependem mais de outras para se manter) presentes neste aspecto. Informativos e apresentações visuais sobre minicursos, palestras e novidades estruturais servirão como mecanismo impulsionador para os novos consumidores irem de encontro aos CWs tradicionais quando estes se familiarizarem com o espaço e necessitarem expandir seus networkings ou habilidades, por exemplo. Assim sendo, propõe-se:

**P6:** CWs e CW-Sociais são estruturas interligadas e de apoio mútuo.

A partir do exposto na Proposição 5, esses tipos alternativos de espaços de trabalho compartilhado não serão concorrentes, pelo contrário, os Coworkings Sociais serão uma espécie de complementação, observando e incentivando as capacidades e potencialidades criativas dos ambientes de renda inferior.

**P7:** No processo empreendedor, o CW-Social pode auxiliar mais fortemente nas fases "evento inicial" e "implementação".

Destaca-se que não se deve confundir o conceito de CW-Social com os já existentes CWs voltados ao compartilhamento sobre experiências ou projetos sociais. Por mais que tenham semelhança na denominação, estes empreendimentos foram direcionados para o manejo de projetos de cunho social, artísticos e de impacto ambiental, sendo diferente do que

é proposto nessa pesquisa (P3, 2015; GAZETA DO POVO, 2016; DRAFT, 2016). Dada esta argumentação, tem-se:

**P8:** CW-Sociais são ambientes propícios para formação de redes de empreendedores e parceiros em áreas periféricas.

Em síntese, as principais divergências e semelhanças entre as estruturas de CWs e CW-Sociais são apresentadas no Quadro 3.

Quadro 3 – Comparação das características gerais do Coworking Social e Coworking

Características	Coworkings tradicionais	Coworkings sociais
Espaço físico compartilhado	SIM	SIM
Uso de um bem sem ter sua real posse (sistema de serviços e produtos - Economia Colaborativa)	SIM	SIM
Possibilidade de transferência de habilidades e informações	SIM	SIM
Preços Simbólicos / Preços Acessíveis (Economia Colaborativa)	NÃO	SIM
Direcionamento principal ao fomento da Economia Local e Transformação social	NÃO	SIM
Capacidade de direcionamento para outros Coworkings Sociais/ Coworkings tradicionais	NÃO	SIM
Capacidade de descentralização dos pólos comerciais/tecnológicos	TALVEZ	SIM
Capacitação para recém-formados / novos empreendedores	TALVEZ	SIM
Incentivo à sustentabilidade	TALVEZ	SIM
Incentivo ao mercado de redistribuição	TALVEZ	SIM

Fonte: Elaborado pelos autores.

Considerando que a lógica do construto CW-Social passa pelo levantamento de especificações geográficas da sua aplicação, tem-se que:



**P9:** Deve-se indicar a área de referência geográfica para aplicação do conceito de CW-Social.

A fim de aprofundar a discussão e oferecer uma abordagem específica de investigação do construto CW-Social, obteve-se, como referência territorial para a reflexão empreendida no presente ensaio, a cidade de Recife com finalidade de pontuar a relevância das áreas distantes dos centros comerciais, a atividade empreendedora nestes locais e a inclusão dos CW-Sociais. A capital de Pernambuco está distante de ser a cidade mais empreendedora do Brasil, estando na vigésima (20<sup>o</sup>) colocação (PEGN, 2017); contudo, seus indicadores a colocam como a cidade de maior renda média em relação à quantidade populacional no Nordeste e a décima primeira (11<sup>o</sup>) do Brasil (REHDER, 2018), mantendo títulos como a cidade referência em capital humano e a mais inovadora do Norte-Nordeste (PEGN, 2017).

Os dados citados fazem o governo estadual incentivar o empreendedorismo local, onde a resposta para esse incentivo se observa na parcela mais jovem, essa liderada pelos universitários, sobretudo nas áreas de Humanas, Saúde e Tecnologia da Informação - TI que vem investindo cada vez mais na abertura de microempresas. A iniciativa e otimismo acerca da abertura de empresas põe o estado de Pernambuco em destaque na pesquisa nacional de jovens empreendedores (G1, 2015) e Recife como a capital mais empreendedora do Nordeste (DIÁRIO DE PERNAMBUCO, 2015), podendo desta forma, servir de ambiente exemplo para demais comparações.

