



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO ACADÊMICO DO AGRESTE
NÚCLEO DE GESTÃO
CURSO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

LUIZ CLAUDIO DE ASSIS

REALIZA COWORKING: uma análise de um espaço colaborativo na perspectiva de
profissionais liberais em Caruaru

Caruaru

2023

LUIZ CLAUDIO DE ASSIS

REALIZA COWORKING: uma análise de um espaço colaborativo na perspectiva de profissionais liberais em Caruaru

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Graduação em Administração da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Administração.

Área de concentração: Ciência Sociais aplicadas

Orientadora: Prof.^a Dr. Joyce Lenes Gomes Cajueiro

Caruaru

2023

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,
através do programa de geração automática do SIB/UFPE

Assis, Luiz Claudio de.

Realiza coworking: uma análise de um espaço colaborativo na perspectiva de profissionais liberais em Caruaru / Luiz Claudio de Assis. - Caruaru, 2023. 68p. : il.

Orientador(a): Joyce Lenes Gomes Cajueiro

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade Federal de Pernambuco, Centro Acadêmico do Agreste, Administração, 2023.

Inclui referências, apêndices.

1. Empreendedorismo. 2. Profissionais liberais. 3. Espaço colaborativo. 4. Coworking. I. Cajueiro, Joyce Lenes Gomes. (Orientação). II. Título.

060 CDD (22.ed.)

LUIZ CLAUDIO DE ASSIS

REALIZA COWORKING: uma análise de um espaço colaborativo na perspectiva de profissionais liberais em Caruaru

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Graduação em Administração da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Administração.

Aprovada em: 10/05/2023

BANCA EXAMINADORA

Prof.^a Dr. Joyce Lene Gomes Cajueiro (Orientadora)
Universidade Federal de Pernambuco

Prof.^o Dr. Elielson Oliveira Damascena (Examinador Externo)
Doutorando em Administração

Prof.^o Dr. Nelson da Cruz Monteiro (Examinador Externo)
Doutorando em Administração

Agradeço a Deus por me conceder força, sabedoria e saúde para concluir este trabalho, e por estar sempre presente em minha vida.

AGRADECIMENTOS

Agradeço à minha orientadora, Joyce Cajueiro, por sua orientação e suporte durante todo o processo de escrita deste trabalho. Suas sugestões, críticas construtivas e conselhos foram inestimáveis e me ajudaram a aprimorar minhas habilidades de pesquisa e redação.

Gostaria de expressar minha gratidão a todos os professores da Universidade Federal de Pernambuco por compartilharem seus conhecimentos e experiências, além de me incentivarem a buscar sempre o melhor.

Agradeço a todos os meus amigos, familiares e minha namorada que me apoiaram e me motivaram durante essa jornada acadêmica. Sem o amor e o encorajamento de vocês, eu não teria sido capaz de superar os desafios e concluir este trabalho.

Gostaria de expressar minha gratidão a todo o time do Realiza Coworking, especialmente aos investidores Walber Alencar e Marcus Belarmino e aos clientes por dedicarem seu tempo e compartilharem suas experiências durante as etapas de pesquisa e coleta de dados.

Por fim, agradeço a Deus por me conceder força, sabedoria e saúde para concluir este trabalho. Sua orientação e proteção foram fundamentais para alcançar esta etapa.

RESUMO

O empreendedorismo, é o sistema que permite criar ou inovar produtos, serviços e processos, alcançando a geração de riqueza e valor para a sociedade independentemente da existência de uma empresa. Desta forma, a compreensão da amplitude do conceito sobre as diferentes formas de empreender aponta para a atuação dos profissionais liberais e a utilização de espaços colaborativos denominados *coworkings*. O objetivo do trabalho é investigar como os profissionais liberais se relacionam com a estrutura, as práticas e as aplicações de um espaço colaborativo localizado no estado de Pernambuco. A metodologia consiste em uma pesquisa de caráter quantitativo de abordagem descritiva baseada em um único caso. O estudo acontece no *Realiza Coworking*, com a aplicação do questionário como a ferramenta utilizada para a coleta das informações de uma amostra de 25 pessoas de um total de 32 pessoas. Entre as conclusões do estudo pode-se destacar a incidência do público jovem, com maior prevalência na área de marketing e comunicação, consultoria e serviços; realização de parcerias com outros profissionais liberais e empresas; a avaliação da infraestrutura e os serviços fornecidos se dá de forma positiva e alta probabilidade de indicação para um amigo ou colega.

Palavras-chave: Empreendedorismo; Profissionais liberais; Espaço colaborativo; Coworking.

ABSTRACT

Entrepreneurship is the system that allows creating or innovating products, services and processes, achieving the generation of wealth and value for society regardless of the existence of a company. Thereby, understanding the breadth of the concept about the different ways of undertaking points to the work of liberal professionals and the use of collaborative spaces called coworkings. This work aims to investigate how freelance professionals engage with the structure, practices, and applications of a collaborative space located in the state of Pernambuco. The methodology employed is a quantitative research approach with a descriptive nature based on a single case study. The study takes place at Realiza Coworking, with the questionnaire as the tool used to collect information from a sample of 25 individuals out of a total of 32. Among the study's conclusions, it is noteworthy that the young public is prevalent, particularly in the fields of marketing and communication, consulting, and services. The findings also indicate a high incidence of partnerships established with other freelance professionals and companies. The evaluation of infrastructure and provided services is overwhelmingly positive, with a high probability of recommendation to friends or colleagues.

Keywords: Entrepreneurship; Liberal professionals; Shared space; Coworking.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Características atitudinais do empreendedor	24
Quadro 2 - Quantidade de <i>Coworking</i> por estado	34
Quadro 3 - Serviços ofertados no <i>Coworking</i> aos clientes	35
Quadro 4 - <i>Coworking</i> : espaços de diversidades	36

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Espaço <i>Coworking</i>	38
Figura 2 - Organograma <i>Realiza Coworking</i>	39
Figura 3 - Sala Privativa	39
Figura 4 - Sala de Reunião.....	40
Figura 5 - Sala de Treinamento	40
Figura 6 - Sala de Podcast	41
Figura 7 - Cabine de Estudos	41
Figura 8 - Espaço para eventos	42
Figura 9 - Mapa de localização do <i>Realiza Coworking</i>	42

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Evolução do <i>Coworking</i> no Brasil	33
Gráfico 2 - Idade dos clientes	45
Gráfico 3 - Gênero dos clientes	46
Gráfico 4 - Segmento da empresa dos clientes	47
Gráfico 5 - Tempo da empresa no mercado	48
Gráfico 6 - Quantidade de funcionários da empresa	48
Gráfico 7 - Cliente do <i>Realiza Coworking</i>	49
Gráfico 8 - Conhecimento da existência do <i>Realiza Coworking</i>	50
Gráfico 9 - Utilização de serviços em outros <i>Coworking</i>	51
Gráfico 10 - Frequência de utilização dos serviços no <i>Realiza Coworking</i>	51
Gráfico 11 - Avaliação da infraestrutura oferecida pelo <i>Realiza Coworking</i>	52
Gráfico 12 - Parceria de negócio realizada no <i>Realiza Coworking</i>	52
Gráfico 13 - Quantidade de parcerias realizadas com profissionais liberais.....	53
Gráfico 14 - Quantidade de parcerias realizadas com empresas.....	53
Gráfico 15 - O grau de importância de alguns segmentos na formação de parcerias.....	54
Gráfico 16 - As vantagens encontradas no <i>Realiza Coworking</i>	54
Gráfico 17 - As desvantagens encontradas no <i>Realiza Coworking</i>	55
Gráfico 18 - Avaliação dos clientes encontrada no <i>Realiza Coworking</i>	55
Gráfico 19 - Recomendação do <i>Realiza Coworking</i> pelos clientes.....	56

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	12
1.1	Contextualização.....	12
1.2	Pergunta norteadora.....	14
1.3	Objetivos.....	14
1.3.1	<i>Geral.....</i>	14
1.3.2	<i>Específicos.....</i>	15
1.4	Justificativa.....	15
1.5	Estrutura do trabalho.....	16
2	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	18
2.1	Histórico do Empreendedorismo.....	18
2.2	Conceito de Empreendedorismo.....	20
2.3	Perfil Empreendedor.....	23
2.4	Profissionais Liberais: conceito e evolução.....	25
2.4.1	<i>Profissional Liberal x Profissional Autônomo.....</i>	27
2.5	O <i>Coworking</i>: contexto histórico.....	30
3	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	37
3.1	Tipologia da pesquisa.....	37
3.2	Universo <i>Realiza Coworking</i>.....	38
3.3	Sujeitos da pesquisa.....	43
3.4	Instrumento de coleta de dados.....	43
3.5	Análise dos resultados.....	44
4	ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS.....	45
4.1	Bloco 1: identificação do empreendedor.....	45
4.2	Bloco 2: identificação da empresa.....	46
4.3	Bloco 3: Espaço <i>Realiza Coworking</i>.....	49
5	CONCLUSÃO.....	58
	REFERÊNCIAS.....	60
	APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO PARA USUÁRIOS DO REALIZA COWORKING.....	64

1 INTRODUÇÃO

1.1 Contextualização

As atividades econômicas estão inseridas em um ambiente com constantes mudanças de ordem tecnológica, marketing e concorrência em escala global, exigindo estratégias adaptativas que resultem em vantagens competitivas. Nesse cenário, o empreendedorismo tem despontado como uma oportunidade de aproveitamento de recursos para alavancar negócios, de natureza inovadora ou melhorando/transformando o produto, serviço e processo para atender uma demanda específica. Essa capacidade que o empreendedor possui em criar riqueza, é essencial para o desenvolvimento econômico e, conseqüentemente, social pela geração de empregos.

Nesse respeito, Joseph Schumpeter assegura que a atitude empreendedora é uma oportunidade criada a partir da percepção de uma demanda, onde os profissionais liberais aproveitam essa brecha e provocam mudanças em determinada rotina econômica, alterando ou mudando o ciclo de investimentos e, conseqüentemente, de crescimento. Esses profissionais estão na contramão da escassez de emprego e põe em prática ideias inovadoras em oposição aos problemas gerados pelo capitalismo e passam a ofertar produtos, serviços ou processos, preenchendo uma necessidade social ou econômica no mercado (BIZAIO; BARBOSA; GALVÃO, 2021).

Novos negócios surgem para atender uma demanda consumidora, e essa nascitura decorre da percepção de um indivíduo que de forma criativa aproveita determinada oportunidade e oferta produtos, serviços ou processos que vão além de suprir desejos, melhoram ou facilitam a vida das pessoas. Por essa razão, empreender requer “adquirir experiência, hábito, comportamento e formação em áreas nas quais não teve experiência anterior” (RICHTER *et al.* 2020, p. 90). Essa disposição para o novo exige aprender ou desenvolver competências que ajuda na busca e análise de oportunidades no mercado de trabalho.

O empreendedor segundo Baggio e Baggio (2014, p. 25), “é essencial ao processo de desenvolvimento econômico”, visto que seu papel vai além do propósito de aumentar a produção, influencia diretamente na construção de mudanças na estrutura do negócio e da sociedade pela preocupação com a gestão de recursos e

pela observação atenta dos conceitos de eficiência e eficácia. Dados de uma pesquisa realizada pela *Global Entrepreneurship Monitor – GEM (2020)*, afirmam que “53,5 milhões de pessoas estão envolvidas na criação de novo empreendimento”, a faixa etária dessa população adulta está entre 18 e 64 anos.

E nessa conjuntura econômica os profissionais liberais preencheram lacunas em diversos setores da sociedade, graças às mudanças na “estrutura social, ocupacional e no nível de escolarização da população” (FIGUEIREDO; CRUZ, 2018, p. 14). A escolarização possibilitou a formação e ocupação de posições no mercado de trabalho pela oferta de serviços ou produtos. Essa ascensão profissional se deu, ainda, pelo curso de muitos profissionais que ao enfrentar o desemprego encontraram no empreendedorismo uma oportunidade de investir em um novo negócio.

Corroborando com essa ideia Volpato (2009), ao ressaltar que a formação acadêmica possibilita o profissional desempenhar uma função na sociedade, adquirindo “um corpo de disposições que lhes permite agir de acordo com as possibilidades existentes no interior dessa estrutura objetiva”, sendo essa postura estruturada pela observação de códigos da cultura “que determinam a forma como as pessoas pensam, sentem, veem e atuam nos espaços sociais” (VOLPATO, 2009, p. 334). O autor apontou, ainda, que muitos universitários demonstraram preocupação em dar visibilidade e valor às ideias elaboradas durante o período de estudo, ou seja, investir na criação ou transformação de um projeto para geração de riquezas.

Esse comportamento dos universitários em relação ao envolvimento nas produções científicas comprova que o espírito empreendedor é facilmente identificado neles. Sendo a Educação um fator importante para a diminuição das desigualdades tornou-se um instrumento de diferenciação pela qualificação que habilita o profissional para o “ingresso no mundo do trabalho consciente de sua responsabilidade enquanto sujeitos no mundo” (FONSECA; LIMA, 2021, p. 1). Dessa maneira, a educação é um passaporte para a inserção de profissionais liberais no “mundo competitivo globalizado” (FONSECA; LIMA, 2021, p. 10).

A competitividade é encontrada em todo segmento, por isso se torna ao mesmo tempo um desafio e uma vantagem para os profissionais liberais, um desafio no sentido de buscar constantemente ofertar produtos e serviços “cada vez mais com a melhoria contínua de seus processos, estejam eles nos níveis estratégico,

tático ou operacional”. E uma vantagem competitiva ao favorecer o “aumento na capacidade produtiva, possibilitando melhoria na qualidade de seus produtos e serviços” (LACERDA; OLIVEIRA, 2007, p. 1).

Diante desse contexto, surge o *Coworking*, conhecido como espaço compartilhado ou colaborativo, como uma alternativa de empreendedorismo para profissionais liberais que encontram oportunidades de negócios com diferencial competitivo por agregar “inovação, networking e criação de valor” aos produtos e serviços ofertados por esses profissionais (CARNEIRO; CAMILO, 2018, p. 2).

Nesse mesmo sentido, Quaresma e Gonçalves (2013), asseguram que o *Coworking* se originou da junção de dois escritórios: o virtual e o em casa. Refere-se a um espaço físico que disponibiliza salas, serviços e internet, além de promover a troca de experiências entre os profissionais liberais, aumentando as redes de contatos e as possibilidades de parcerias, elementos importantes no início da carreira.

Considerando que o empreendedorismo alavanca a carreira dos profissionais liberais, por aumentar a competitividade e criar valor para produtos, serviços e processos, especialmente diante a escassez de oportunidades no mercado de trabalho, causada pela instabilidade econômica, dado os altos custos para se manter uma estrutura comercial, o *Coworking* surge como um ambiente com a capacidade de comportar diversos ofícios, combatendo os indicadores que geram insegurança ao negócio.

1.2 Pergunta norteadora

Sendo os *coworkings* inovadores espaços de trabalho que integram diversos profissionais liberais, surge a seguinte indagação: como os profissionais liberais se relacionam com o espaço colaborativo do Realiza *Coworking*?

1.3 Objetivos

1.3.1 Geral

Investigar como os profissionais liberais se relacionam com a estrutura, as práticas e as aplicações de um espaço colaborativo localizado no estado de Pernambuco.

