UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DE PERNAMBUCO

PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO E DESENVOLVIMENTO RURAL

ASSOCIAÇÕES ENTRE AS CARACTERÍSTICAS DE *COWORKINGS* E O DESEMPENHO DE NEGÓCIOS EM RECIFE-PE.

HÉRIQUE COSTA RIBEIRO DE LIMA

RECIFE, AGOSTO/2020

UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DE PERNAMBUCO

PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO E DESENVOLVIMENTO RURAL

ASSOCIAÇÕES ENTRE CARACTERÍSTICAS DE *COWORKINGS* E O DESEMPENHO DE NEGÓCIOS EM RECIFE-PE.

HÉRIQUE COSTA RIBEIRO DE LIMA

Dissertação submetida ao Programa de Pós-Graduação em Administração e Desenvolvimento Rural como exigência parcial à obtenção do título de Mestre em Administração.

Orientadora: Profª. Telma Lúcia de Andrade Lima, DSc

Co-orientadora: Profª. Brigitte Renata Bezerra de Oliveira, DSc

RECIFE, AGOSTO/2020

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

H547a Lima, Hérique Costa Ribeiro de Lima
Associações entre as características de coworkings e o desempenho de negócios em Recife-PE / Hérique Costa Ribeiro de Lima Lima. - 2020.
149 f. : il.

Orientadora: Telma Lucia de Andrade Lima.
Coorientadora: Brigitte Renata Bezerra de Oliveira.
Inclui referências, apêndice(s) e anexo(s).

Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal Rural de Pernambuco, Programa de Pós-Graduação em Administração e Desenvolvimento Rural, Recife, 2020.

1. coworking. 2. network. 3. criatividade. 4. infraestrutura. 5. desempenho. I. Lima, Telma Lucia de Andrade, orient. II. Oliveira, Brigitte Renata Bezerra de, coorient. III. Título

CDD 338.1

UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DE PERNAMBUCO

PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO E DESENVOLVIMENTO RURAL

PARECER DA COMISSÃO EXAMINADORA DE DEFESA

DE DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

HÉRIQUE COSTA RIBEIRO DE LIMA

ASSOCIAÇÕES ENTRE AS CARACTERÍSTICAS DE COWORKINGS E O DESEMPENHO DE NEGÓCIOS EM RECIFE-PE

A comissão examinadora, composta pelos professores abaixo, sob a presidência da primeira, considera o candidato **HÉRIQUE COSTA RIBEIRO DE LIMA** APROVADO em ___/___/___

Orientadora:

_____

Profª. TELMA LÚCIA DE ANDRADE LIMA, DSc
Programa de Pós-Graduação em Administração e Desenvolvimento Rural
Universidade Federal Rural de Pernambuco
(Presidente)

Banca Examinadora:

_____

Prof. MARCOS FELIPE DE FALCÃO SOBRAL, DSc
Programa de Pós-Graduação em Administração e Desenvolvimento Rural
Universidade Federal Rural de Pernambuco
(Membro Interno)

_____

Profª. VIVIANE SANTOS SALAZAR, DSc
Programa de Pós-Graduação em Hotelaria e Turismo
Universidade Federal de Pernambuco
(Membro Externo)

À minha mãe e ao meu pai,
que me ensinam todos os dias.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradeço e dedico esta dissertação ao meu pai, Henrique, e à minha mãe, Weruska. Oferecer esse trabalho a vocês é minha forma de expressar toda gratidão por tudo que fizeram e fazem pela minha formação como pessoa, desde a educação quando criança às orientações e apoio às decisões que preciso tomar durante a vida. Sem vocês, nada seria possível, sequer existiria.

Às minhas famílias paterna e materna, por todo amor construído e compartilhado durante a vida: avós, tios e tias, irmãos, primos e primas e todos os que acompanharam essa jornada. Em especial, à minha tia Wanessa, que revisou todo este trabalho e foi essencial para que ele terminasse melhor escrito, e ao meu irmão Rico, que organizou e planejou durante meses a apresentação virtual da defesa.

Às minhas orientadora e co-orientadora, Telma e Renata, por estarem sempre ao meu lado nessa jornada do mestrado, pelo aprendizado, trabalhos feitos, projetos, e principalmente pela amizade, carinho e respeito nutridos ao longo desses dois anos.

À Universidade Federal Rural de Pernambuco, minha *alma mater* e segunda casa há anos, onde muito me orgulho ter sido formado administrador e, agora, mestre em administração e desenvolvimento rural.