O cenário do empreendedorismo é derivado de diversas frentes. A abertura comercial no aeroporto, os novos shoppings e a chegada de indústrias junto a incentivos privados e públicos em Recife e em Pernambuco geraram milhares de empregos e fizeram da capital um chamariz de novas empresas. Contando com três universidades públicas e um grande polo educacional privado, a cidade ao mesmo tempo que ganha novas vagas empregatícias distribui mão de obra qualificada (MELO, 2016; DIÁRIO DE PERNAMBUCO, 2017; JORNAL DO COMMERCIO, 2017a).

Verifica-se também investimentos no setor atacadista e de serviços. As áreas mais longínquas do centro da cidade vêm recebendo mais supermercados e atividades franquizadas; diante de bairros com uma população alta, a aceitação desses empreendimentos é maior, uma vez que os clientes não precisam mais fazer longas distâncias para as compras. Ademais, com a crise econômica nota-se o aumento de pequenas lojas, boutiques, cafés, salões de beleza, mecânicas, restaurantes e bares concomitantemente com o aumento de conjuntos residenciais na zona oeste do Recife, é o desejo pulsante das zonas periféricas recifenses em empreender (G1, 2013b, JORNAL DO COMMERCIO, 2017b). Nestes casos de efervescência de

empreendedores em ambientes periurbanos dos polos comerciais, os CW-Sociais seriam o elo de orientação e intermédio dos microempreendedores com as atualizações do mercado, resultando numa maior profissionalização da corporação e capacitação do indivíduo, dando assim, possibilidade da capacidade de transformação social, crescimento e desenvolvimento econômico local, prospecção de mercado e geração de emprego e renda.

Observando um território que em termos econômicos e de fomento ao empreendimento efervesce, em termos metodológicos, sugere-se que seja elaborado um protocolo de pesquisa, que passa pelo aprimoramento e especificação do domínio do construto CW-Social e elaboração de uma escala apropriada (BABBIE, 2001; COOPER; SCHINDLER, 2003). Ademais, para obtenção da excelência na aplicação da escala, faz-se de notável relevância a utilização de técnicas de geoprocessamento voltadas ao Sistema de Informações Geográficas - SIG e o geomarketing no estudo dos Coworkings Sociais.

Inicialmente, deve-se estimar as áreas de interesses georreferenciadas a partir de centros já considerados como de inovação (como CWs tradicionais, universidades e centros tecnológicos, por exemplo) e com notáveis iniciativas empreendedoras. Existem várias ferramentas que dão suporte à estimação da área de interesse (informações sobre renda, sobre população, localização dos Coworkings em uma determinada região, histórico da região, entre outros). Assim, a partir da aplicação dos conteúdos adquiridos há a tangibilidade de indicar uma área de referência geográfica para aplicação do conceito de CW-Social.

**P10:** Deve-se analisar como se organiza a área de influência oriunda do geomarketing dos ambientes de CW-Social.

A partir do plano de informações sobre as áreas criada, recomenda-se um estudo sobre os ambientes de influência dos estabelecimentos de interesse. O desenvolvimento desta etapa baseia-se na teoria do geomarketing observada nos trabalhos de Bernardes e Gomes-Junior (2016), Seabra (2014), Parente (2010) e Parente e Kato (2001) denominada “Teoria das áreas de influência”, sendo inicialmente definida por Huff (1964) e Applebaum (1966) como o ambiente geográfico passível de maior concentração de clientes em um determinado território, no qual leva-se em consideração aspectos como por exemplo: população na cidade; facilidades dos meios de locomoção; disposição do cliente em locomoção, competitividade; concorrência dos empreendimentos; tempo gasto de locomoção; características dos centros urbanos e esforço promocional (PARENTE, 2010).

Applebaum (1966) apresentou uma classificação das áreas de influência dividindo-as em três (3) (área primária, compreendendo 60 a 70% dos clientes; área secundária, compreendendo 15 a 25% dos clientes e área terciária, compreendendo menos de 10% dos clientes potenciais) sendo esta uma das mais usadas na literatura. Tendo a divisão percentual de Applebaum (1966) como base e considerando os estudos da Parking Brasil (2013) e Seabra (2014) acerca da máxima distância percorrida por clientes para usufruir itens, sejam eles materiais ou intangíveis, exibe-se na Tabela 6 estimativas para as distâncias das zonas de influência dos Coworkings Sociais.