1.3.2 Específicos

- Descrever a estrutura, as práticas e as aplicações do *Coworking*;
- Identificar vantagens e desvantagens na utilização do *Coworking*;
- Identificar o impacto do *Coworking* na criação de parcerias que oportunizam novos negócios;
- Mapear o atendimento aos profissionais liberais realizado nesse espaço.

1.4 Justificativa

Os *Coworkings* são espaços que se tornaram importantes para os profissionais liberais, segundo os dados publicados pelo Censo *Coworking* Brasil (2019), o Brasil comporta 810 espaços dessa natureza nas grandes cidades. O Estado de São Paulo com 40% desse mercado, seguido pelo Rio de Janeiro. Esse exímio crescimento ocorre, segundo Bizaio, Barbosa e Galvão (2021, p. 56), pelo fato do *Coworking* se encaixar no conceito de “equipes, profissionais e empreendedores individuais de diversas áreas”, que ao utilizar o mesmo espaço “dividem recursos e experiências”, desenvolvendo uma comunicação que “favorece o surgimento de soluções e ideias”, além de reduzir os custos.

O crescimento e a oferta de serviços de espaços colaborativos vêm crescendo no mundo. E no Brasil, inúmeros desses espaços foram disponibilizados em todo território nacional, sendo a região de Caruaru/PE beneficiada com dois *Coworkings* auxiliando os profissionais liberais que enfrentam as mesmas dificuldades supracitadas ao iniciar suas atividades trabalhistas, fato que os leva a recorrer ao *Coworking* para iniciar e/ou dar continuidade aos seus negócios.

Sendo assim, esses espaços compartilhados despertam interesse investigatório, no sentido de compreender se atendem realmente a necessidade dos profissionais que fazem uso deles e se realmente favorecem o crescimento de negócios. Verificar, ainda, se o número de circulação de pessoas favorece a geração de empregos diretos, impactando nas esferas econômica, social e empresarial do município. Além de observar se promove o crescimento rápido e colaborativo por meio da formação de parceria que fortalece as relações entre compradores e fornecedores.

Acredita-se que o *Coworking*, embora seja uma forma inovadora de trabalho, é relevante para o desenvolvimento regional, posto que o impacto dessa tendência cria entre os profissionais uma base fundamentada na colaboração e confiança mútua, essa união fortalece a economia, por meio da democratização dos acessos às redes de inovação. Por essa razão, estudar a estrutura, as práticas e as relações desenvolvidas nesses ambientes podem ser inspiradoras, além de criar curiosidade sobre a contribuição para motivar empreendedores a aumentar suas atividades, fortalecendo a sua atuação no progresso local.

Nesse sentido, o presente trabalho é importante para comprovar se esses espaços colaborativos conseguem diminuir os riscos inerentes a qualquer investimento e incentivar o empreendedor local. Além de contribuir com a produção de outras pesquisas nessa área, tornando este trabalho necessário para ampliar as discussões sobre o empreendedorismo no mercado de trabalho que vem despertando o interesse de profissionais liberais que buscam iniciar, melhorar, ampliar e divulgar suas atividades profissionais. E visto que o mercado de trabalho tem se voltado para o desenvolvimento e aprimoramento de produtos, serviços e processos inovadores, os espaços compartilhados oportunizam o crescimento de negócios com forte potencial de crescimento pela redução de custos, aumento do número de clientes e geração de lucros.

Assim, a proposta deste estudo é investigar como os profissionais liberais se relacionam com a estrutura, as práticas e as aplicações de um espaço colaborativo, *Realiza Coworking*, na cidade de Caruaru/PE, visando conhecer o impacto desse espaço no comportamento e nas atividades dos profissionais liberais.

1.5 Estrutura do trabalho

O primeiro capítulo ressalta a importância dessa pesquisa para a compreensão da estrutura e funcionamento de um *Coworking*, bem como a oportunidade de crescimento ofertada ao empreendedor local.

O segundo capítulo aborda o histórico e o conceito do empreendedorismo e, também, elenca as características dos profissionais liberais como empreendedores, que ao se deparar com uma situação de demanda gera uma oferta, seja de produto, serviço ou processos. Ao desenvolver suas atividades desempenham um papel econômico importante na sociedade por buscar novas

formas de exercer a profissão e o *Coworking*, contribui para o enfrentamento da escassez de emprego, presente na perspectiva profissional, gerando oportunidades de novos negócios.

O terceiro capítulo destaca a metodologia empregada, uma pesquisa de estudo de caso, de caráter quantitativo de abordagem descritiva baseada em um único caso.

O quarto capítulo destaca os resultados e as discussões sobre os pontos elencados no questionário aplicado aos profissionais liberais que frequentam o *Realiza Coworking* em Caruaru.

Seguido pela conclusão, onde se apresenta as considerações sobre os dados adquiridos com o questionário dirigido aos clientes do *Realiza Coworking*.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Essa seção, foi reservada para apresentar a fundamentação científica tomada como referência para embasar a temática desta pesquisa, que apresenta como foco principal a utilização dos espaços cooperativos pelos profissionais liberais. Optou-se por iniciar com o histórico e o conceito de empreendedorismo, além da descrição das principais características do perfil empreendedor. Logo depois, uma breve descrição sobre os profissionais liberais, seguida por uma explanação sobre o *Coworking*, foco principal desta pesquisa.

2.1 Histórico do empreendedorismo

A compreensão sobre empreendedorismo recai sobre o sentido da palavra *imprehendere* de origem latim, segundo Boava e Macedo (2011, p. 4), significa “prender nas mãos, assumir e fazer”, ou seja, ações que são criadas para atender a necessidade de um determinado público. Especificamente entre os séculos XIX e XX o empreendedor começa a ser notado ao potencializar o crescimento e o desenvolvimento econômico. Nesse respeito, Richter *et al.* (2020, p. 90), explicam que o termo empreender inicialmente estava relacionado àquele indivíduo que tomava “à frente de grandes projetos de produção”, na sequência identificou profissionais que assumia riscos como empreendedores, somente no século XX associou o termo a um inovador.

Essa capacidade criativa logo passou a ser valorizada nas empresas, pois, inovar significava agregar valor aos produtos, serviços e até mesmo aos processos, atendendo a novas demandas e gerando riquezas. Ainda, segundo Valadares e Emmendoerfer (2015), os primeiros a tratar dessa temática foi Richard Cantillon (1755) que ao conceituar o termo, explicou que pelo fato da incerteza das transações comerciais, a compra e venda de determinado produto pelo empreendedor, o colocava em uma situação de risco, portanto, poderia ser surpreendido pelo insucesso. Posteriormente, Jean-Baptiste Say (1803), alegou que o empreendedor era capaz de modificar uma área improdutiva elevando sua lucratividade. Ambos os autores, definiram o empreendedor como “um agente tomador de risco” (VALADARES; EMMENDOERFER, 2015, p. 84).

É pertinente acrescentar os estudos de Joseph Schumpeter que atrela o empreendedorismo à inovação. Assim, na percepção do autor o empreendedor é

[...] qualquer que seja o tipo, alguém só é um empreendedor quando efetivamente levar a cabo novas combinações, e perde esse caráter assim que tiver montado o seu negócio, quando dedicar-se a dirigi-lo, como outras pessoas dirigem seus negócios” (SCHUMPETER, 1997, p. 56).

Na concepção de Schumpeter para uma pessoa ser considerada empreendedora, precisa desenvolver algo novo que seja aceito no mercado e, portanto, obtenha lucro com essa inovação. Essa capacidade de criar e agregar valor ao produto/serviço que atende uma demanda específica se torna o diferencial competitivo do empreendedor, ou seja, sua força principal para gerar riqueza. Segundo Valadares *et al* (2012, p. 3):

[...] o empreendedor conduzia, criava, novas combinações de produção por meio do processo de destruição criativa. Nesse sentido, Schumpeter (1954) observa que o ímpeto para o sistema econômico vem de homens de coragem, que arriscam suas fortunas para implementar, inovar, experimentar e expandir novas ideias.

Posteriormente, o conceito de empreendedor foi ampliado pelas contribuições científicas de Higgins (1959) e Baumol (1968), “ao indicarem que o empreendedorismo este poderia ser visualizado como causador da substituição de produtos obsoletos por produtos mais inovadores e com maior potencial de lucro” (VALADARES *et al.*, 2012, p. 3).

Nessa perspectiva histórica os desdobramentos teóricos e práticos acerca da iniciativa empreendedora, revelou uma valorização por parte de todos os setores que acreditaram na capacidade para alavancar o crescimento econômico, importante para a geração de emprego. Os empreendedores têm a capacidade de ultrapassar qualquer empecilho de ordem comercial ou cultural, além de encurtar “distâncias, globalizando e renovando os conceitos econômicos, criando novas relações de trabalho e novos empregos, quebrando paradigmas e gerando riqueza para a sociedade” (DORNELAS, 2008, p. 6).

As características inerentes a pessoa empreendedora são reforçadas por Mello, Leão e Paiva (2006, p. 48), que identificaram em suas pesquisas habilidades e competências de um empreendedor, relacionando-as “ao senso de identificação

de oportunidades, à capacidade de relacionamento em rede, às habilidades conceituais, à capacidade de gestão, à facilidade de leitura, ao posicionamento em cenários conjunturais e ao comprometimento com interesses individuais e da organização”.

Esse pensamento dos autores sobre o empreendedor reforça a capacidade que essas pessoas possuem de inovar em um ambiente aparentemente nada propenso para determinado negócio, visto que nunca tinha sido pensado antes por outro indivíduo, ou seja, o empreendedor visualiza oportunidades para abrir e consolidar uma empresa ao perceber uma demanda de mercado que pode ser atendida por meio de seu produto, serviço ou processo. Segundo Lopes e Souza (2005), essas pessoas encontram uma mediação de intenção, fundamentada na percepção inovadora, chamada de atitude, voltada para atender a necessidade de determinado público.

Nessa acepção, Costa, Barros e Carvalho (2011, p. 183), ressaltam, “para que uma sociedade fundamentada em um mercado livre seja capaz de produzir mais riqueza, torna-se premente a existência de indivíduos capazes de criar e aproveitar oportunidades, melhorar processos e inventar negócios”. A partir dessa ótica, o empreendedorismo preza pelo desenvolvimento econômico e social atuando no mercado de forma “natural, ideal e exemplar”, pois provê benefícios para a comunidade por meio da geração inovadora de riquezas.

2.2 Conceito de Empreendedorismo

Ao discorrer sobre a expressão empreendedorismo, logo é possível lembrar o título do livro de Dornelas (2008, p. 1), que ao falar sobre a temática, afirma que empreender é “transformar ideias em negócios”, essa tônica apresentada pelo autor recebeu destaque no Brasil, especificamente na década de 1990, quando houve uma tentativa de estabilização da economia, principalmente, pela procura de “alternativas para aumentar a competitividade, reduzir custos e manter-se no mercado”, na ocasião o desemprego alcançava altos índices, fato que motivou alguns desempregados a “criar novos negócios”.

Sendo assim, é possível entender que a natureza do empreendedorismo é uma oportunidade lucrativa observada por um indivíduo com a visão empreendedora, portanto, definida como “situações nas quais novos bens, serviços,

matérias-primas e métodos organizacionais podem ser introduzidos e vendidos por um valor maior do que seu custo de produção” (HIRISCH; PETERS; SHEPHERD, 2014, p. 6). Então, uma oportunidade empreendedora acontece em três situações distintas: quando um produto/serviço existente é utilizado para criar um mercado novo em uma localidade diferente; criar produto/serviço novos para um mercado existente, ou ainda, inovação total, tanto de produto/serviço/mercado.

Os autores definem empreendedorismo como um

[...] processo de criar algo novo com valor, dedicando o tempo e o esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as conseqüentes recompensas da satisfação e da independência financeira e pessoal (HIRISCH; PETERS; SHEPHERD, 2009, p. 30).

Esse processo de criação deve-se a iniciativa de um empreendedor que acreditou numa determinada ideia, empenhou-se arduamente e mobilizou recursos para transformá-la em uma oportunidade de negócio. Na percepção de Leite (2012), o empreendedor é um criador que possui uma visão ampla e toma uma direção para transformar suas ideias em produção, por “descobrir algo que diferencie o seu negócio dos outros”. Sendo indispensável examinar quatro fatores, a saber:

- Formular uma visão baseada na realidade;
- Definir os valores centrais e a filosofia de sua empresa;
- Criar uma declaração da missão da empresa que seja precisa, concisa e inspiradora;
- Avaliar um conceito unificado para criar valor para seus clientes (LEITE, 2012).

Ao examinar as prerrogativas citadas, é possível compreender que um negócio de base empreendedora promove o crescimento da economia, desde que encontre um espaço que favoreça seu desenvolvimento, o que implica observar a mudança de mercado e utilizar como oportunidade para lançar seu produto/serviço no momento apropriado, considerando a gestão de seu negócio com muita responsabilidade (LEITE, 2012).

Nesse sentido, o conceito de empreendedor adotado por Chiavenato (2012), compreende-o como:

[...] fundador de novas empresas, o construtor de novos negócios ou o consolidador e impulsionador de negócios atuais...alavanca as mudanças e

transformações, produz a dinâmica de novas ideias, cria empregos e impulsiona talentos e competências...fareja, localiza e rapidamente aproveita as oportunidades fortuitas que aparecem ao acaso e sem pré-aviso, antes que outros aventureiros o façam (CHIAVENATO, 2012, p. 7).

Ou seja, empreender vai além de uma simples ideia, exige determinação, organização e, sobretudo parceria para transformar o imaginário em realidade, algo concreto para ser disponibilizado no mercado, capaz de beneficiá-lo enquanto criador/empreendedor e, também, as pessoas que terão acesso ao produto/serviço desenvolvido.

Já Schumpeter (1997), conceitua empreendedorismo como um processo de “destruição criativa”, ou seja, o empreendedor encontra uma maneira para inserir no mercado um novo produto, serviço ou processos, por meio da criação ou transformação de recursos e materiais diferentes daqueles já existentes. No entanto, os empreendedores "não são simplesmente provedores de mercadorias ou de serviços, mas fontes de energia que assumem riscos em uma economia em constante transformação e crescimento." (CHIAVENATO, 2012, p.18).

Essa afirmativa implica dizer que o ato empreendedor emprega a destruição ou substituição de produtos ou métodos que já não são tão eficazes por novos. Nesse respeito, Baggio e Baggio (2014, p. 27), explicam que Schumpeter se refere à “destruição de velhos conceitos, que por serem velhos não têm mais a capacidade de surpreender e encantar”. Daí afirmam que a “essência do empreendedorismo está na mudança”, que requer um olhar, perspectivas, atitudes e propósitos totalmente inovadores, onde os problemas não se constituem em barreiras intransponíveis, pois, tem soluções e elas são encontradas e aplicadas.

Uma terceira abordagem sobre empreendedorismo é feita por Dornelas (2008, p. 22), que considera que o processo empreendedor envolve:

- Iniciativa para criar um novo negócio e paixão pelo que faz;
- Utiliza os recursos disponíveis de forma criativa, transformando o ambiente social e econômico onde vive;
- Aceita assumir os riscos calculados e a possibilidade de fracassar (DORNELAS, 2008, p. 22).

Logo, o autor assegura que o processo empreendedor envolve a criação de algo que representa um valor e uma função nova, alcançado por meio de comprometimento com o desenvolvimento do produto/serviço, tempo empregado na

elaboração e o esforço envolvido para lançar ao mercado. Essa determinação é comum aos indivíduos com espírito empreendedor que aproveitam todas as oportunidades para gerar uma “nova riqueza a partir de novas combinações de recursos” (MIGUEZ; LEZANA, 2018, p. 115).