Ao PADR e a todos que fizeram parte do nosso ciclo nesse período: todos os docentes, a coordenação do prof. André e os servidores, inclusive colaboradores terceirizados, que garantiram nossa formação, aprendizado e nos deram todo o suporte necessário para que pudéssemos chegar a esse momento.

A todos os amigos e colegas que compuseram nossa turma, em especial a Camilla, minha grande parceira de trabalhos, pesquisa e publicações, e Diogo, pela amizade e pelos vários debates construtivos em sala de aula e fora dela.

A Carol e Duda, que, mais do que parceiras de turma, são as amigas mais leais que o mestrado poderia ter proporcionado. Agradeço a vocês a amizade que construímos nesses mais de dois anos, o carinho dedicado quase que diariamente, os momentos de alegria, nossos açaís e também pela paciência por me ajudar com as dúvidas que tanto apareciam.

Ao professor Marco Aurélio e a Jadson, especialistas acadêmicos em *coworking*, que participaram do processo de revisão e composição do questionário utilizado na pesquisa, e aos professores Henrique Muzzio, Marcos Sobral e Viviane Salazar, por terem composto as bancas e pelas contribuições prestadas.

A todos os *coworkings* e gestores que contribuíram e autorizaram a participação na coleta de dados. Agradecimento especial a André e Manu, do *Workspot*, os primeiros a ofereceram aval à realização da pesquisa. Além de Rodrigo, do *Beehive*, pela cortesia e indicações, Bruno do *Esc Coworking*. e Daniel do *Smartoffice*, pelo entusiasmo em ter recebido a ideia nos seus estabelecimentos.

Também agradeço a todos os participantes que dedicaram seu tempo a responder o questionário, sendo a base principal de todos os resultados que apresentamos. Em especial a Paula Carvalho, que sempre interage nas redes sociais e lembra da nossa pesquisa em suas *lives*, e a Empreender Dinheiro, empresa que admiro bastante e fiquei muito feliz por contar com sua participação na pesquisa.

À Universidade de Pernambuco e a toda equipe da CPCA, que compartilha comigo o dia-a-dia de muito trabalho e aprendizado. Em especial ao prof. Ernani, pelo acolhimento após minha chegada e flexibilidade que proporcionou a conclusão das disciplinas, e à prof. Rosa, por todas as conversas, orientações, caronas e principalmente pela amizade construída nesse tempo.

Às pessoas especiais que me acompanharam nesse processo: Juliana, pelo apoio diário ao longo dessa reta final do mestrado e por todo carinho e admiração e nutrimos um pelo outro. Danielle, psicóloga que vem me acompanhando há um ano e sendo essencial para meu desenvolvimento pessoal e autoconhecimento. Bárbara, por ter incentivado o ingresso no mestrado e por ter sugerido esse tema, sendo essencial para que esse trabalho tenha sido iniciado e desenvolvido.

Às minhas amigas, em especial a Laura, por ter revisado o pré-projeto e pela pessoa incrível que é; a Melissa, minha comadre e parceira oficial de todos os momentos, desde a nossa graduação, por tanto se dedicar, ouvir e fazer questão de estar presente em nossas vidas; a Ana Beliza, que desde nossos 15 anos está sempre ao meu lado, construindo nossa amizade independente da distância física.

A todos vocês, que estiveram direta e indiretamente envolvidos nessa jornada, a minha gratidão.

RESUMO

Esta dissertação tem por objetivo analisar as associações entre as características do *coworking* e o desempenho de negócios na cidade do Recife. Entende-se que a atual conjuntura econômica mostra um cenário favorável aos meios compartilhados de produção, contexto que inclui os ambientes de *coworking*. O compartilhamento de espaço e a co-localização de seus atores econômicos faz emergir características que podem estar associadas e influenciar o desempenho de negócios presentes em *coworkings*. É o caso de aspectos como *network,* criatividade/inovação, infraestrutura/ambiente e a localização dos espaços. Considerando essas propriedades e tratando-se de uma pesquisa exploratória e quantitativa, foi coletada uma amostra de 77 negócios situados em *coworkings* do Recife-PE. Os dados coletados se mostraram confiáveis e adequados para a realização de análise fatorial e aplicação de correlação bivariada como métodos de análise. A aplicação desses métodos resultou na identificação de associações percebidas através da correlação entre os componentes característicos e o desempenho organizacional. Como resultado, foi possível identificar a criatividade gerada por meio de *benchmark* e a infraestrutura adequada como as principais características associadas ao desempenho organizacional. Também se destacou o papel do *network* e da localização na associação ao desempenho de mercado e financeiro assim como a identificação da existência de correlação entre as características principais dos *coworkings*. Pelo fato de o fenômeno *coworking* ainda ser pouco explorado academicamente, os resultados desta dissertação poderão proporcionar direcionamentos teóricos para futuras pesquisas.