Tabela 6 – Estimativas das áreas de influência sugeridas (raio)

<b>Área de influência</b>	<b>Distância (metros)</b>
Primário	800
Secundária	2000
Terciária	4500

Fonte: Elaborado pelos autores.

Diante da literatura sobre o geomarketing no Brasil, o tipo de serviço fornecido pelos estabelecimentos Coworkings e o ambiente não comum de implementação, a Tabela 6, estima-se valores iniciais para as áreas de influência na pesquisa, estes são de 800 metros para a área de influência primária, 2000 metros para secundária e 4500 metros para a terciária. As respectivas distâncias podem ser incluídas através dos *softwares* de geoprocessamento, bem como poderão ser inseridas dados adicionais sobre a quantidade populacional, estrutura viária principal, renda per capita mensal por bairro e outras informações pertinentes para que se defina quem será o principal consumidor dos CW-Sociais, suas interligações e especificidades. Ressalta-se a importância das pesquisas *in-loco*, onde estas deverão ser executadas, desde que possível, para que haja a compreensão de aspectos sensíveis que definem a implicação de um novo estabelecimento em uma determinada região.

Frente a essas proposições expostas, conceitua-se a base principal do constructo Coworking Social, bem como sua forma de investigação. Considerando as dificuldades que podem ser encontradas na aplicação dos Coworkings nos territórios de subúrbio no formato padrão que vem sendo implementado nas regiões de comércio consolidado e rentabilidade alta, a ideia dos Coworkings Sociais pode ser o caminho para incitação dos ambientes compartilhados em territórios não consolidados, sejam por motivos de renda por bairro,

densidade populacional elevada ou distância dos centros urbanos/comerciais. Aspectos como o preço, a capacidade integrativa, capacitações internas, informativos e a oportunidade de aprender e tornar a empresa mais participativa e/ou tecnológica podem ser características que recrutem os consumidores potenciais para estes ambientes de cooperação.

Em resumo, dos 36 Coworkings catalogados no Recife, 17 revelaram seus planos e preços. Para os planos ilimitados observou-se que dentre os 17, apenas 1 mantinha seus valores abaixo de 500 reais, 6 estabelecimentos variando entre 500 a 600 e os demais acima de 700 reais ou não havia planos ilimitados. Desta forma, a média ponderada dos preços alcança o valor de 768 reais, o que pode corresponder de 15 a 20% da renda média/bairro dos ambientes mais ricos do recife, 35 a 45% dos ambientes de subúrbio e 80 a 95% dos ambientes em vulnerabilidade. Sabendo que os ambientes compartilhados em Recife consomem aproximadamente 15 a 20% da renda média/bairro, alcançar esse valor percentual para as regiões de renda inferior é um ponto chave para adesão desses empreendimentos em novos territórios no formato tradicional ou via Coworking Social.

## **5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Por mais que as conceituações tendam a limitar esses ambientes para um setor ou outro, os Coworkings são e devem ser para todos, uma vez que o compartilhamento de experiências, conscientização e capacitações são universais. Dessa forma, abarcar populações e regiões não favorecidas desse estabelecimento é necessária, onde a teoria do Coworkings Sociais pode incluir-se como alternativa para disseminação de informações e adesão da população de renda mais baixas nas cidades, caso seja implementada.

Da população Coworkings em estudo, apenas 2 não estavam na zona de influência econômica/comercial e de renda elevada da cidade do Recife; com características de renda e população semelhante, um é fruto de uma rede global complexa e experiente de Coworking, o que traz consigo experiência necessária para incluir-se em ambientes de menor favorecimento, e o outro estabelecimento proporciona um dos menores preços observados junto a um pacote estrutural denso de facilidades, aspectos estes que não podem ser postergados.

Sobre a estrutura, as mesas compartilhadas, a internet de cabo e wi-fi, impressoras, pontos de recarga, ar-condicionado, banheiro, água e café grátis são as observadas em comum na grande maioria dos ambientes em estudo. Estruturas como bicicletário, estacionamento gratuito, biblioteca, livrarias e áreas de bares dependem e são disponíveis de acordo com o

tamanho e investimento do empreendimento, todavia, são existentes. Para os planos mais personificados, aspectos como acesso a sala de reuniões e/ou privativas, endereços comerciais, recebimento de correspondências, mesa fixada, backup de dados, perfil no site, endereço no cartão, auditório, lockers e secretárias eletrônicas são detectados e revelam o potencial do diferencial existente para cada Coworking.