Ainda, segundo Drucker (2005) o empreendedor valer-se das oportunidades que surgem, e, imediatamente explora a ocasião por ofertar um produto/serviço para atender aos anseios do público-alvo, ou seja, o empreendedor observa e explora uma lacuna entre o desejo do consumidor e a ineficiência do mercado em atendê-lo, aproveita essa carência como um novo nicho de oportunidades. Concorda com essa ideia Baggio e Baggio (2014, p. 26), ao afirmarem que empreender significa aproveitar integralmente “as potencialidades racionais e intuitivas” que impulsionam o indivíduo a transformar contextos e atitudes, visando a construção de novas oportunidades.

Os autores Dornelas (2008), Hirisch, Peters e Shepherd (2014), Leite (2012), Chiavenato (2012), Miguez e Lezana (2018), Drucker (2005) e Baggio e Baggio (2014), todos esses artigos ao serem analisados fizeram referências a Joseph Schumpeter (1988) ao tratarem da temática do empreendedorismo. Por essa razão, neste trabalho, optou-se por tomar como referência principal a descrição utilizada por ele para conceituar o empreendedor, como aquele sujeito com a capacidade de introduzir produtos, serviços e processos novos, visando atender uma demanda, ou até mesmo, criando uma oferta para em seguida emergir uma demanda.

O empreendedorismo surge a partir do momento que se identifica uma necessidade seja de cunho pessoal para gerar renda ou pela percepção de uma oportunidade de ofertar algo que determinado público necessita, portanto, a seguir veremos as características do empreendedor.

2.3 Perfil Empreendedor

Diante do exposto, Schmidt e Bohnenberger (2009, p. 454) propõem algumas características identificadoras do perfil empreendedor, conforme se observa no quadro 1: Características Atitudinais do Empreendedor.

Quadro 1 - Características Atitudinais do Empreendedor

Características atitudinais	Descrição
Assume riscos calculados	"Indivíduos que precisam contar com a certeza é de todo impossível que sejam bons empreendedores" (DRUCKER, 1986, p. 33). "O passaporte das empresas para o ano 2000 será a capacidade empreendedora, isto é, a capacidade de inovar, de tomar riscos inteligentemente, agir com rapidez e eficiência para se adaptar às contínuas mudanças do ambiente econômico" (KAUFMAN, 1991, p. 3).
Planejador	"Os empreendedores não apenas definem situações, mas também imaginam visões sobre o que desejam alcançar. Sua tarefa principal parece ser a de imaginar e definir o que querem fazer e, quase sempre, como irão fazê-lo" (FILION, 2000, p. 3). "O empreendedor é aquele que faz as coisas acontecerem, se antecipa aos fatos e tem uma visão futura da organização" (DORNELAS, 2001, p. 15).
Detecta oportunidades	"é a habilidade de capturar, reconhecer e fazer uso efetivo de informações abstratas, implícitas e em constante mudança" (MARKMAN; BARON, 2003, p. 289). "que tem capacidade de identificar, explorar e capturar o valor das oportunidades de negócio" (BIRLEY; MUZYKA, 2001, p. 22). "A predisposição para identificar oportunidades é fundamental para quem deseja ser empreendedor e consiste em aproveitar todo e qualquer ensejo para observar negócios" (DEGEN, 1989, p. 19).
Persistente	"capacidade de trabalhar de forma intensiva, sujeitando-se até a privações sociais, em projetos de retorno incerto" (MARKMAN; BARON, 2003, p. 290). "Desenvolver o perfil empreendedor é capacitar o aluno para que crie, conduza e implemente o processo de elaborar novos planos de vida. ... A formação empreendedora baseia-se no desenvolvimento do autoconhecimento, com ênfase na perseverança, na imaginação, na criatividade, associadas à inovação" (SOUZA; SOUZA; ASSIS; ZERBINI, 2004, p. 4).
Sociável	"Os empreendedores fornecem empregos, introduzem inovações e estimulam o crescimento econômico. Já não os vemos como provedores de mercadorias e autopeças nada interessantes. Em vez disso, eles são vistos como energizadores que assumem riscos necessários em uma economia em crescimento, produtiva" (LONGENECKER; MOORE; PETTY, 1997, p. 3).
Inovador	Carland, Hoy e Carland (1988) concluem que o empreendedorismo é principalmente função de quatro elementos: traços de personalidade (necessidade de realização e criatividade), propensão à inovação, risco e postura estratégica.
Líder	"Uma vez que os empreendedores reconhecem a importância do seu contato face a face com outras pessoas, eles rapidamente e vigorosamente procuram agir para isso" (MARKMAN; BARON, 2003, p. 114).

Fonte: Schmidt e Bohnenberger (2009, p. 454).

Conforme destacado por Carneiro e Camilo (2018, p. 5), o empreendedor tem uma "elevada adaptabilidade cognitiva" que possibilita adaptar-se a diversas situações facilmente, além de serem práticos em criar soluções com ideias nunca pensadas. Desafiar-se é uma característica comum a esses profissionais que rompem as barreiras e remodelam a concepção e as formas de trabalho, justamente pela facilidade em serem cooperadores e se lançar com maior intensidade aos desafios abrindo novos negócios.

O empreendedor, segundo Schumpeter (1988), tem plena participação no desenvolvimento econômico e social, especialmente, quando suas ideias culminam na criação de um empreendimento que requer a captação de outros profissionais e ou trabalhadores, contribuindo diretamente para diminuir questões sociais relacionadas à economia. Essa atuação pontual é uma característica evidente nessas pessoas, sendo os profissionais liberais um público que tem apresentado maior participação em novos empreendimentos.

A seguir é apresentado um breve panorama sobre o histórico dos profissionais liberais no Brasil, visto que o mercado de trabalho tem ampliado as oportunidades para eles.

2.4 Profissionais Liberais: conceito e evolução

Para Carvalho e Azevedo (2022), a utilização do termo “liberal” não seria a melhor forma de classificar tais profissionais, mas é o termo utilizado nos dias de hoje para designar aqueles profissionais que trabalham por conta própria, ou conforme os autores citados “aqueles que trabalham sendo patrões de si mesmo”. Mas tal conceito com o passar do tempo sofreu mutações com o objetivo de se adequar às necessidades da sociedade de cada época.

O primeiro registro histórico a consagrar o conceito de profissional liberal foi o direito romano. O profissional liberal era o trabalhador romano que não possuía contrato de trabalho com salário fixo e que realizava trabalhos que não exigia aptidão ou competência especial e demandava o pagamento de recompensa. Mas, somente, no período de transição da Idade Média para a Idade Moderna tornou-se comum o uso da expressão “Profissional Liberal”, utilizada para definir os indivíduos que trabalhavam livremente sem a necessidade de uma formalidade salarial (OLIVEIRA, 2019).

Nessa época, destinava-se a indicar aquelas pessoas que se libertavam das corporações e passavam a exercer ditas profissões livres. A liberdade era, portanto, adquirida pelos aprendizes quando se desvinculavam de suas corporações de ofício, deixando, assim, de ser subordinado ao comando de seus mestres. Esta autonomia foi a pedra angular para o desenvolvimento do conceito de profissional liberal, o elemento distintivo entre um profissional dito liberal e um “não liberal” (MORAES; GUEDES, 2015).

Nos anos de 1760, com o início da Revolução Industrial, o conceito de profissional liberal tomou um sentido mais fervoroso visto que, os trabalhadores não se contentaram em assistir passivamente à degradação de suas condições de vida e de trabalho. Na Inglaterra, essa situação provocou inúmeras manifestações de revolta entre a classe trabalhadora, como a quebra de máquinas e a depredação de instalações industriais. Em paralelo ao trabalho assalariado, os profissionais conquistaram visibilidade com o incremento da educação e a formalização das profissões (COLLYER, 2015).

No Brasil, o termo deriva do latim “*Liberalis*”, que se referia a pessoa de condição livre, que não era escrava. Essa liberdade era adquirida pelos trabalhadores da época quando os indivíduos cortavam suas correntes com as empresas e/ou seus mestres, de modo que a autonomia desses indivíduos teve grande importância para a evolução do conceito de profissional liberal, o que também passou a ser um dos principais fatores de distinção entre profissional dito liberal do “não liberal”.

Alguns autores ainda definem profissão “liberal” como aquelas de nível superior ou médio, cujo exercício é regulamentado por lei específica, que encerra certo prestígio social ou intelectual e, é caracterizada, especificamente, pela inexistência de qualquer vinculação hierárquica e pelo exercício predominantemente técnico dos conhecimentos adquiridos pelos profissionais. Entretanto, a Confederação Nacional dos Profissionais Liberais (CNPL, 2012) em seu estatuto, artigo 1º, parágrafo único, adota uma definição mais abrangente:

Profissionais Liberais diz respeito àqueles profissionais, trabalhadores, que podem exercer com liberdade e autonomia a sua profissão, decorrente de formação técnica ou superior específica, legalmente reconhecida, formação essa advinda de estudos e de conhecimentos técnicos e científicos. O exercício de sua profissão pode ser dado com ou sem vínculo empregatício específico, mas sempre regulamentado por organismos fiscalizadores do exercício profissional.

Países como a Alemanha, Espanha e Bélgica adotam modelos semelhantes, igualmente como os africanos da Costa do Marfim e de Togo e países árabes como a Tunísia e o Líbano. Mas é indispensável fazer a diferenciação entre trabalhadores autônomos e profissionais liberais, conforme elucida a sentença abaixo.

2.4.1 *Profissional Liberal x Profissional Autônomo*

O que diferencia um profissional liberal dos demais profissionais é, principalmente, o seu conhecimento técnico, que engloba o conhecimento científico e/ou manual de cada profissão. Vale dizer, toda profissão requer um conhecimento acerca de suas técnicas, sendo certo que, dependendo da profissão, esse conhecimento será científico e/ou manual. Daí dizermos que o conhecimento técnico é gênero, do qual os conhecimentos científico e manual são espécies (CALDEIRA, 2004).

Para tanto, faz-se necessário analisar algumas características que diferenciam o profissional liberal dos demais profissionais, conforme Caldeira (2004, p. 312) quais sejam: “1. conhecimento técnico sobre certa profissão; 2. conhecimento atestado por meio de um diploma, conferido por uma escola capacitada; 3. profissão regulamentada, 4. livre exercício da atividade, e; 5. relação *intuitu personae*”.

Moraes e Guedes (2015, p. 4) ressalta:

[...] como aquela cognição especializada que exige a profissão para que seja o serviço – de natureza predominantemente intelectual – realizado sempre com independência técnico científica. Salvo melhor juízo, é este o elemento que efetivamente distingue o profissional liberal, e é também, ao mesmo tempo, o que afasta desse conceito outros profissionais que igualmente têm liberdade para tomar decisões, como o sapateiro, o carpinteiro e a costureira, por exemplo.

Esse conhecimento técnico deve ser certificado por meio de um diploma profissional, conferido por escola de ensino superior autorizada, isto é, a escola deve estar habilitada para conferir os diplomas. Para alguns autores, trata-se de requisito essencial para caracterizar o profissional liberal dos demais profissionais.

Não se trata de mera formalidade. A importância do diploma emerge do fato de o profissional liberal ser, justamente, aquele profissional que é reconhecido por ter conhecimento técnico especializado para o exercício daquela atividade, o que normalmente se adquire em curso de formação superior, ou em alguns casos com um curso técnico. Este conhecimento necessita ser comprovado, porque, do contrário, o consumidor ficaria à mercê de profissionais que se julgam qualificados para exercer aquele ofício. Sendo a ausência de qualificação uma ameaça social

que dependendo da atividade profissional poderá colocar a saúde do consumidor em risco (MORAES; GUEDES, 2015).

Quanto à profissão exercida, esta deve ser regulamentada por lei ou decreto. A necessidade de a profissão ser regulamentada, seja por lei ou mesmo por qualquer outro ato normativo, parece decorrência natural de se exigir diploma expedido por órgão habilitado, corroborando mais uma vez a importância da exigência do conhecimento técnico comprovado na área e expedido por uma autoridade competente, como visto nos parágrafos anteriores.

No Brasil, existem conquistas antigas, obtidas com árduas lutas, que são as regulamentações de profissões. Algumas delas já ultrapassam a mais de oito décadas de existência, de forma que tais normas e leis estabelecem, entre tantas outras coisas, os pisos salariais profissionais, jornadas de trabalho, códigos de ética, condições para o exercício profissional, órgão fiscalizador da profissão como os conselhos entre outras.

No entanto, existem muitas profissões regulamentadas no país, que para o seu exercício, não é exigida nem formação universitária e nem mesmo técnica. São elas: Autores Teatrais, Compositores Musicais e Escritores. Outras exigem pelo menos o nível técnico, entre elas os Protéticos Dentários, Secretárias Executivas, Técnicos Agrícolas, Técnicos Industriais e Corretores de Imóveis entre outras.

Outra característica importante dos profissionais liberais que merece destaque é a autonomia que possui, isto é, a aptidão de exercer livremente o seu trabalho técnico, tomando decisões por conta própria, sem subordinação a alguém, sem vínculo de hierarquia. Possuindo assim a prerrogativa de negar-se a fazer o que lhe mandam.

Nada obstante, a caracterização do profissional liberal envolve, além do conhecimento técnico da profissão regulamentada e autonomia nas decisões, uma relação de caráter *intuito personae*. Conforme Caldeira (2004), tal caráter seria uma relação de confiança que se estabelece entre o profissional liberal e aquele indivíduo que contrata o serviço. Trata-se de contrato pessoal firmado com base na confiança e credibilidade.

Outra questão que merece atenção diz respeito ao profissional autônomo, aquele que exerce seu trabalho com poder de direção sobre a própria atividade, seguindo os seus critérios pessoais, agindo com o poder de direção da própria atividade. O profissional autônomo assume o risco da atividade que exerce,

exatamente em razão do poder de direção da própria atividade que assume. Vale dizer, ele não transfere a fiscalização de sua atividade a um superior hierárquico (CALDEIRA, 2004).

É válido destacar que qualquer prestador de serviço pode ser autônomo, isto é, pode exercer uma atividade independentemente de ser uma profissão regulamentada. Essa atividade pode até mesmo carecer de conhecimentos técnicos, científicos ou manuais, como por exemplo, o pintor. Sendo assim, o profissional autônomo seria o gênero, porque abarca todo e qualquer tipo de atividade/profissão que seja exercida com poder de direção e com base no risco.

Nessa concepção, o profissional liberal também é autônomo, pois, possui as características da autonomia e poder de direção, entretanto, sua atividade requer conhecimento técnico (intelectual ou manual), reconhecido por escola de nível superior, cuja profissão tem que ser regulamentada. Dessa forma, profissional liberal é espécie do gênero profissional autônomo, pois, conforme Caldeira (2004, p. 315), “todo liberal pode ser autônomo, mas nem todo autônomo pode ser liberal”.

Assim, na década de 1950 surge a Confederação Nacional dos Profissionais Liberais (CNPL), mais especificamente, no dia 11 de fevereiro de 1953, quando três federações de profissionais liberais (duas de contabilistas – Rio Grande do Sul e São Paulo – e uma de odontologistas), decidem fundar a Confederação Nacional das Profissões Liberais. A carta sindical – instrumento do Estado que reconhecia o direito à existência de entidades sindicais – só veio a ser expedida no ano seguinte, por meio do decreto nº 35.575 de 27 de maio de 1954.