Palavras-chave: *coworking*, *network*, criatividade, infraestrutura, localização, desempenho, negócios.

ABSTRACT

This dissertation aims to analyze the associations between coworking characteristics and business performance in the city of Recife. It is known that the current economic situation shows a favorable scenario for shared means of production, context that includes coworking spaces. The sharing of space and the co-location of its economic actors is able to highlight features that may be associated and induce the performance of businesses located in coworkings. These features are known as network, creativity and innovation, infrastructure and environment and the location of spaces. Considering these properties and being an exploratory and quantitative research, a sample of 77 businesses located in coworkings in Recife was collected. The collected data proved to be reliable and adequate to perform factor analysis and to apply bivariate correlation as methods of analysis. The application of these methods brought results for the identification of perceived associations through the correlation between the characteristic components and the organizational performance. As a result, it was possible to identify that the creativity generated through a benchmark and an appropriate infrastructure as the characteristics associated with organizational performance. Also highlighted was the role of the network and location in associating with market and financial performance, as well as identifying the existence of a correlation between the main characteristics of coworkings. Because the coworking phenomenon is still little explored academically, the results of this dissertation may provide theoretical directions for future research.

Keywords: coworking, network, creativity, infrastructure, location, performance, business.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Principais causas de mortalidade em pequenos negócios 15
Figura 2. Relatos de suporte instrumental..... 26
Figura 3. Características de *network* no âmbito do *coworkings*..... 27
Figura 4. Características de criatividade/inovação no âmbito dos *coworkings*..... 30
Figura 5. Características de infraestrutura/ambiente no âmbito dos *coworkings* 32
Figura 6. Características de localização no âmbito dos *coworkings*..... 34
Figura 7. Correntes teóricas de conceituação de desempenho organizacional 35
Figura 8. Efeito do tempo na relação entre apoio social de *coworkers* e autoeficácia..... 38
Figura 9. Critérios de mensuração do desempenho organizacional 42
Figura 10. Critérios nacionais de definição para MPEs..... 43
Figura 11. Características de pequenos negócios apresentadas pela literatura 44
Figura 12. Framework conceitual 56
Figura 13. Resumo das etapas de pesquisa 59
Figura 14. Refinamento da RSL por base de dados 61
Figura 15. Categorias de análise 62
Figura 16. Etapas de análise fatorial 71
Figura 17. Resumo dos testes de hipóteses..... 117
Figura 18. Resumo dos principais resultados desta dissertação..... Erro! Indicador não definido.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1. Porte das empresas pelos critérios de faturamento e pessoal ocupado..... 75
Tabela 2. Área de atuação das empresas em *coworking* 75
Tabela 3. Formalização das empresas em *coworking*..... 77
Tabela 4. Cargos dos usuários de *coworking*..... 77
Tabela 5. Origem do faturamento de negócios em *coworking*..... 78
Tabela 6. Frequência na utilização dos espaços de *coworking*..... 78
Tabela 7. Serviços e períodos utilizados por usuários de *coworking* 79
Tabela 8. Ingresso em *coworking* x fundação da empresa 80
Tabela 9. Principal motivo de escolha do *coworking*..... 81
Tabela 10. Modo de utilização do *coworking*..... 82
Tabela 11. Estatística descritiva - *Network* 83
Tabela 12. Correlação de Spearman entre indicadores de *Network*..... 86
Tabela 13. Assimetria e curtose dos indicadores de *Network*..... 87
Tabela 14. Estatística descritiva - Criatividade/inovação 88
Tabela 15. Correlação de Spearman entre indicadores de Criatividade/Inovação..... 89
Tabela 16. Assimetria e curtose dos indicadores de Criatividade/Inovação..... 90
Tabela 17. Estatística descritiva - Infraestrutura/Ambiente..... 91
Tabela 18. Correlação de Spearman entre indicadores de Infraestrutura/Ambiente 92
Tabela 19. Assimetria e curtose dos indicadores de Infraestrutura/Ambiente 92
Tabela 20. Estatística descritiva - Localização 93
Tabela 21. Correlação de Spearman entre indicadores de Localização 93
Tabela 22. Estatística descritiva - Desempenho 94
Tabela 23. Assimetria e curtose dos indicadores de Desempenho..... 95
Tabela 24. Correlação de Spearman entre indicadores de Desempenho..... 96
Tabela 25. Medidas de confiabilidade e adequação 99
Tabela 26. Análise fatorial da escala *Network* 101
Tabela 27. Análise fatorial da escala Criatividade/Inovação 102
Tabela 28. Análise fatorial da escala Infraestrutura/Ambiente..... 103
Tabela 29. Análise fatorial da escala Localização 104
Tabela 30. Análise fatorial da escala Desempenho Individual 105
Tabela 31. Análise fatorial da escala Desempenho Financeiro..... 106
Tabela 32. Análise fatorial da escala Desempenho de Mercado 107
Tabela 34. Correlação de Pearson entre fatores característicos de *coworking* e desempenho organizacional..... 113