Na esfera teórica, os Coworkings Sociais (CWS) podem viabilizar iniciativas empreendedoras desse ramo em regiões descentralizadas. Voltada aos conceitos de Economia Colaborativa, Redes e de Empreendedorismo, o mesmo consiste em proposições que aderem o estímulo a economia local, que auxilia a reversão do quadro relativo de estagnação econômica; integração e apoio mútuo oriundo da governança colaborativa; auxílio e propagação dos Coworkings e suas funcionalidades para um mercado potencial; direcionamento e redirecionamento para Coworkings alocados em centros comerciais e criação de uma rede local e/ou cluster para potencialização dos pontos positivos de cada empreendimento aderido no ambiente compartilhado, conquistando dessa forma, benefícios que aumentem sua vantagem competitiva.

Como aprofundamento da reflexão empreendida neste ensaio, sugere-se, futuramente, analisar as formas de mensuração e avaliação do construto Coworking social e suas relações com o empreendedorismo em regiões delimitadas geograficamente. Para tal, faz-se necessário: (i) construir um instrumento para mensurar e avaliar o construto Coworking social, a partir da especificação do domínio do construto empreendida neste ensaio; (ii) compreender a natureza da relação entre o construto Coworking social e empreendedorismo na região selecionada; e (iii) analisar o impacto entre a aplicação desse construto e a propensão a atividade empreendedora a partir da estimativa de um modelo explicativo. Ademais, pesquisas sobre esse campo devem ser executadas no Brasil, sobretudo no Nordeste, uma vez que se verifica carência em artigos e estudos de casos para essa região.

## REFERÊNCIAS

- APPLEBAUM, W. Methods for determining store trade area, marketing penetration and potential sales. **Journal of Marketing Research**. vol 3. pp-127-141. 1966.
- AQUINO, C. A. B. Transformações no modelo industrial, “novos” trabalhos e nova temporalidade. **Psicologia & Sociedade** (edição especial), 19 (1), 21-28, 2007.
- BABBIE, E. **Métodos de pesquisas de survey**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2001.
- BALESTRIN, A.; VARGAS, L.M. Evidências teóricas para a compreensão das redes Inter organizacionais. **Anais ....** In: ENCONTRO DE ESTUDOS ORGANIZACIONAIS, 2. 2002, Recife. Anais... Recife: Observatório da Realidade Organizacional: PROPAD/UFPE: ANPAD, 2002. 1 CD.
- BERNARDES, C. MARCONDES, R. C. **Criando empresas para o sucesso**. 2. ed. São Paulo: Futura, 2000.
- BERNARDES, E. B; GOMES-JÚNIOR, S.F. Utilização de um sistema de informação geográfica (SIG) para análise da distribuição e padrões dos alunos ingressantes de uma IES privada. **Revista Científica Internacional**. Vol.11, n.4. 2016.
- BIANCHI, F.; CASNICI, N.; SQUAZZONI, F. Solidarity as a byproduct of professional collaboration: Social support and trust in a coworking space. **Social Networks** 54, 61–72 2018.
- BILANDZIC, M.; SCHROETER, R.; FOTH, M. Gelatine: Making coworking places gel for better collaboration and social learning. **Proceedings ...** In 25th Australian computer-human interaction conference on augmentation, application, innovation, collaboration (pp. 427–436). New York, USA: ACM, 2013.
- BITOUN, J; MIRANDA, J; SOUZA, M.A.A; LYRA, M. R.S.B. Região Metropolitana do Recife no Contexto de Pernambuco no Censo 2010. **Observatório das Metrôpoles – Boletins**. 2012. Disponível em: <[www.observatoriodasmetropoles.net/download/Texto\\_boletim\\_recife\\_final.pdf](http://www.observatoriodasmetropoles.net/download/Texto_boletim_recife_final.pdf)>. Acesso em: 10/11/2018
- BOAVA, D. L. T.; MACEDO, F. M. F. Estudo sobre a essência do empreendedorismo. **Anais....** In: XXX Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração. Anais do XXX Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração. Salvador, BA: ANPAD, 2006.
- BORGES, L. Mudanças no mundo trabalho, mudanças na educação. L Borges - **Revista Contemporânea de Educação**, 2012. Disponível em: <<https://revistas.ufrj.br/index.php/rce/article/view/1607>>. Acesso em: 24/09/2016.
- BOTSMAN, R.; ROGERS, R. **O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo**. Bookman, Porto Alegre, 2009.
- BOUNCKEN R.B., ASLAM M.M., REUSCHL A.J. The Dark Side of Entrepreneurship in Coworking-Spaces. In: Tur Porcar A., Ribeiro Soriano D. (eds) Inside the Mind of the Entrepreneur. **Contributions to Management Science**, pp 135-147. Springer, Cham, 2018.
- BROWN, J. Curating the “Third Place”? Coworking and the mediation of creativity. **Geoforum** 82, p.112–126, 2017.