Durante esses cinquenta anos de existência, a CNPL cresceu, ampliou as suas bases, os seus sindicatos e seu quadro de federações associadas. Tornou-se uma entidade nacional e representativa de um amplo grupo de profissões. É uma entidade verdadeiramente multiprofissional e por si só, única no gênero no país e provavelmente em todo o mundo.

Com o crescimento dessa categoria de profissionais, surgem várias necessidades, a mais premente, talvez a contenção de gastos, assim o *Coworking* aparece como uma alternativa para os profissionais liberais, por ser “um modelo que se baseia no compartilhamento de espaços e recursos de escritório”, que reúne profissionais que trabalham em áreas diferentes, sendo parte ou não de determinada empresa, conforme veremos no próximo tópico (DIAMANTINO *et al.*, 2019, p. 231).

2.5 O *Coworking*: contexto histórico

O *Coworking* é caracterizado como um espaço estruturado que acomoda diversos profissionais e mantém um senso de comunidade, sendo definido por Barreto e Ferraz (2014, p. 26), como “espaços onde são compartilhadas as facilidades de um escritório”, ou seja, os profissionais encontram um suporte para desenvolver suas atividades, além, de uma complexidade de relações criadas e mantidas graças a flexibilidade de redes de relacionamentos profissionais que “perpetua e valoriza a informação e o conhecimento” (CAMPOS; TEIXEIRA; SCHMITZ, 2015, p. 2).

A partir dessa compreensão Zanon (2019, p. 77), conceitua o *coworking* como “um local compartilhado por trabalhadores que, por meio de uma gerência e o pagamento de mensalidades, dividem as despesas e as facilidades do local”. Nessa mesma direção, Carneiro e Camilo (2018, p. 7) conceituam o *Coworking* “como um modelo de trabalho em que espaço e recursos são divididos por empreendedores de diversos segmentos, barateando seus investimentos em escritórios físicos”. E, ainda, Bizaio, Barbosa, Galvão (2021, p. 63), conceituam o *coworking* como “um movimento de pessoas, empresas e comunidades que buscam trabalhar e desenvolver suas vidas e negócios juntos, para crescer de forma mais rápida e colaborativa”.

Os autores Zanon (2019), Carneiro e Camilo (2018) e Bizaio, Barbosa, Galvão (2021) foram unânimes ao conceituar o *coworking* como um ambiente de trabalho ao mesmo tempo compartilhado e inspirador. Além de representar uma oportunidade de negócio pelas várias vantagens que oferece aos profissionais liberais e as empresas, como a valorização das redes sociais que promove novas parceria e a economia que ocorre pela divisão de despesas fixas.

Sendo assim, ao buscar a origem histórica desse tipo de empreendimento, os registros apontam para 1999, quando Brian Dekoven, cria um ambiente de trabalho cooperativo, ou seja, um protótipo que anos mais tarde, Brad Neuberg um programador de *softwares*, usaria para definir e criar o *Coworking*. Essa ideia nasceu da necessidade de que ele tivesse um espaço estruturado que pudesse trabalhar junto com outros programadores e que tivesse, também, um “senso de comunidade”. Assim, em 9 de agosto de 2005 foi aberto o primeiro *coworking space*, instalado dentro de um centro de saúde coletivo *Spiral Muse*, em São Francisco na

Califórnia e denominado de *Coworking Group*, funcionando apenas três dias por semana (BARRETO; FERRAZ, 2014, p. 25).

Precisamente, um depois, Brad Neuberg fundou o *Hat Factory*, seu passo seguinte foi formar parceria com Tara Hunt e Chris Messina e juntos fundaram outro espaço, *Citizen Space* ambos localizados, também, em São Francisco na Califórnia. Nessa arquitetura aberta era possível reunir diversos profissionais sem que houvesse uma relação direta entre eles, juntos no mesmo ambiente conseguiam realizar suas atividades de maneira confortável, focando no crescimento mútuo (BARRETO; FERRAZ, 2014).

Ainda, segundo Schuermann (2014), observou-se, um aumento considerável desses espaços em todo mundo, especialmente, pela capacidade que apresentam em “atender à demanda da sociedade e da economia por modelos de trabalho flexíveis, econômicos e em rede, oferecendo uma ampla variedade de soluções novas e compatíveis”, ou seja, esses espaços comportam ao mesmo tempo, forma de trabalho e modelo de negócio completamente inovadores.

Diferentemente das formas de organização de trabalho apresentadas até então, a proposta desses espaços é reconfigurar as formas de produzir, dando vazão à sensação de autonomia. Na posição de empreendedor individual, o profissional liberal “se sente no controle de sua jornada e força de trabalho ao mesmo tempo em que se vê como único responsável pelo seu sucesso ou fracasso”, ao tornar o empreendimento “seu próprio espelho” (ZANON, 2013, p. 142), sem perder a capacidade de produção e aumentando a flexibilidade em decorrência da demanda econômica, que influiu na subjetividade dos indivíduos. Especialmente, na perspectiva de ação e negociação diante das transformações do trabalho que para os empreendedores resultou em vantagens individuais e coletivas (SENNETTE, 2009).

Assim, às condições históricas e econômicas que passaram a colocar a subjetividade dos sujeitos como centro das relações de trabalho provocou o surgimento de um novo perfil de trabalhador, tendo como principal característica “as capacidades e as possibilidades de mobilizar, ou seja, movimentar seus desejos, interesses e subjetividades de acordo com suas relações de trabalho, sem que isso lhe tire a capacidade de colocar sentido nessa movimentação” (ZANON, 2013, p. 14).

Esses espaços ganharam notoriedade a partir da necessidade de independência profissional decorrente de crises econômicas que compeliu profissionais liberais a buscar “novas maneiras de desenvolver suas carreiras ou conquistar novas fontes de renda” (CARNEIRO; CAMILO, 2018, p. 2). Esse modelo de empreendedorismo vem ganhando força pela caracterização de ser uma “empresa aberta, responsiva e flexível” (ROBBINS, 2002), que oferece segurança, diminuindo as incertezas e ampliando os negócios.

Considerando que o compartilhamento de experiências entre os profissionais que frequenta esses espaços, simboliza um estímulo para alçar novos empreendimentos, devido a “possibilidade de parcerias e a divisão de custos que são inerentes a qualquer negócio, faz com que o *coworking* seja uma excelente opção” (CONTESSATO *et al.*, 2020, p. 12), contribuindo, ainda, para a economia de recursos que possibilita o direcionamento do investimento para a inovação de serviços e produtos.

Nesse respeito, as oportunidades inerentes ao empreendimento por meio do uso de um *coworking*, torna-se uma estratégia no mercado de trabalho marcado pela escassez de oferta e baixos salários, especialmente, para os profissionais liberais. Esse compartilhamento de estrutura física, com novas práticas organizacionais aumentam as possibilidades de estabelecer contatos com outros empreendedores rumo a uma economia criativa que atua na construção e reconstrução das relações que nascem nesses espaços (OKUBO, 2018).

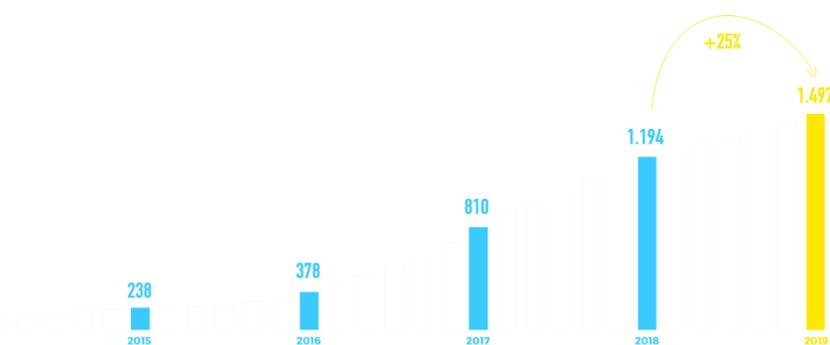
Nessa perspectiva, o *coworking* aparece com um modelo inovador ao permitir conceitos voltados para um novo perfil de trabalhador e uma cultura inovadora a respeito do trabalho, baseada na subjetividade dos sujeitos. Segundo Zanon (2019, p. 147), os empreendedores que usam o *coworking*, “encontram o ecossistema perfeito para manter essa dimensão criativa em funcionamento, uma vez que ela é a base para as inovações que devem promover recorrentemente”.

Na percepção de Fumagalli (2010, p. 342), o *coworking* incorpora as seguintes características, “superação da separação entre o tempo de vida e o tempo de trabalho; entre o lugar de trabalho e o lugar de vida; entre produção e reprodução e entre salário e pagamento por peça”.

Dessa forma, o *coworking* torna-se empresas onde o profissional liberal é empreendedor de si mesmo, sendo de sua responsabilidade a lucratividade que exige “transformações do sistema produtivo e dos mercados de trabalho que foram

ancoradas não só nas relações materiais de produção, mas também nas próprias condições simbólicas dessas relações” (ZANON, 2019, p. 162). Nessa direção, observa-se o crescente número de escritórios compartilhados, conforme apresentado pelo Censo *Coworking* Brasil (2019), esses empreendimentos otimizam espaços ociosos, conforme o gráfico 1: Evolução do *Coworking* no Brasil.

Gráfico 1 - Evolução do *Coworking* no Brasil



Fonte: Censo *Coworking* Brasil (2019)

O gráfico acima descreve os dados do censo, indicam um crescimento contínuo do *Coworking*, em 2015 já existia 238 desses espaços, no ano seguinte (2016) aumentou para 378, em 2017 o aumento foi exponencial chegando a 810 *Coworking*, um aumento de 432 espaços em relação ao ano anterior. Em 2018, houve outro aumento significativo, 1.194 e, em 2019, já estava em plena operação das atividades 1.497 *Coworking*. Entre o ano de 2018 e 2019 ocorreu um crescimento de 25%.

Os dados do gráfico 1: Evolução do *Coworking* no Brasil somados as informações do quadro 2: Quantidade de *Coworking* por estado, reforçam o crescimento e a expansão do *Coworking* pelos 26 estados, incluindo o Distrito Federal e 195 municípios brasileiros. O Estado de São Paulo aparece com maior concentração desses espaços, é possível encontrar em todo estado 663 *Coworking*, no Rio de Janeiro funciona 126, em Minas Gerais 112, enquanto, Mato Grosso comporta apenas 14 deles, Pará e Paraíba 17, Goiás 18 e Pernambuco 53, ocupando o sétimo lugar com maior concentração de *Coworking*.

Quadro 2 - Quantidade de Coworking por estado

ESTADO	QUANTIDADE
São Paulo	663
Rio de Janeiro	129
Minas Gerais	112
Rio Grande do Sul	97
Santa Catarina	90
Paraná	87
Pernambuco	53
Distrito Federal	42
Bahia	36
Ceará	33
Espírito Santo	27
Goiás	18
Pará	17
Paraíba	17
Mato Grosso	14

Fonte: Censo Coworking Brasil (2019)

A pesquisa revela que 36% desses espaços estão funcionando em casas, 32% foram estabelecidos em conjunto comercial e 20% em prédio inteiro. Desse total 88% estão atuando em espaços multidisciplinar, 4% na indústria criativa e 3% na área de TI e tecnologia. Entretanto, ao observar a quantidade de *coworking* em Pernambuco, precisamente 53, chama atenção a cidade de Caruaru que comporta seis desses espaços.

Alguns dos serviços disponibilizados estão descritos no quadro 3: Serviços ofertados pelo *Coworking* aos clientes, sendo as salas de reuniões (98%), endereço comercial (96%), copa (95%), aceita de cartão de crédito (80%), endereço fiscal (78%) e armário privado (76%) foram mencionados pelos clientes como os serviços mais utilizados.

Quadro 3 - Serviços ofertados no *Coworking* aos clientes

SERVIÇOS	QUANTIDADE
Acessível para cadeirantes	53%
Atendimento em inglês	46%
Atendimento em espanhol	25%
Possui Biblioteca	36%
Armário Privado	76%
Cozinha ou copa	95%
Sala de reuniões	98%
Endereço comercial	96%
Endereço fiscal	78%
Serviço de impressão	61%
Telefone Privado	43%
Bicicletário	48%
Serviço de secretariado	61%
Estacionamento próprio	31%
Estacionamento conveniado	43%
Aceita cartões de créditos	80%
Funciona 24 horas	20%
Vende produtos de alimentação	45%

Fonte: Censo *Coworking* Brasil (2019)

Esses serviços variam de estabelecimento, alguns oferecem todos os alistados, outros a oferta é bem inferior, e, há, aqueles que tem um leque superior de serviços.

O Censo *Coworking* Brasil (2019), aponta que o investimento inicial médio para abrir um *Coworking* é de, R\$ 277 mil reais, sendo a origem de 76% dos investidores de natureza pessoal, apenas 10% foram criados por meio de empréstimo familiar. Para 41% dos investidores em *Coworking* o maior desafio é apresentar o negócio para a comunidade local, enquanto para 36%, se torna uma maratona encontrar os primeiros clientes. Quanto à rentabilidade, a receita de 2018 foi de R\$ 316,00 mil, já o lucro anual foi de R\$ 107,00 mil, ambos 24% superior a 2017. Circulou por esses espaços 214 mil pessoas, gerando 7 mil empregos diretos.

As vantagens do *coworking* em relação aos ambientes tradicionais são apresentadas por Campos, Teixeira e Schmitz (2015, p. 14) por meio de valores, a saber:

- a) **Colaboração:** com diferentes tipos de pessoas e conhecimento.
- b) **Abertura:** possibilitando a liberdade para a geração de ideias.

c) Comunidade: todos contribuem e se beneficiam das relações construídas pela comunidade.

d) Acessibilidade: tendo como princípio o *feedback* para os usuários se desenvolver nas mais diversas percepções e perspectivas.

Visando aumentar o distanciamento das similaridades, como formatos, culturas, estruturas físicas e categorias, entre esses ambientes, Campos, Teixeira e Schmitz (2015, p. 16), sugerem a criação de espaços para promover a diversidade, conforme descrito no quadro 4: Categorias que definem as experiências dos profissionais liberais no espaço de *coworking*.

Quadro 4 - Categorias do espaço de *coworking*

Espaço Físico	[...] definido como um ambiente de aprendizagem, inovação, apoio e criatividade, suporte para o desenvolvimento de negócios, conhecimentos, aprendizagem, prototipagem, entre outros aspectos.
Espaço Psicológico	[...] um ambiente de compartilhamento dos contextos e culturas individuais e coletivas, nas esferas de trabalho, vida, aprendizagem e socialização. Espaços de manifestações dos valores pessoais, crenças, percepções das influências culturais e familiares, de amizades, religiões, sociedade, disciplina e experiências biográficas. São espaços que propiciam o engajamento para o desenvolvimento de atividades em conjunto. Possibilitam a motivação, a colaboração, a personalização, a inclusão, a troca e a geração de novas experiências, contribuindo para o desenvolvimento dos valores humanos e sociais.
Espaço Virtual	[...] oportuniza diversas formas de interação, possibilitando o livre acesso às diversas ferramentas e ambientes virtuais (vídeo conferências, vídeo <i>streaming</i> , projeção de imagens, quadros brancos interativos, equipamentos de votações e enquetes) e <i>supported learning</i> (tecnologias assistidas, acessos a portas USB, <i>teleprompts</i> , facilidade para gravações em vídeos, pontos de informações em tevês).
Espaço Biológico	[...] se relacionam ao desenvolvimento das características e habilidades individuais, físicas e mentais para o desenvolvimento da aprendizagem, diminuindo as dificuldades e <i>déficits</i> de aprendizagem.
Espaço de interação	[...] são espaços que possibilitam a interação entre professores, pesquisadores, empresários, empreendedores, inventores, estudantes, gestores, podendo ser transversal aos demais espaços, tendo como premissa a interação entre os agentes.
Espaço de Equilíbrio	[...] possibilitam o desenvolvimento da espiritualidade, do equilíbrio, da meditação, da contemplação, do contato com a natureza, do encontro, do bem-estar, da qualidade de vida, do ócio criativo, do relaxamento, de oração, possibilitando o desenvolvimento do autoconhecimento, promovendo uma sensação de bem-estar e relaxamento, além de desencadear estados alterados de consciência, propiciando uma percepção maior da realidade externa e interna.