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AFC	Análise Fatorial Confirmatória
AFE	Análise Fatorial Exploratória
BSC	*Balanced Scorecard*
CNPJ	Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica
DF	Graus de Liberdade
EIRELI	Empresário Individual de Responsabilidade Limitada
EPP	Empresa de Pequeno Porte
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IBM	*International Business Machines Corporation*
KMO	Kaiser-Meyer-Olkin
K-S	Kolmogorov-Smirnov
LTDA	Sociedade Empresarial Limitada
ME	Microempresa
MEI	Microempreendedor Individual
MPE	Micro e Pequena Empresa
PADR	Programa de Pós-Graduação em Administração e Desenvolvimento Rural
RSL	Revisão Sistemática de Literatura
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SIG	Significância
SPSS®	*Statistical Package for the Social Sciences*
SSRN	*Social Science Research Network*
StArt	*State of the Art through Systematic Review*
UFRPE	Universidade Federal Rural de Pernambuco
#	Número
%	Porcentagem específica
%ac	Porcentagem acumulada

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO **13**

1.1. Contextualização do tema 13

1.2. Problemática de pesquisa 16

1.3. Objetivos 18

1.4. Justificativa 18

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA **22**

2.1. *Coworking* 22

2.1.1. A relação entre características do *coworking* e os negócios: uma revisão sistemática 24

2.1.1.1. *Network* 25

2.1.1.2. Criatividade/inovação 28

2.1.1.3. Infraestrutura/ambiente 31

2.1.1.4. Localização 33

2.2. Desempenho organizacional 34

2.2.1. A mensuração do desempenho organizacional 36

2.3. Panorama geral dos negócios 43

2.3.1. Critérios definidores 43

2.3.2. Características e perfil de pequenos negócios em *coworking* 44

2.4. Hipóteses extraídas da literatura 46

2.4.1. Associação entre variáveis características 48

2.4.2. Influência do *network* 50

2.4.3. Influência da criatividade e da inovação 52

2.4.4. Influência da infraestrutura e do ambiente 53

2.4.5. Influência da localização 55

2.5. Esquema conceitual para o referencial teórico 56

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS **58**

3.1. Delineamento da pesquisa 58

3.2. Revisão Sistemática de Literatura (RSL) 60

3.3. Definição da população e amostra 63

3.4. Método de coleta de dados 65

3.4.1. Validade de confiabilidade do método 65

3.4.2. Formulário de pesquisa 66

3.4.3. Processo de coleta de dados 67

3.5. Análise de dados 68

3.5.1. Análise univariada dos dados: estatística descritiva 68

3.5.2. Análise multivariada dos dados: análise fatorial 70

3.5.3. Análise de correlação 71

3.6. Limitações metodológicas 72

4. ANÁLISE DOS RESULTADOS **74**
4.1. Descrição do perfil da amostra 74
4.1.1. Porte das empresas em *coworking* 74
4.1.2. Áreas de atuação 75
4.1.3. Formalização jurídica 76
4.1.4. Informações dos respondentes 77
4.1.5. Origem do faturamento 78
4.1.6. Frequência na utilização dos espaços de *coworking* 78
4.1.7. Utilização dos serviços 79
4.1.8. Momento do ingresso em *coworking* 80
4.1.9. Motivos de escolha do *coworking* 80
4.1.10. Modo de utilização do *coworking* 81
4.2. Detalhamento das variáveis características 82
4.2.1. *Network* 83
4.2.2. Criatividade/inovação 88
4.2.3. Infraestrutura/ambiente 90
4.2.4. Localização 92
4.2.5. Desempenho 93
4.3. Confiabilidade e adequação da amostra 97
4.4. Análise fatorial 99
4.4.1. *Network* 100
4.4.2. Criatividade/inovação 101
4.4.3. Infraestrutura/ambiente 102
4.4.4. Localização 103
4.4.5. Desempenho individual 104
4.4.6. Desempenho financeiro 105
4.4.7. Desempenho de mercado 107
4.5. Correlações entre fatores 108