CABRAL, V.; WINDEN, W. V. Coworking: An analysis of coworking strategies for interaction and innovation. **Proceedings ...** In: Regional studies association annual conference, Graz, Austria, 2016.

CAGLIO, A. Networks and information technology: Competing through extranets. **Anais...** In: III CEMS - Community of European Management Schools. Louvain-la-Neuve, May 7-9, 1998.

CAPDEVILA, I. **Different Inter-Organizational Collaboration Approaches in Coworking Spaces in Barcelona.** [2014]. SSRN Articles. Disponível em: < <https://ssrn.com/abstract=2502816> > Acesso em: 06/03/2018.

CAPDEVILA, I. Knowing communities and the innovative capacity of cities. **City, Culture and Society** (in press), 2017.

CARNEIRO, T, R. **Faixas salariais e classes sociais: IBGE e Abep.** [2018]. Disponível em: < <https://thiagorodrigo.com.br/artigo/faixas-salarias-classe-social-abep-ibge/> >. Acesso em: 27/11/2018.

CASTILHO, M, F.; QUANDT, C.O. Collaborative Capability in Coworking Spaces: Convenience Sharing or Community Building? **Technology Innovation Management Review**, v.7 n. 12, 2017.

COOPER, D. R.; SCHINDLER, P. S. **Métodos de pesquisa em administração.** Porto Alegre: Bookman, 2003.

COSTA, R. B. Sobre o papel da confiança e das tecnologias digitais de comunicação nas experiências de economia colaborativa. In: **Seminário dos Alunos do Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social da Universidade Federal do Rio de Janeiro**, 2015, Rio de Janeiro. Anais do Seminário dos Alunos do PPGAS, 2015. [da-classe-media-no-brasil/](http://da-classe-media-no-brasil/) >. Acesso em: 28/12/2018

DIÁRIO DE PERNAMBUCO. **DP Empresas traz novidades no mercado de negócios pernambucano.** 2017. Disponível em: < [http://www.diariodepernambuco.com.br/app/noticia/economia/2017/12/07/internas\\_economia,733854/dp-empresas-traz-novidades-do-mercado-de-negocios-pernambucano.shtml](http://www.diariodepernambuco.com.br/app/noticia/economia/2017/12/07/internas_economia,733854/dp-empresas-traz-novidades-do-mercado-de-negocios-pernambucano.shtml) >. Acesso em: 07/05/2018.

DIÁRIO DE PERNAMBUCO. **Recife é a capital mais empreendedora do Nordeste.** [2015]. Disponível em: < [http://www.diariodepernambuco.com.br/app/noticia/economia/2015/12/11/internas\\_economia,615614/recife-e-a-capital-mais-empreendedora-do-nordeste.shtml](http://www.diariodepernambuco.com.br/app/noticia/economia/2015/12/11/internas_economia,615614/recife-e-a-capital-mais-empreendedora-do-nordeste.shtml) >. Acesso em: 07/05/2018.

DONADONE, J.C.; SILVEIRA, F.Z.; RALIO, V.R.Z. Consultoria para pequenas e médias empresas: as formas de atuação e configuração no espaço de consultoria brasileiro. **Gest. Prod., São Carlos**, v. 19, n. 1, p. 151-171, 2012

DRAFT. **Seleção Draft - o que querem startups e grandes empresas.** Projeto Draft, 2016. Disponível em: <<http://projetodraft.com/selecao-draft-o-que-querem-startups-e-grandes-empresas/>>. Acesso em: 16/04/2017.

DUBOIS, E.; SCHOR, J.; CARFAGNA, L. Connected consumption: a sharing economy takes hold. **Rotman Management** pp. 50-55, 2014.