Fonte: Campos, Teixeira e Schmitz (2015, p. 16-18)

Esse tópico ressaltou o impacto do *Coworking* para os profissionais liberais no enfrentamento de um mercado instável e competitivo. No tópico seguinte será apresentada a metodologia utilizada nesta pesquisa.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

3.1 Tipologia de pesquisa

A classificação da pesquisa seguiu a abordagem de Vergara (2013), sendo este estudo quanto aos fins exploratório-descritivo. Segundo Gil (2008), a pesquisa descritiva tem como objetivo observar, registrar, classificar, analisar e por fim interpretar as características de determinado fenômeno, descrevendo as informações levantadas sem interferir nelas. Ou seja, esse tipo de estudo permite descrever e explicar determinado fenômeno, especificamente a evolução do processo de implementação e utilização de espaços colaborativos.

Ainda, segundo Marconi e Lakatos (2007, p. 190), a pesquisa exploratória visa “aumentar a familiaridade do pesquisador com o ambiente ou fenômeno” estudado para verificar ou descobrir um novo enfoque sobre o assunto. Para Gil (2008) este tipo de pesquisa busca conhecer com maior profundidade determinado assunto, proporcionando uma visão geral ao passo que o torna mais claro ao apresentar conceitos e esclarecimentos.

E quanto aos meios utilizou-se a pesquisa bibliográfica que Segundo Gil (2008, p. 50), é “desenvolvida a partir de material já elaborado”, encontrados em livros e artigos científicos disponibilizados no formato impresso ou nas bases de dados online. No caso desta pesquisa, o acesso digital, permitiu ao investigador consultar um maior número de referencial disponível em relação ao empreendedorismo, *coworking* e profissionais liberais. Cada artigo encontrado e selecionado foi cuidadosamente lido e direcionado para o tópico específico, fundamentando as informações elaboradas e aqui apresentadas.

E, ainda, um estudo de caso, devido ao desejo de concentração em determinado objeto de estudo, ou seja, em um único caso, que segundo Yin (2010, p. 32) “é uma investigação empírica de um fenômeno contemporâneo dentro de um contexto da vida real, sendo que os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos”, possibilitando reunir informações detalhadas que auxiliaram na aquisição de maior conhecimento acerca das atividades dos profissionais liberais no *Realiza Coworking*.

Esse tipo de pesquisa de campo, segundo Gil (2008, p. 73), permite aprofundar de maneira exaustiva o estudo de um objeto, “de maneira a permitir

conhecimentos amplos e detalhados do mesmo”. Sendo assim, o estudo de caso concentrou-se no *Realiza Coworking*, um ambiente pensado para os profissionais liberais, que encontram nesse espaço soluções para o desenvolvimento das atividades, por meio da combinação de menor custo, acessibilidade e infraestrutura.

Esta pesquisa apresenta abordagem quantitativa, conforme menciona Richardson (1999, p. 70), “caracteriza-se pelo emprego de quantificação tanto nas modalidades de coleta de informações, quanto no tratamento delas por meio de técnicas de estatísticas”. Especificamente, neste estudo, o objeto investigado é a mobilização dos profissionais liberais em direção ao *coworking*, esse comportamento ocorreu em duas vertentes, a saber:

- Primeira vertente: o capitalismo – que provoca instabilidade econômica e, conseqüentemente, a escassez de oferta de emprego no mercado, competitividade acirrada e individualizada e os altos custos para manter uma estrutura comercial;
- Segunda vertente: empreendedorismo – por meio da oferta de serviços para iniciar um projeto ou dar continuidade ao negócio, a colaboração entre os usuários que permite o aparecimento e aproveitamento constante oportunidades com menor risco.

3.2 Universo *Realiza Coworking*

As informações foram adquiridas no *Realiza Coworking* em Caruaru/PE, inaugurado em 14 de agosto de 2019, com fins lucrativos para fomentar o empreendedorismo regional, atendendo 54 clientes.

Figura 1 - Espaço *Coworking*



Espaço Coworking
Mesas individuais dentro de
um ambiente compartilhado,
facilitando o networking.

A estrutura organizacional é composta por dois sócios e seis funcionários, cuja distribuição operacional hierárquica é apresentada a seguir:

Figura 2 - Organograma *Realiza Coworking*



FONTE: Elaboração Própria (2023).

O *Realiza Coworking* disponibiliza aos seus usuários: sala privativa, sala de reunião, sala de treinamento, sala de Podcast, cabine de estudo, espaço para eventos e endereço fiscal e comercial, todos os espaços estão representados nas figuras 3, 4, 5, 6, 7 e 8 respectivamente. Além de oferecer internet de qualidade.

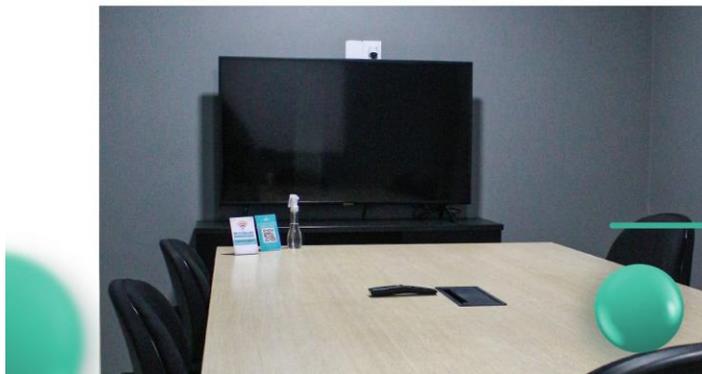
Figura 3 - Sala Privativa



Fonte: Elaboração Própria (2023).

Figura 4 - Sala de Reunião

Sala de Reunião
Ambiente ideal com
estrutura diferenciada
para reunir sua equipe.



Fonte: Elaboração Própria (2023).

Figura 5 - Sala de Treinamento

Sala de treinamento
Palestras, workshops
e eventos mais formais.



Fonte: Elaboração Própria (2023).

Figura 6 - Sala de Podcast



Sala de Podcast

Equipamentos de última geração para a criação de conteúdos à sua disposição.

Fonte: Elaboração Própria (2023).

Figura 7 - Cabine de Estudos



Fonte: Elaboração Própria (2023).

Figura 8 - Espaço para eventos



Varanda Gourmet
 Confraternizações
 corporativas, lançamentos
 e reuniões mais
 despojadas.

Fonte: Elaboração Própria (2023).

Estrategicamente localizado na cidade de Caruaru no agreste pernambucano, conforme visualizado na figura 9: mapa de localização, onde anualmente as faculdades e universidades locais formam e lançam no mercado profissionais liberais, o município comporta, também, uma produção de confecção relevante para a moda de outras regiões.

Figura 9 - Mapa de localização do *Realiza Coworking*

Fonte: Elaboração Própria (2023).

Nesse cenário, o *Realiza Coworking* preenche a necessidade desses novos profissionais por oferecer um ambiente compartilhado que oportuniza menor custo fator essencial no início da carreira e, principalmente, possibilidade de formar novas parcerias. A cidade de Caruaru desfruta, ainda, de uma localização geográfica privilegiada pela proximidade de outras cidades importantes para o PIB como Santa Cruz do Capibaribe e Toritama (GOVERNO DO ESTADO DE PERNAMBUCO, 2022).

3.3 Sujeitos da pesquisa

Os sujeitos da pesquisa foram vinte e cinco (25), equivalente a 78,12%, de um total de 32 profissionais liberais que utilizam o *Realiza Coworking*. Segundo Vergara (2013) ao abordar esses sujeitos o objetivo é a coleta de informações utilizadas na análise dos resultados. A coleta ocorreu no período de cinco dias úteis, iniciando no dia 03/04/2023 e terminando no dia 07/04/2023.

3.4 Instrumentos de coleta de dados

A técnica de coleta de dados empregada foi realizada por meio do envio do questionário para o WhatsApp dos clientes. Segundo Gil (2008), esse instrumento é constituído por uma série ordenada de perguntas enviadas pelo pesquisador e respondidas pelos clientes sem a presença do investigador, por meio do aplicativo de gerenciamento de pesquisas - *Google Forms*, que possibilita o envio das respostas ao investigador completando o processo de coleta das informações.

O questionário (Apêndice A), apresenta vinte e uma questões subdivididas em três blocos com a seguinte composição:

- Bloco 1: identificação do empreendedor - três perguntas abertas e uma fechada, descritas nas indagações: 1-4;
- Bloco 2: identificação da empresa - uma pergunta aberta, duas fechadas, descrita nas indagações: 5-7; e
- Bloco 3: espaço *Realiza Coworking* – treze perguntas fechadas e uma aberta, descritas nas indagações: 8 -21.

A técnica de estatística foi utilizada nas questões 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11,14, 15,16, 20 e 21, disponibilizando os dados por meio de gráficos.

Entretanto, nas questões 12, 13, 17, 18 e 19, optou-se pela Escala de *Likert*, similarmente, os dados, também, foram apresentados por meio de gráficos.

3.5 Análise dos resultados

Ao término do processo de envio e recebimento dos questionários, as informações obtidas a partir das respostas dos clientes foram analisadas e confrontadas com a literatura, em seguida, submetida a revisão da professora orientadora para verificação da confiabilidade da análise. Após o encerramento deste procedimento algumas sugestões foram apresentadas.

4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

O questionário foi respondido por 25 clientes, dividido em 3 (três) blocos, de forma a atingir os objetivos da pesquisa. A primeira subseção, denominada de 'bloco 1', trata da identificação do empreendedor. No 'bloco 2', apresentou a identificação da empresa e o 'bloco 3' traz a percepção dos usuários acerca do Realiza Coworking como uma experiência de trabalho colaborativo para os profissionais liberais. A análise das respostas do questionário dirigido aos clientes foi colocada ao fim de cada bloco, acompanhada de gráficos demográficos.

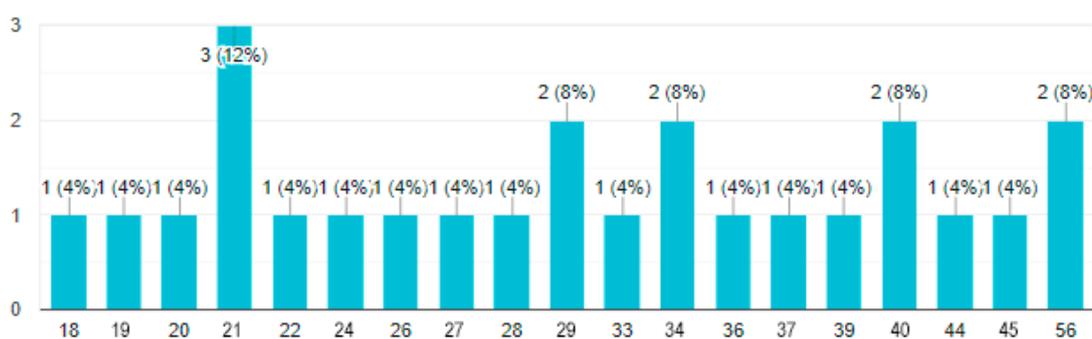
4.1 BLOCO 1 - Identificação do empreendedor

Ao analisar os dados apresentados no gráfico 2: idade dos clientes, obteve-se 13 clientes na faixa etária entre 18 e 29 anos, esse resultado equivale a uma idade média de 32 anos.

Gráfico 2 - Idade dos clientes

1) Idade:

25 respostas



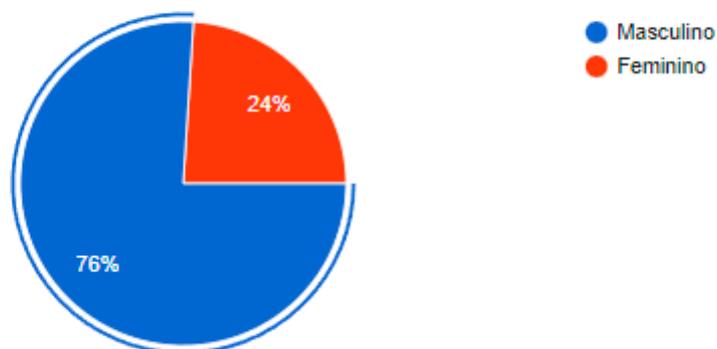
Fonte: Elaboração própria (2023)

No gráfico 3: gênero dos clientes, é possível constatar que 19 (76%) dos clientes se declararam do sexo masculino e apenas 6 (24%) clientes do sexo feminino. Percebe-se uma diferença de 52% a maior para o gênero masculino.

Gráfico 3 - Gênero dos clientes

2) Gênero:

25 respostas



Fonte: Elaboração própria (2023)

Ao analisar as respostas da indagação sobre a formação profissional dos clientes foi possível identificar oito profissões, entre elas: publicidade e propaganda, design de interiores, administração, ciência contábil, tecnologia da informação, engenheiro civil, comunicação social e gestão comercial. Porém, alguns clientes atuam em áreas diferentes da formação profissional, como por exemplo, na área de marketing, consultoria, marketing e vendas, investimentos e corretor de seguros.

Ao analisar os dados desse bloco notou-se a ocorrência do público mais jovem, com maior incidência para a média de idade de 32 anos, prevalecendo o gênero masculino. Outro fato notado foi que alguns clientes não exercem a profissão de formação, atuando em áreas diferentes. Segundo Richter *et al.* (2020) e Valadares e Emmendoerfer (2015), esses profissionais assumem riscos como empreendedores, usam a criatividade para transformar ou desenvolver produtos e/ou serviços inovadores elevando a lucratividade da empresa. Corrobora com esse pensamento, Valadares *et al* (2012) ao ressaltar que pessoas empreendedoras estão abertas a mudanças, por isso conseguem perceber necessidades no mercado e atendê-las por meio da implementação e inovação de novas ideias.

4.2 BLOCO 2 - Identificação da empresa

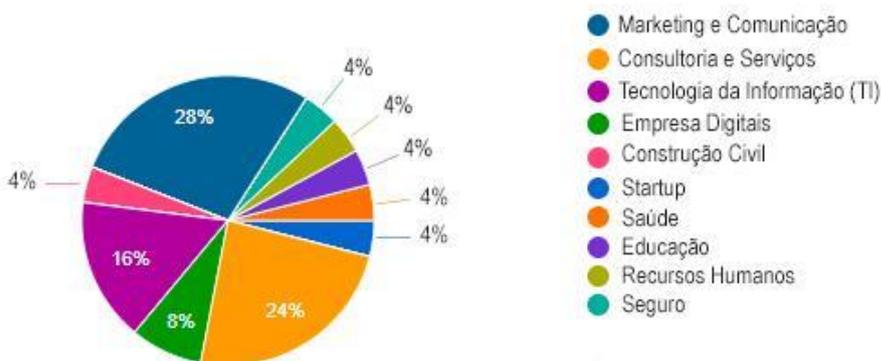
Dentre os segmentos encontrados foram obtidos os seguintes resultados: 7 (28%) dos que responderam ao questionário são da área de marketing e comunicação; 4 (16%) são da área de tecnologia da informação; 2 (8%) estão em empresas digitais e 6 (24%) estão na área de consultoria e serviços. Em menor incidência, 1 (4%), aparece os segmentos de startup, saúde, educação, recursos humanos, construção civil e seguros, conforme descrito no gráfico 4: Seguimento da empresa dos clientes.

Nota-se que os segmentos das empresas apresentam maior prevalência para as áreas de marketing/comunicação e consultoria/serviços, juntas totalizaram 13 (52%) dos clientes.

Gráfico 4 - Segmento da empresa dos clientes

5) Qual é o segmento da sua empresa?

25 respostas



Fonte: Elaboração própria (2023)

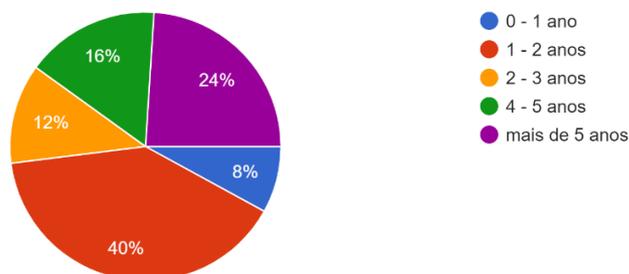
Os dados apresentados no gráfico 5: Tempo da empresa no mercado, revelaram que a empresa de 10 (40%) clientes está no mercado entre 1 e 2 anos; porém, a empresa de 6 (24%) clientes já está no mercado a mais de 5 anos; e a empresa de 4 (16%) clientes opera entre 4 e 5 anos no mercado; no entanto, a empresa de 3 (12%) clientes está no mercado entre 2 e 3 anos e a empresa de 2 (8%) clientes tem apenas um ano no mercado.

É interessante notar que o maior número das empresas, 10 (40%), estão no mercado aproximadamente entre um ano e meio. No entanto, encontramos a mesma soma das empresas 10 (40%) operando no mercado com uma média de cinco anos.

Gráfico 5 - Tempo da empresa no mercado

6) Há quanto tempo sua empresa está no mercado?

25 respostas



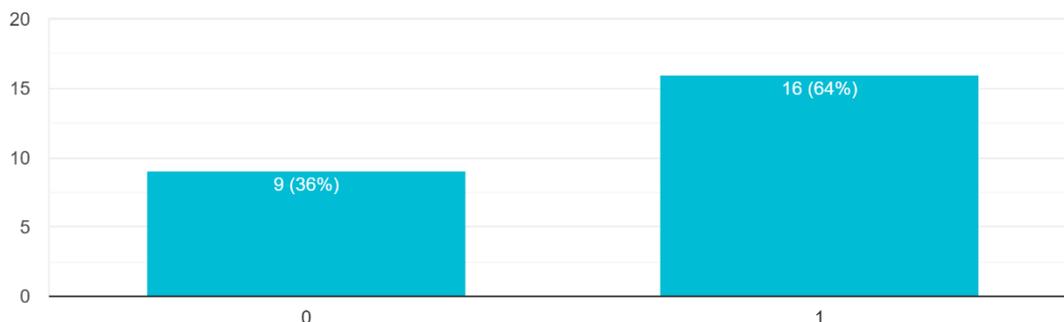
FONTE: Elaboração própria (2023)

O gráfico 6: quantidade de funcionários da empresa, demonstrou que a empresa de 9 (36%) clientes não tem nenhum funcionário. Em contrapartida, a empresa de 16 (64%), clientes possui 1 funcionário.

Gráfico 6 - Quantidade de funcionários da empresa

7) Quantos funcionários sua empresa possui?

25 respostas



Fonte: Elaboração própria (2023)

Os dados encontrados no bloco 2 indicam que o segmento de maior prevalência entre os clientes é a área de marketing e comunicação, seguida pela área de consultoria e serviços. A maioria das empresas dos clientes estão atuando no mercado entre 1 e 2 anos, funcionando com apenas um funcionário, porém, em menor quantidade as empresas que atuam no mercado a mais de 5 anos.

Segundo Drucker (2005) para que uma empresa se mantenha ativa no mercado, é preciso aproveitar as mudanças e transformá-las em oportunidades para novos negócios por meio da oferta de um produto/serviço que atenda a determinado público-alvo.

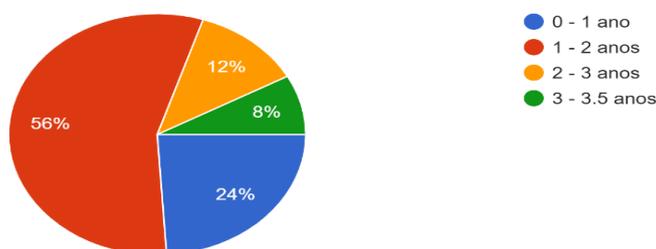
4.3 BLOCO 3 - Espaço do *Realiza Coworking*

Os dados apresentados no gráfico 7: cliente do *Realiza Coworking*, revelou que 14 (56%) dos clientes usam o espaço entre 1 e 2 anos; 6 (24%) clientes utilizam o espaço apenas a 1 ano; enquanto, 3 (12%) clientes afirmaram que já frequentam o espaço entre 2 e 3 anos e, 2 (8%) clientes informaram que frequentam o espaço entre 3 e 3,5 anos.

Percebeu-se que 19 (76%), dos clientes já utilizam o espaço compartilhado em média dois anos e meio.

Gráfico 7 - Cliente do *Realiza Coworking*

8) Há quanto tempo você é cliente do Realiza Coworking
25 respostas



Fonte: Elaboração própria (2023)

O gráfico 8: conhecimento da existência do *Realiza Coworking*, mostra como resultado, 11 (44%) dos clientes responderam que conheceram o *Realiza Coworking* por meio de indicação de amigos; 7 (28%) divulgação feita no shopping; para 4 (16%) dos clientes ocorreu pelas redes sociais; 2 (8%) informaram que souberam da existência do Realiza via ações de marketing e, 1(4%) informou ter conhecido por meio de familiares.

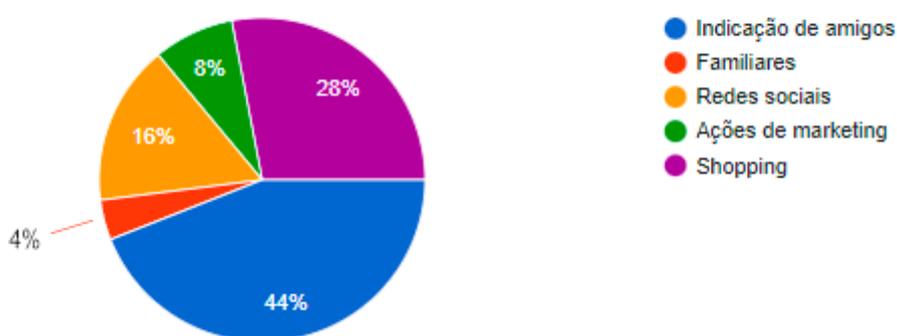
Entre as formas de divulgação empregadas pelo *Realiza Coworking*, nota-se a prevalência de indicação de amigos como uma estratégia eficiente para aquisição de novos clientes. Quando a recomendação parte de uma pessoa conhecida é natural que o receptor aceite, pois tende a ter ou desenvolver

comportamentos parecidos ou iguais ao amigo, isso indica que o amigo exerce certa medida de confiabilidade que infere de forma positiva na decisão do outro sobre acessar a empresa indicada. Essa relação de amizade entre quem indica e quem aceita a indicação, também, facilita a adaptação ao novo ambiente, aos processos e às relações de trabalho.

Gráfico 8 - Conhecimento da existência do *Realiza Coworking*

9) Como conheceu o *Realiza Coworking*?

25 respostas



Fonte: Elaboração própria (2023)

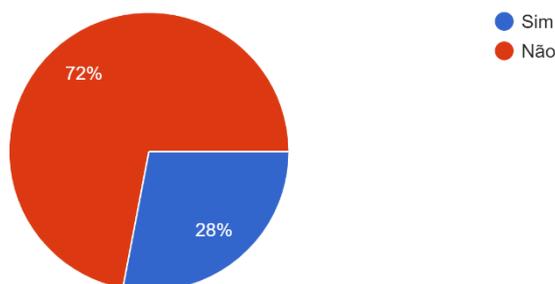
Ao verificar os dados apresentados no gráfico 9: utilização de serviços em outro *coworking*, 18 (72%) dos clientes nunca acessaram os serviços do *coworking* fora do espaço físico, enquanto, 7 (28%) clientes já fizeram uso desses serviços. Entre os espaços citados e a cidade estão: Bora *Coworking*/Caruaru; Armazém da Criatividade/Caruaru; Oásis *Coworking*/Santa Cruz do Capibaribe; *Workspot*/Recife e o *Wework*/São Paulo.

Interessante notar que dois espaços foram utilizados pelos clientes em Caruaru, cidade onde está localizado o *Realiza*, não sendo possível precisar o motivo dessa escolha, se ela ocorreu em detrimento da urgência do cliente em acessar algum serviço e, esses dois espaços devido a localização apresentou uma vantagem geográfica em relação ao acesso do *Realiza*, ou ainda, se foram experienciar um ambiente ou serviços diferentes para analisar uma possível mudança ou permanência.

Gráfico 9 - Utilização de serviços em outro *coworking*

10) Você já utilizou algum serviço de Coworking fora do Realiza?

25 respostas



Fonte: Elaboração própria (2023)

Ao analisar os dados visualizados no gráfico 10: frequência de utilização dos serviços ofertados pelo *Realiza Coworking*, percebeu-se que a maioria dos clientes nunca usaram: (11 clientes) as salas empresariais; (9 clientes) as salas de treinamento; (21 clientes) clientes as salas de *podcast*; (19 clientes) as cabines de estudo; (19 clientes) o escritório virtual e (13 clientes) o espaço para eventos.

Enquanto, a minoria dos clientes utilizou: (8 clientes) a sala de reunião frequentemente e (5 clientes) usaram com muita frequência.

Gráfico 10 - Frequência de utilização dos serviços no *Realiza Coworking*

12) Utilize as referências abaixo para responder sobre a frequência de utilização dos serviços ofertados pelo Realiza Coworking:



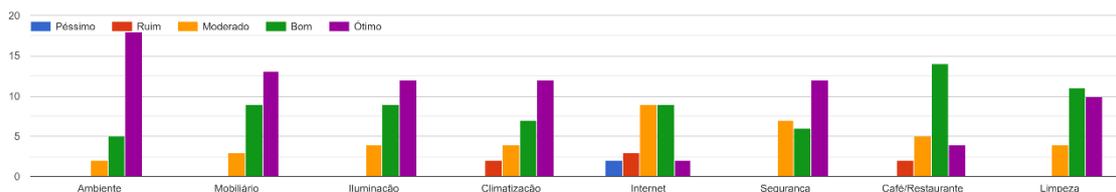
Fonte: Elaboração própria (2023)

Os clientes, conforme mostra o gráfico 11: avaliação da infraestrutura oferecida pelo *Realiza Coworking*, revelaram que a mobília (13 clientes), a iluminação (12 clientes), a climatização (12 clientes), a segurança (12 clientes) e o ambiente (18 clientes) foram avaliados como “ótima”. Já a internet foi avaliada por 9 clientes como “moderada” e “boa”, o café/restaurante para 14 clientes

foi considerado “bom”, a limpeza foi avaliada por 11 clientes como “boa” e “ótima” para 10 clientes. No entanto, a climatização foi avaliada por 2 clientes como “ruim”, seguida da internet, avaliada, também, por 2 clientes como “péssima”.

Gráfico 11 - Avaliação da infraestrutura oferecida pelo *Realiza Coworking*

13) Avalie a infraestrutura oferecida pelo Realiza Coworking quanto ao grau de satisfação:



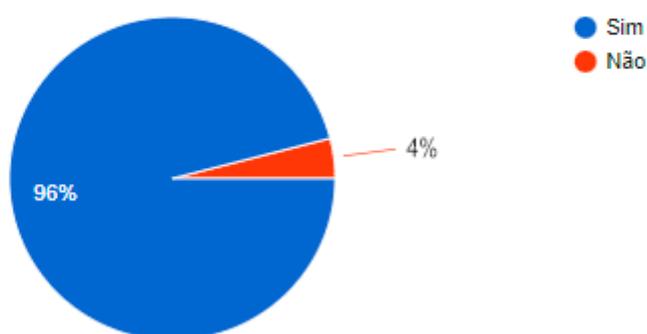
Fonte: Elaboração própria (2023)

Os dados encontrados no gráfico 12: parceria de negócio realizada no *Realiza Coworking*, revelou que 24 (96%) dos clientes já realizaram parcerias no espaço, enquanto, apenas 1 (4%) não conseguiu realizar nenhuma parceria.

Gráfico 12 - Parceria de negócio realizada no *Realiza Coworking*

14) Após ingressar no *Realiza Coworking*, você realizou parceria de negócios?

25 respostas



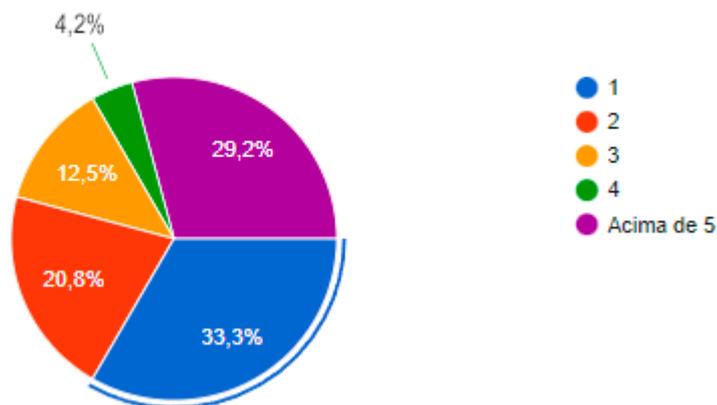
Fonte: Elaboração própria (2023)

O gráfico 13: quantidade de parcerias realizadas com profissionais liberais, informou que 8 (33,3%) clientes realizaram apenas uma parceria; 5 (20,8%) clientes realizaram 2 parcerias; 3 (12,5%) clientes conseguiram fazer 3 parcerias; 1 (4,2%) cliente realizou 4 parcerias; 7 (29,2%) clientes realizaram acima de 5 parcerias e, 1 (4%) zero parceria.

Gráfico 13 - Quantidade de parcerias realizadas com profissionais liberais

15) Em caso afirmativo, quantas parcerias de negócios realizou com profissionais liberais?