EXAME. **Brasil um país de empreendedores.** 2012. Disponível em: < <https://exame.abril.com.br/revista-exame/brasil-um-pais-de-empreendedores/> >. Acesso em: 16/06/2017.

FARAH, O. E.; CAVALCANTI, M.; DIAS, E. A.; JUNQUEIRA, C. R. C. **O empreendedor. In: Empreendedorismo estratégico: criação e gestão de pequenas empresas.** Farah, O. E.; Cavalcanti, M.; Marcondes, L. P. (Orgs.). São Paulo: Cengage Learning, p. 1-15, 2011.

FGV. **Qual a faixa de renda familiar das classes?** [2014]. Disponível em: < <https://cps.fgv.br/qual-faixa-de-renda-familiar-das-classes> >. Acesso em: 27/11/2018.

FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração**, São Paulo, v. 34, n. 2, p. 05-28, abr./jun. 1999.

G1 – GLOBO. **Empreendedorismo dos jovens em destaque em Pernambuco é destaque nacional.** [2015]. Disponível em: < <http://g1.globo.com/pernambuco/noticia/2015/03/empreendedorismo-dos-jovens-de-pe-e-destaque-em-pesquisa-nacional.html> >. Acesso em: 07/05/2018.

G1 – GLOBO. **Empreendedorismo dos jovens em destaque em Pernambuco é destaque nacional.** 2015. Disponível em: < <http://g1.globo.com/pernambuco/noticia/2015/03/empreendedorismo-dos-jovens-de-pe-e-destaque-em-pesquisa-nacional.html> >. Acesso em: 07/05/2018.

G1. **Empreendedores investem em mercadinhos na zona oeste do Recife.** [2013b]. Disponível em: < <http://g1.globo.com/pernambuco/noticia/2013/04/empreendedores-do-grande-recife-investem-em-mercadinhos-de-bairro.html> >. Acesso em: 07/05/2018.

G1. **Veja as diferenças entre conceitos que definem as classes sociais no Brasil.** [2013a]. disponível em: < <http://g1.globo.com/economia/seu-dinheiro/noticia/2013/08/veja-diferencas-entre-conceitos-que-definem-classes-sociais-no-brasil.html> >. Acesso em> 27/11/2018.

GALBRAITH, J.; LAWLER III, E. & ASSOCIADOS. **Organizando para competir no futuro.** São Paulo: Makron Books, 1995.

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

GAZETA DO POVO. **Coworking no setor social: conexões que transformam realidades.** Giro Sustentável, 2016. Disponível em: <[www.gazetadopovo.com.br/blogs/giro-sustentavel/coworking-no-setor-social-conexoes-que-transformam-realidades/](http://www.gazetadopovo.com.br/blogs/giro-sustentavel/coworking-no-setor-social-conexoes-que-transformam-realidades/)>. Acesso em: 16/04/2017.

GERDENITSCH, C.; SCHEEL, T. E.; ANDORFER, J.; KORUNKA, C. Coworking spaces: A source of social support for independent professionals. **Frontiers in Psychology**, 7(1), 1–12, 2016.

GIL, A.C. **Como elaborar projetos de Pesquisa.** 4 ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GREEN, R. Collaborate or compete: how do landlords respond to the rise in coworking? **Cornell Real Estate Review**, v. 12, n. 1, p. 52-59, Jul. 2014.

HUFF, D.L. Defining and Estimating a trading area. **Journal of Marketing**. vol.28, num 3. Pp 34-38. 1964.

HUMAN, S. E.; PROVAN, K. G. An emergent theory of structure and outcomes in small-firm strategic manufacturing network. **Academy of Management Journal**, v. 40, n. 2, p. 368-403, 1997.

JONES, D.; SUNDSTED, T.; BACIGALUPO, T. **I'm Outta Here: How Co-Working Is Making the Office Obsolete.** Not an MBA Press, Austin, 2009.

JORNAL DO COMMERCCIO. **Industria investe 691 milhões em Pernambuco e gera 930 vagas.** 2017a.. Disponível em: <



<http://jconline.ne10.uol.com.br/canal/economia/pernambuco/noticia/2017/07/07/industria-investe-r-691-milhoes-em-pernambuco-e-gera-930-vagas-293944.php> >. Acesso em: 07/05/2018.

JORNAL DO COMMERCCIO. **Pesquisa mostra desejo pulsante de empreender nas periferias do Recife**. [2017]. Disponível em: <

<http://jconline.ne10.uol.com.br/canal/politica/pernambuco/noticia/2017/06/06/pesquisa-mostra-desejo-pulsante-de-empreender-nas-periferias-do-recife-288116.php> >. Acesso em: 07/08/2018.

JORNAL DO COMMERCCIO. **Pesquisa mostra desejo pulsante de empreender nas periferias do Recife**. 2017b. Disponível em: <

<http://jconline.ne10.uol.com.br/canal/politica/pernambuco/noticia/2017/06/06/pesquisa-mostra-desejo-pulsante-de-empreender-nas-periferias-do-recife-288116.php> >. Acesso em: 07/08/2018.

KNORRINGA, P.; MEYER-STAMER, J. New dimensions in local enterprise co-operation and development: from clusters to industrial districts. **Anais...** In: Clusters e sistemas locais de inovação. Campinas: UNICAMP, set. 1999.

LEFORESTIER, A. The coworking space concept. CINE Term Project. **Indian Institute of Management (IIMAHM)**. Ahmedabad, p.19. 2009.

MARCON, M.; MOINET, N. **La Stratégie-Réseau**. Paris: Éditions Zéro Heure (traduzido), 2000.

MELO, J. **Aeroporto do Recife busca estimular ativação de novos negócios**. 2016. Disponível em: < <http://blogs.ne10.uol.com.br/jamildo/2016/12/15/aeroporto-do-recife-busca-estimular-ativacao-de-novos-negocios/> >. Acesso em: 07/05/2018.

MENESES, B.L.S; PISANU, L.; MIURA, M.N; SAMPAIO, R.R.S; SENNA, V. Fatores de decisão quanto à localização de fornecedores no setor automotivo nacional. **Revista Ciências Sociais em Perspectiva**, Vol. 12 – Nº 22 – 1º Semestre de 2013.

MONTANYE, J. A. Entrepreneurship. **The Independent Review**. v. X, n. 4, p. 549-571, 2006.

MORISSET, B. Building new places of the creative economy: The rise of coworking spaces. **Proceedings...** In 2nd geography of innovation international conference 2014 (p. 1-25). Utrecht, 2014.

MUÑOZ, P.; COHEN, B. Mapping out the sharing economy: a configurational approach to sharing business modeling. **Technological Forecasting and Social Change**, v. 125, p. 21-37, Dec. 2017.

NEUBERG, B. C. **Coworking - Community for Developers Who Work From Home**. [2005]. Disponível em: < <http://codinginparadise.org/weblog/2005/08/coworking-community-for-developers-who.html> >. Acesso em: 07/03/2018.

P3. **Dois espaços de Coworking procuram projectos sociais**. 2015. Disponível em: <<http://p3.publico.pt/actualidade/economia/16901/dois-espacos-de-coworking-procuram-projectos-sociais> >. Acesso em: 16/04/2017.

PAIVA Jr., F. G. **O empreendedorismo na ação de empreender: uma análise sob o enfoque da fenomenologia sociológica de Alfred Schutz**. Tese (Doutorado em Administração) CEPEAD, Faculdade de Ciências Econômicas – FACE, UFMG, Belo Horizonte, 2004.

PARENTE, J. **Varejo no Brasil: gestão e estratégia**. São Paulo. Atlas, 2010.

PARENTE, J; KATO, H. T. Área de Influência: um estudo no varejo de supermercados. **Revista de Administração de Empresas**. v.41, n.2. pp46-53. 2001.

PARKING BRASIL. **Que distância seu cliente está disposto a caminhar?** Vol 13. Ano III. p.1-32. 2013.

PEGN- PEQUENAS EMPRESAS GRANDE NEGÓCIOS. **Conheça as cidades mais empreendedoras do Brasil.** 2017. Disponível em: < <https://revistapegn.globo.com/Empreendedorismo/fotos/2017/11/conheca-cidades-mais-empreendedoras-do-brasil.html> > Acesso em: 20/06/2018.

PENROSE, E. **The theory of the growth of the firm.** 3rd. ed. Oxford: Oxford University, 1959.

PFEFFER, J.; SALANCIK, G. R. **The external control of organizations: a resource dependence perspective.** New York: Harper and Row (Traduzido), 1978.