24 respostas



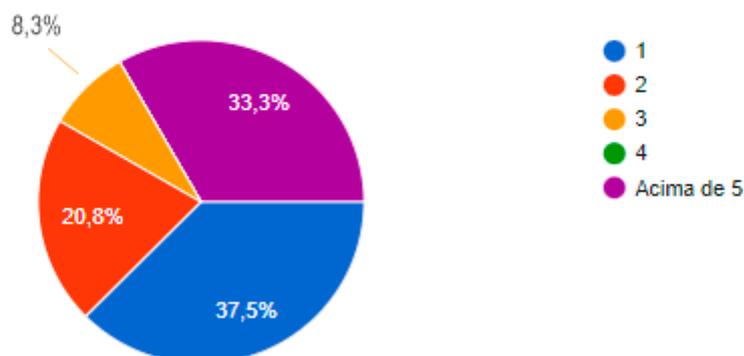
Fonte: Elaboração própria (2023)

Os clientes, segundo os dados obtidos no gráfico 14: quantidade de parcerias realizadas com empresas, deram a seguinte resposta: 9 (37,5%) realizaram apenas uma parceria; 8 (33,3%) responderam que realizaram mais de 5 parcerias; enquanto, 5 (20,8%) conseguiram 2 parcerias, 2 (8,3%) realizaram 3 parcerias e 1 (4%) não informou.

Gráfico 14 - Quantidade de parcerias realizadas com empresas

16) Em caso afirmativo, quantas parcerias de negócios realizou com empresas?

24 respostas

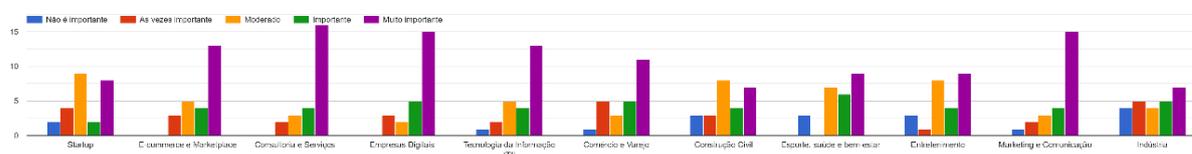


Fonte: Elaboração própria (2023)

Os clientes indicaram, segundo os dados apresentados no gráfico 15: o grau de importância de alguns segmentos na formação de parcerias, sendo o E-commerce e Marketing, Consultoria e serviço, Empresas digitais, Tecnologia da informação, Comércio e varejo, Esporte, saúde e bem-estar, Marketing e Comunicação, Entretenimento e a Indústria como sendo “muito importante”. No caso do *Startup* e a Construção Civil parte dos clientes consideraram que o grau de importância na formação de parceria era “moderado” e outra parte consideraram “muito importante”.

Gráfico 15 - O grau de importância de alguns segmentos na formação de parcerias

17) Sobre a formação de parcerias de negócios, indique o grau de importância dos seguintes segmentos:

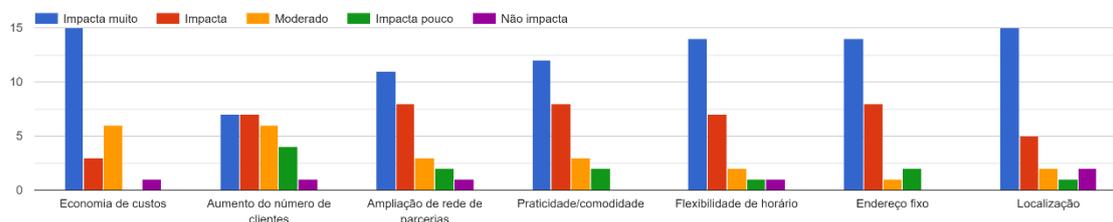


Fonte: Elaboração própria (2023)

No gráfico 16: as vantagens encontradas no *Realiza Coworking* foram avaliadas pelo cliente da seguinte forma: a Economia de custos, Ampliação de redes de parceria, Praticidade/comodidade, Flexibilidade de horário, Endereço fixo e a Localização “impacta muito”. Enquanto, o aumento do número de clientes “impacta muito” ou “impacta” para a mesma quantidade de participantes da pesquisa.

Gráfico 16 - As vantagens encontradas no *Realiza Coworking*

18) Utilize as referências abaixo para responder sobre as possíveis vantagens encontradas pelo Realiza coworking:



Fonte: Elaboração própria (2023)

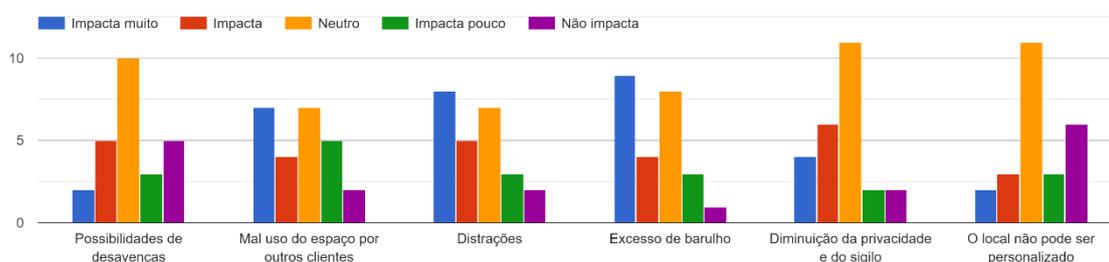
Utilizando as referências apresentadas no gráfico 17: as desvantagens encontradas no *Realiza Coworking*, segundo as respostas obtidas sobre as possibilidades de desavenças (10 clientes); a diminuição da privacidade e do sigilo

(11 clientes) e o local não pode ser personalizado (11 clientes), ou seja, a maioria dos clientes optaram pela neutralidade.

Uma minoria revelou que as distrações (8 clientes) e o excesso de barulho (9 clientes) “impacta muito”; embora, nestes mesmos quesitos: 7 e 8 clientes, respectivamente, responderam que são neutros. Em relação ao mal uso do espaço para 7 clientes “impacta muito”, porém, a mesma quantidade respondeu que são “neutros”.

Gráfico 17 - As desvantagens encontradas no *Realiza Coworking*

19) Utilize as referências abaixo para responder sobre as possíveis desvantagens encontradas no Realiza coworking:



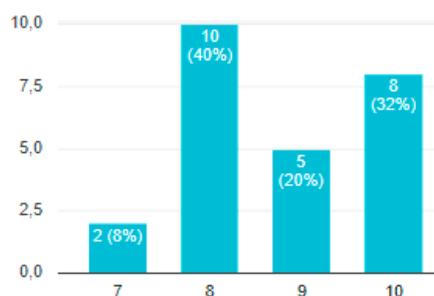
Fonte: Elaboração própria (2023)

Os clientes avaliaram o grau de satisfação com o *Realiza Coworking* usando uma escala de 0 a 10, apresentada no gráfico 16: avaliação dos clientes sobre o *Realiza Coworking*, obtendo como resultados, para 2 (8%) a nota foi 7; para 10 (40%) avaliou com a nota 8; para 5 (20%) deu a nota 9 e para 8 (32%) a nota foi 10.

Gráfico 18 - Avaliação dos clientes sobre o *Realiza Coworking*

20) Em uma escala de 0 a 10, qual é o grau de satisfação com o *Realiza Coworking*?

25 respostas



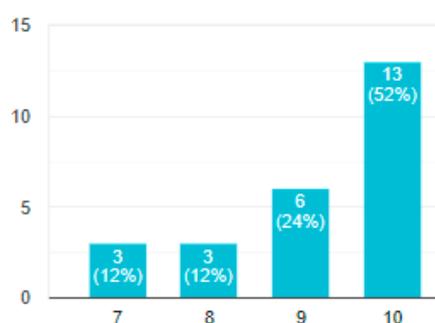
Fonte: Elaboração própria (2023)

Os dados do gráfico 19: recomendação do *Realiza Coworking* pelos clientes, revelou que a probabilidade, usando uma escala de 0 a 10, de recomendar esta empresa a um amigo ou colega foi: 3 (12%) a nota foi 7; para 3 (12%) avaliou com a nota 8; para 6 (24%) a nota foi 9 e para 13 (52%) a nota foi 10.

Gráfico 19 - Recomendação do *Realiza Coworking* pelos clientes

21) Em uma escala de 0 a 10, qual é a probabilidade de recomendar esta empresa a um amigo ou colega?

25 respostas



Fonte: Elaboração própria (2023)

Os dados apresentados no bloco 3 revelou que a maioria dos clientes frequentam entre o *Realiza Coworking* entre 1 e 2 anos, obteve conhecimento do espaço por meio de amigos, o serviço com maior incidência de utilização é a sala de reunião, porém, alguns espaços disponibilizados nunca foram utilizados pelos clientes, sendo possível citar: salas empresariais, de treinamento, *podcast*, cabine de estudo, escritório virtual e espaço para eventos. A infraestrutura foi analisada como “ótima” pela maioria dos clientes e 96% deles já realizaram entre 1 e 5 parcerias de negócio, indicaram, inclusive que oito segmentos influenciam fortemente para a formação de parcerias (consultoria e serviços, empresas digitais, tecnologia de informação, comércio e varejo, esporte, saúde e bem-estar, entretenimento, marketing e comunicação e indústrias).

Segundo os clientes, todas as referências oferecidas pelo *Realiza Coworking* para análise de vantagens foram consideradas de alto impacto, com maior incidência de impacto para economia de custos, ampliação de redes de parceria, flexibilidade de horário, praticidade e comodidade, endereço fixo e localização. No entanto, das referências ofertadas ao cliente para nomear as

desvantagens 50% dos clientes foram neutros, sendo que o mal uso do espaço por outros, as distrações e o excesso de barulho se sobressaíram na nomeação dos outros 50% dos clientes. Aos clientes foi ofertada uma escala de nota para analisar a satisfação com o *Realiza Coworking* com prevalência para a nota 8, seguida da nota 10.

Esse demonstrativo descrito nos blocos 1, 2 e 3 revelam que os clientes do *Realiza Coworking*, profissionais liberais e empreendedores são pessoas jovens, conforme descrito no gráfico 1. O empreendedor desenvolve habilidades e competências que permite avançar no tempo e renovar conceitos econômicos utilizando-os em benefício da criação de uma nova relação de trabalho, pautada no relacionamento em rede, conforme foi possível observar no gráfico 10, onde 96% dos clientes responderam que realizaram novas parcerias de negócios. Essa possibilidade ocorreu devido a ampla visão desses clientes em gerir negócios, segundo Costa, Barros e Carvalho (2011) o empreendedor é capaz de criar e aproveitar oportunidades, além de melhorar processos e inventar novas formas de negócios.

O bloco 3 possibilitou vislumbrar a importância do *Realiza Coworking* para os profissionais liberais de Caruaru. Tomando como referência Barreto e Ferraz (2014), Campos, Teixeira e Schmitz (2015), Sennette (2009), Zanon (2013), Carneiro e Camilo (2018), Robbins (2002), Contessato *et al.* (2020) e Okubo (2018), que asseguraram em suas respectivas pesquisas que esses espaços compartilhados facilitam a desenvoltura dos profissionais liberais e, se tornam um suporte, pela flexibilidade de horário, pela facilidade em formar novas parcerias, pela oferta de infraestrutura e serviços com baixo custo que resultam em vantagens individuais e coletivas.

Os autores supracitados, também, ressaltaram que espaços como o *Realiza* são essenciais diante das transformações enfrentadas pelo mercado/relações de trabalho que exigem profissionais comprometidos, criativos e adaptáveis. Dentro dessa dinâmica, esses espaços ganham preferência por serem abertos, flexíveis e movidos pela possibilidade de parcerias, essenciais aos novos negócios. Os autores reforçam, ainda, que a opção de profissionais liberais pelo *coworking* vem crescendo, em razão das vantagens de colaboração, abertura e acessibilidade disponibilizadas aos clientes.

5 CONCLUSÃO

A amostragem dessa pesquisa, tornou evidente que os espaços de coworkings se tornaram uma oportunidade de negócio para os profissionais liberais que estão iniciando suas atividades, ou para àqueles que já estão no mercado, mostrando a possibilidade de bom desempenho quando se relacionam com a estrutura, as práticas e as aplicações de um espaço colaborativo.

Mediante as respostas dos clientes foi possível montar um quadro analítico de quanto o *Realiza Coworking* impacta positivamente os profissionais liberais que utilizam o espaço. O público que utiliza o espaço é predominantemente jovem com idade média de 32 anos com expressividade para o sexo masculino. A pesquisa aponta para o fato que os clientes atuam em áreas diferentes da formação profissional. Dentre as áreas mais comuns inicialmente, estão marketing e comunicação, e em seguida a área de consultoria e serviços.

Ademais, metade dos clientes operam no mercado aproximadamente entre um ano e meio, outros clientes já operam no mercado há cinco anos, esses apresentam certa medida de estabilidade em decorrência do tempo de atuação. O espaço é utilizado em média 2,5 anos, período em que 19 clientes iniciaram sua atividade profissional, sendo o *Realiza Coworking*, a base de seu trabalho.

Os dois meios principais pelos quais os clientes conheceram o espaço compartilhado foram, a indicação de um amigo e a divulgação feita no shopping, nos leva a conclusão que o *Realiza Coworking* é recomendado por quem utiliza o espaço, o que foi confirmado no resultado positivo da avaliação da estrutura e serviços. Subsequentemente, avaliaram a infraestrutura de maneira positiva, especificamente, o café/restaurante, a internet e a limpeza foram classificadas como “boa”, enquanto, a mobília, a iluminação, a climatização, a segurança e o ambiente, os clientes consideram como “ótimos”.

Os resultados apontaram, também, para o modelo de prática organizacional que aumenta as possibilidades de os profissionais liberais empreender novos negócios por meio de parcerias, conforme se percebeu nos resultados apresentados, 24 dos clientes responderam que já realizaram uma média equivalente a 1,6 de parcerias com profissionais liberais e 2,18 com empresas.

Os clientes avaliaram a infraestrutura e apontaram que as desvantagens, tais como as distrações e o excesso de barulho, impactam de certa forma no trabalho, pois certas pessoas carecem de silêncio para se concentrar. No entanto, a conexão entre as pessoas é elemento comum aos ambientes compartilhados, são exatamente o que promove a perspectiva de parcerias.

Os dados revelaram, ainda, que os clientes avaliaram as vantagens ofertadas pelo *Realiza Coworking*, citando a Economia de custos, Ampliação de redes de parceria, Praticidade/comodidade, Flexibilidade de horário, Endereço fixo e a Localização de impacto relevante para continuidade das atividades profissionais.

Ampliando a visibilidade dos dados obtidos, notou-se, ainda, que o grau de satisfação dos clientes foi classificado com nota 8 e com nota 10 uma indicação do espaço para um amigo ou colega.

A limitação do trabalho foi a dificuldade em receber as respostas do questionário enviado aos 32 profissionais liberais. Após uma longa espera pelo retorno, intercalada com lembretes sobre a importância da pesquisa, 7 não responderam, enquanto, 25 enviaram as respostas, o que permitiu compilar e apresentar os dados.

E a sugestão de futura pesquisa, mapear todos os *coworkings* em funcionamento na cidade de Caruaru e avaliar de forma aprofundada o impacto que esses espaços têm na economia local.