PORTER, M. Location, competition, and economic: local clusters in a global economy. **Economic Development Quarterly.** v. 14, p. 15-34, 2000.

PORTER, M.E. Cluster e competitividade. **Revista HSM Management.** São Paulo: Ed. Savana, julho, 1999.

POWELL, W. W.; KOPUT, K. W.; SMITH-DOERR. L. Inter-organizational collaboration and the locus of innovation: Networks of learning in biotechnology. **Administrative Science Quarterly,** v.41, p.116-145, 1996.

REHDER, J. **Estudo das 20 maiores cidades com renda no Brasil.** 2018. Disponível em: < <https://blog.geofusion.com.br/estudo-20-cidades-maior-renda-brasil> >. Acesso em: 20/06/2018.

SEABRA, A. L. C. **Geomarketing: estudo de áreas de influência de um restaurante de healthy food em Natal.** 2014. Monografia (Graduação em Administração) - Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Centro de Ciências Sociais Aplicadas. Departamento de Ciências Administrativas. 105f.

SEBRAE – SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Economia Compartilhada: oportunidades para os pequenos negócios.** SEBRAE – Cuiabá, 34 páginas. 2017.

SEBRAE – SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Participação das micro e pequenas empresas na economia brasileira.** 2014, 108 p. Unidade de Gestão Estratégica.

SECRETARIA DE ASSUNTOS ESTRATÉGICOS – SAE. **Relatório de definição da classe média no Brasil.** Presidência da República, 2012. Disponível em: < <http://www.sae.gov.br/documentos/publicacoes/relatorio-dedefinicao->

SFREDO, J. M.; PEREIRA, L. N.; MORAES, P. R. P.; DALMAU, M. Análise de fatores relevantes quanto à localização de empresas: comparativo entre uma indústria e uma prestadora de serviços com base nos pressupostos teóricos. In: encontro nacional de engenharia de produção, 26, 2006, Fortaleza. **Anais...** Fortaleza: ABEPRO, 2006. SOBRAPO – Sociedade Brasileira de Pesquisa Operacional.

SILVEIRA, A. B. Economia colaborativa: reflexões a partir da literatura. **Desenvolve: Revista de Gestão do Unilasalle,** Canoas, v. 6, n. 2, p. 143-161, jul. 2017.

SILVEIRA, L.M.; PETRINI, M.; SANTOS, A.C.M.Z. Economia compartilhada e consumo colaborativo: o que estamos pesquisando? **REGE - Revista de Gestão,** Volume 23, p.298-305, 2016.

ŠVIRÁKOVÁ, E.; SOUKALOVÁ, R.; BEDNÁR, P.; DANKO, L. Culture managers education: system dynamics model of the coworking desing centre. **Procedia - Social and Behavioral Sciences**, n 174. p. 1684-1694, 2015.

TISCOSKI, G.; ROSOLEN, T.; COMINI, G. Empreendedorismo Social e Negócios Sociais: Um Estudo Bibliométrico da Produção Nacional e Internacional. **Anais ...**. In: Encontro Nacional da Anpad, Rio de Janeiro, RJ, Brasil, 2013.

TOMALTY, R Ours is better than yours. **Alternatives Journal**, v. 40, n. 2, 2014. Disponível em: <<http://goo.gl/2v3xiA>>. Acesso em: 18/04/2018.

TONELLI, D. F.; BRITO, M. J.; ZAMBALDE, A. L. Empreendedorismo na ótica da teoria ator-rede: explorando alternativa às perspectivas subjetivista e objetivista. **Cadernos EBAPE.BR**, Rio de Janeiro, v. 9, Edição Especial, Artigo 7, p. 586-603, jul. 2011.

VEIGA, J.E. A face territorial do desenvolvimento. **Anais...** in: 27º Encontro Nacional de Economia, Belém, 8-10 de dezembro de 1999, volume, pp. 1301-1318. Disponível em: [http://www.econ.fea.usp.br/zeeli/Textos/ArtigosCientificos/%5B20%5Dface\\_territorial](http://www.econ.fea.usp.br/zeeli/Textos/ArtigosCientificos/%5B20%5Dface_territorial)> Acesso em: 27/11/2018.

WORTHINGTON LIBRARY Tracking Trends in the Future of Worthington Library, **Public Library Quarterly**, 29:3, 230-271, 2010.