REFERÊNCIAS

- BAGGIO, Daniel Knebel; BAGGIO, Adelar Francisco. Empreendedorismo: Conceitos e Definições. **Rev. de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia**, 2014.
- BARRETO, Gustavo; FERRAZ, Fernando Toledo. **Revisão bibliográfica sobre *coworking spaces***. Relatórios de Pesquisa em Engenharia de Produção v.14, n. B3, p. 24-53. 2014.
- BIZAIO, Érica Aparecida Freire Ramos; BARBOSA, Giane de Carvalho; GALVÃO, Henrique Martins. Empreendedorismo e *coworking spaces* no Vale do Paraíba. **Revista H-Tec Humanidades e Tecnologia**, v. 5, n. 1, p. 6-136, jan./jun., 2021.
- BOAVA, D. T.; MACEDO, F. M. F. Empreendedorismo à maneira dos filósofos. In: Encontro de estudos em estratégia, 5, **Anais**. Porto Alegre: ANPAD, 2011.
- CALDEIRA, Mirella D'Angelo. A responsabilidade civil dos profissionais liberais com o advento do código de defesa do consumidor. **Revista da Faculdade de Direito**, São Paulo: UESP, ed. 1, ano 2004, n. 1, p. 310-323, Disponível em: <<https://www.metodista.br/revistas/revistas-metodista/index.php/RFD/article/view/>> Acesso em: 25 abr. 2022.
- CAMPOS, João Geraldo Cardoso; TEIXEIRA, Clarissa Stefani; SCHMITZ, Ademar. **Coworking Spaces: Conceitos, Tipologias e Características**. 2015. Disponível em: <<https://www.researchgate.net/publication>>. Acesso em: 25 abr. 2022.
- CARNEIRO, Rômulo Giovannelli; CAMILO, Elisabete. Coworking: redes de relacionamentos, pontos Positivos e negativos do modelo organizacional. **II Encontro Internacional de Gestão, Desenvolvimento e Inovação**. 2018.
- CARVALHO, Lejeune Mato Grosso Xavier de; AZEVEDO, Carlos Alberto Schmitt de. **FENACI**. FENACI - Federação Nacional de Corretores de Imóveis. FENACI, 2022. Disponível em: <http://fenaci.org.br/index.php?option=com_content&view=art>. Acesso em: 25 abr. 2022.
- COWORKING BRASIL. **Censo *coworking***. 2019. Disponível em: <<https://coworkingbrasil.org/censo>> Acesso em: 25 abr. 2022.
- COLLYER, Francisco Renato Silva. **Muito além da Revolução. os aspectos políticos e sociais da maior revolução da idade moderna**. Revista Jus Navigandi, ISSN 1518-4862, Teresina, ano 20, n. 4242, 11 fev. 2015. Disponível em: <<https://jus.com.br/artigos/31268>>. Acesso em: 25 abr. 2022.
- CONFEDERAÇÃO NACIONAL DOS PROFISSIONAIS LIBERAIS. **CNPL**. O Profissional Liberal. Brasília - DF: CNPL, 2022. Disponível em: <<https://www.cnpl.org.br/o-profissional-liberal/>>. Acesso em: 25 abr. 2022.
- CONTESSOTO, Mylena *et al.* O *coworking* como impulsionador de novos negócios. **Revista de Administração – UNIFATEA** v.20 n. 20, jan-jun, 2020.

COSTA, Alessandra Mello da; BARROS, Denise Franca; CARVALHO, José Luis Felício. **A Dimensão Histórica dos Discursos acerca do Empreendedor e do Empreendedorismo**. RAC, Curitiba, v. 15, n. 2, art.1, pp. 179-197, Mar./Abr. 2011.

CHIAVENATO, Idelbrando. **Empreendedorismo** - Dando Asas ao Espírito Empreendedor. 4º. ed. Barueri: Manole Ltda, 2012.

DIAMANTINO, Raquel Regina de Assis *et al.* **Conexão coworking**. *Rev. Episteme Transversalis*, Volta Redonda-RJ, v.10, n.3, p. 228-246, 2019.

DORNELAS, J. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Elsevier/Campus. 2008.

DRUCKER, P F. **Inovação e espírito empreendedor**: práticas e princípios. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.

FIGUEIREDO, Franciele Ferreira; CRUZ, Cleicia Santos da. **Coworking: Um estudo do perfil dos usuários e seus pontos positivos e impactos**. 2002. 38f. Trabalho de Conclusão de Curso (Monografia), Curso de Administração, Faculdade Doctum de Serra, 2018.

FONSECA, Érica Pereira Paraguai; LIMA, Iracema Oliveira. **Expansão da educação profissional no governo Lula**. Anais do III Congresso Internacional e V Congresso Nacional de Movimentos Sociais e Educação, 2021.

FUMAGALLI, A. **Bioeconomía y Capitalismo cognitivo**: hacia un nuevo paradigma de acumulación. Traducción Antonio Antón Hernandez, Joan Miquel Gual Vergas y Emmanuel Rodríguez López. 1. ed. Madri: Traficantes de sueños, 2010. Disponível em: <<https://www.Bioeconomia-TdS.pdf>>. Acesso em: 17 mai. 2022.

GEM. **Empreendedorismo no Brasil**, 2020. Disponível em: <<https://ibqp.org.br/PDF%20GEM/Relat%C3%B3rio%20Executivo%20Empreendedorismo%20no%20Brasil%202019.pdf>>. Acesso em: 02 out. 2020.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6 ed. - São Paulo: Atlas, 2008.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P.; SHEPHERD, D. A. **Empreendedorismo**. 7 ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Fundamentos da metodologia científica**. 7 ed. São Paulo: Atlas, 2007.

LEITE, Emanuel F. **Empreendedorismo no Brasil**: uma visão crítica e integrada. 2012. Disponível em: <www.abenge.org.br/cobenge/legado/arquivos>. Acesso em: 17 mai. 2022.

LOPES, G. S., Jr.; SOUZA, E. C. L. Atitude empreendedora em proprietários-gerentes de pequenas empresas. Construção de um instrumento de medida.

Revista Eletrônica de Administração, 2005. Disponível em: <http://read.adm.ufrgs.br/edicoes/pdf/artigo_380.pdf>. Acesso em: 24 mar. 2022.

MELLO, S. C. B.; LEÃO, A. L. M. S.; PAIVA, F. G., Jr. Competências empreendedoras de dirigentes de empresas brasileiras de médio e grande porte que atuam em serviços da nova economia. **Revista de Administração Contemporânea**, 2006.

MIGUEZ, Viviane Brandão; LEZANA, Álvaro Guillermo Rojas. **Empreendedorismo e inovação**: a evolução dos fatores que influenciam o empreendedorismo corporativo. Navus, v. 8, n. 2, abr. jun. Florianópolis/SC. 2018.

MORAES, Maria Celina Bodin de; GUEDES, Gisela SAMPAIO da Cruz. Anotações sobre a responsabilidade civil do profissional liberal. **Civilista**, São Paulo, ed. 4, ano 2015, n. 2, Disponível em: <<http://civilistica.emnuvens.com.br/redc/article/view/213>> Acesso em: 25 abr. 2022.

OLIVEIRA, João Vitor Costa Camargo de. **A valoração do dano moral nas relações de consumo em face dos profissionais liberais** / João Vitor Costa Camargo de Oliveira. 2019. Disponível em: <<http://186.236.83.17:8080/jspui/handle/20.500.11874/5194>>. Acesso em: 25 abr. 2022.

OLIVEIRA, Paulo; LACERDA, Juarez. Habilidades e competências desejáveis aos profissionais de inteligência competitiva. **Ci. Inf.**, Brasília, v. 36, n. 2, p. 46-53, maio/ago. 2007.

OKUBO, Júlia. **Coworking: um modelo que representa a relação da sociedade atual com o trabalho**. 2018. 66 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Monografia), Curso de Comunicação Social, Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Bauru, 2018.

QUARESMA, J. G.; GONÇALVES, C. **Out of the office**. E-Book. Porto: Ed. Vida Económica, 2013.

RICHTER, A. *et al.* **Análise comparativa da anatomia da cabeça do trabalhador de *Formica* e *Brachyponera* (Hymenoptera: Formicidae)**. 2020.

RICHARDSON, Roberto Jarr. **Pesquisa social**: métodos e técnicas. 3 ed. São Paulo: Atlas, 1999.

SENNETT, R. **A corrosão do caráter**: as consequências pessoais do trabalho no novo capitalismo. Tradução Marcos Santarrita. 14. ed. Rio de Janeiro: Record, 2009.

SCHMIDT, Serje; BOHNENBERGER, Maria Cristina. **Perfil Empreendedor e Desempenho Organizacional**. **RAC**, Curitiba, v. 13, n. 3, art. 6, p. 450-467, Jul./Ago. 2009.

SCHUERMANN, Mathias. **Coworking space**: a potent business model for plug'n play and indie workers. Berlin: Rocket Publishing, 2014.

SCHUMPETER, J. A. **Teoria do desenvolvimento econômico**: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico. Tradução Maria Sílvia Possas. São Paulo: Editora Nova Cultural, 1997.

VALADARES, Josiel Lopes *et al.* **O Fenômeno do Empreendedorismo Público**: Um Ensaio sobre a Aplicabilidade desse Construto na Administração Pública Brasileira. XXXVI Encontro da ANPAD, Rio de Janeiro, 2012.

VALADARES, Josiel Lopes; EMMENDOERFER, Magnus Luiz. A incorporação do empreendedorismo no setor público: reflexões baseadas no contexto brasileiro. **Revista de Ciências da Administração**, v. 17, n. 41, 2015.

VEGARA, Sylvia Constant. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração**. 12. ed. São Paulo: Atlas, 2013.

VOLPATO, Gildo. Marcas de profissionais liberais que se tornaram professores-referência. **R. bras. Est. pedag.**, Brasília, v. 90, n. 225, p. 333-351, maio/ago. 2009.

YIN, Robert K. **Estudo de caso**: planejamento de métodos. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.

ZANON, Breilla. **“Não era amor, era cilada”**: *Startups, coworkings e a mobilização do desejo pelo mundo do trabalho*. 2019. 185 f. Programa de Pós-graduação em Sociologia (Tese de Mestrado), Curso de Sociologia, Universidade Federal de São Carlos. São Carlos, São Paulo, 2019.

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO DIRIGIDO AOS CLIENTES DO REALIZA COWORKING

Senhor(a),

Sou, Luiz Claudio de Assis, aluno de Graduação em Administração pela Universidade Federal de Pernambuco - Centro Acadêmico do Agreste e estou conduzindo uma pesquisa acadêmica como subsídio técnico-científico ao Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), com ênfase no “Realiza Coworking: uma experiência de trabalho colaborativo para os profissionais liberais em Caruaru” e sua opinião será muito significativa. As informações obtidas com as respostas aos questionamentos passarão por análise, gerando dados que serão usados exclusivamente para a elaboração do TCC e sua posterior publicação em revista científica, mantendo em sigilo a identificação dos usuários do Realiza Coworking.

Sua participação é valiosa e agradeço a sua disponibilidade.

BLOCO 1: Identificação do empreendedor

1. Idade: _____

2. Gênero

Masculino ()

Feminino ()

Prefiro não dizer ()

Outros: _____

3. Qual sua formação profissional?

4. Qual a área profissional de atuação?

BLOCO 2: Identificação sobre a empresa

5. Qual o segmento da sua empresa:

Startup ()

E-commerce e Marketplace ()

Consultoria e Serviço ()

Empresas digitais ()

Tecnologia da Informação ()

Comércio e varejo ()

Construção civil ()

Esporte, saúde e bem-estar ()

Entretenimento ()

Marketing e comunicação ()

Indústria ()

Outros: _____

6. Há quanto tempo sua empresa está no mercado?

0-1 ano ()

1-2 anos ()

2-3 anos ()

3-4 anos ()

Mais de 5 anos ()

7. Quantos funcionários sua empresa possui?

BLOCO 3: Espaço do *Realiza Coworking*

8. Há quanto tempo você é cliente do *Realiza Coworking*?

0 a 1 ano ()

1 a 2 anos ()

2 a 3 anos ()

3 a 3,5 anos ()

9. Como conheceu o *Realiza Coworking*?

Indicação de amigos ()

Familiares ()

Redes sociais ()

Ações de marketing ()

Shopping ()

Outros ()

10. Você já utilizou algum serviço de *Coworking* fora do *Realiza*?

Sim ()

Não ()

11. Em caso afirmativo, qual é o nome do espaço e em qual se localiza?

12. Utilize as referências abaixo para responder sobre a frequência de utilização dos serviços ofertados pelo *Realiza Coworking* (1= nunca, 2= raramente, 3= ocasionalmente, 4=freqüentemente, 5=muito freqüente)

SERVIÇOS OFERTADOS	VALORES CORRESPONDENTES				
	1	2	3	4	5
Salas empresariais					
Salas de reuniões					
Salas de treinamentos					
Sala de Podcast					
Cabine de estudo					
Escritório virtual					

Espaço para eventos					
---------------------	--	--	--	--	--

13. Avalie a infraestrutura oferecida pelo *Realiza Coworking* quanto ao grau de satisfação: (1= péssima, 2= ruim, 3= moderado, 4= bom, 5=ótimo)

RECURSOS	VALORES CORRESPONDENTES				
	1	2	3	4	5
Ambiente					
Mobiliário					
Iluminação					
Climatização					
Internet					
Segurança					
Café/Restaurante					
Limpeza					

14. Após ingressar no *Realiza Coworking*, você realizou parcerias de negócio?

Sim ()

Não ()

15. Em caso afirmativo, quantas parceria de negócios realizou com profissionais liberais?

1 ()

2 ()

3 ()

4 ()

Acima de 5 ()

16. Em caso afirmativo, quantas parcerias de negócios realizou com empresas?

1 ()

2 ()

3 ()

4 ()

Acima de 5 ()

17. Sobre a formação de parcerias de negócios, indique o grau de importância dos seguintes segmentos: (1=não é importante, 2=as vezes é importante, 3=moderado, 4=importante, 5= muito importante)

SEGMENTOS	VALORES CORRESPONDENTES				
	1	2	3	4	5
Startup					
E-commerce e Marketplace					
Consultoria e serviços					
Empresas digitais					
Tecnologia da informação					
Comércio e varejo					
Esporte, saúde, e bem-estar					
Entretenimento					
Marketing e comunicação					
Indústria					

18. Utilize as referências abaixo para responder as possíveis vantagens encontradas no *Realiza Coworking*: (1= impacta muito, 2= impacta, 3= moderado, 4= impacta pouco, 5= não impacta)

VANTAGENS	VALORES CORRESPONDENTES				
	1	2	3	4	5
Economia de custos					
Aumento do número de clientes					
Ampliação da rede de contatos					
Praticidade/comodidade					
Flexibilidade de horário					
Endereço fixo					
Localização					

19. Utilize as referências abaixo para responder sobre as possíveis desvantagens encontradas no *Realiza Coworking* (1= impacta muito, 2= impacta, 3= neutro, 4=impacta pouco, 5= não impacta)

DESVANTAGENS	VALORES CORRESPONDENTES				
	1	2	3	4	5
Possibilidades de desavenças					
Mal uso do espaço por outros clientes					
Distrações					
Excesso de barulho					
Diminuição da privacidade e do sigilo					
O local não pode ser personalizado					

20. Em uma escala de 0 a 10, qual é o grau de satisfação com o *Realiza Coworking*?

1 ()

2 ()

3 ()

4 ()

5 ()

6 ()

7 ()

8 ()

9 ()

10 ()

21. Em uma escala de 0 a 10, qual é a probabilidade de recomendar esta empresa a um amigo ou colega?

1 ()

2 ()

3 ()

4 ()

5 ()

6 ()

7 ()

8 ()

9 ()

10 ()