4.6. Avaliação das hipóteses de pesquisa 114
5. CONCLUSÕES E IMPLICAÇÕES **118**
5.1. Sumário do estudo 119
5.2. Inferências principais 120
5.3. Contribuições do estudo 124
5.4. Limitações 126
5.5. Sugestões para estudos futuros 127
6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS **130**
APÊNDICE **141**
1. Protocolo da revisão sistemática 141
ANEXOS **146**
1. Carta de apresentação 146
2. Questionário de pesquisa 147

1. INTRODUÇÃO

O primeiro capítulo desta dissertação é composto pelas seções de contextualização do tema, na qual foi feita uma breve contextualização histórica e situacional. Em seguida, são realizadas a discussão da problemática de pesquisa, a descrição dos objetivos e a justificativa do estudo, quando são evidenciados aspectos sobre a pertinência e as contribuições deste trabalho.

1.1. Contextualização do tema

Desde a década de 1990 conceitos e compreensões acerca do significado de *coworking* vêm se desenvolvendo. Os primeiros registros datam de 1999, quando o *game designer* americano Bernie DeKoven utilizou pela primeira vez o termo *co-working*, ainda com hífen. DeKoven designou como *co-working* a sua plataforma virtual, desenvolvida para auxiliar a condução de reuniões virtuais de negócios, disponibilizando remotamente as notas mais importantes aos participantes da reunião à medida que ela ocorria (BUNNELL; LINDEN, 2011; SOARES; SALTORATTO, 2015). A partir desse ano (1999), o conceito de *co-working* foi sendo disseminado e adaptado a outros contextos. Conforme Gandini (2015), o hífen foi removido para diferenciar os termos *'coworking'* e *'co-working'*. Enquanto este significa trabalhar conjuntamente em um projeto específico, aquele representa a prática de trabalhar de forma individual em um ambiente compartilhado - contemplando o conceito contemporâneo e mais conhecido de *coworking* (NAKAO; MUSSI, 2018).

Com relação à perspectiva do *coworking* como um modelo de negócios, entende-se que ainda não há um consenso sobre a sua origem formal. Porém, estudos consideram que esse conceito foi lançado no Estados Unidos, em 2005, por Brad Neuberg e Chris Messina (SPINUZZI, 2012; BUENO *et al.*, 2018; HOWELL; BINGHAM, 2019). Neuberg ressignificou o *coworking*, retirando-o do ambiente online criado por DeKoven e trazendo-o para o espaço físico, ao abrir o primeiro espaço de *coworking* em São Francisco (BUNNELL; LINDEN, 2011).

Conceitualmente, o ambiente de *coworking* criado por Neuberg pode ser entendido como um espaço compartilhado entre *coworkers* (termo que abrange os empreendedores, gestores e colaboradores que se inter-relacionam e compartilham o

mesmo local) que, por meio de interações entre si, fortalecem as conexões, descobrem novas *expertises* e agregam valor de forma mútua, proporcionando a sensação de comunidade (CAPDEVILA, 2014; GANDINI, 2015; SUÁREZ, 2016).

Howell e Bingham (2019) realizaram uma entrevista com Neuberg, ele explicou que, como desenvolvedor de *software*, ansiava pela estrutura de ambiente de trabalho em comunidade e, ao mesmo tempo, por manter a liberdade e a independência na sua atuação. Neuberg considera que a interação pessoal é necessária para o desenvolvimento da confiança humana, sendo o caminho para incorporar as características de abertura, interação, compartilhamento e participação ao *coworking,* (LEFORESTIER, 2009; BUNNELL; LINDEN, 2011; CHEAH; HO, 2019).

Essas características têm atraído atenção de empreendedores, principalmente pela flexibilidade proporcionada por esses ambientes - quando comparados aos trabalhos realizados em escritórios corporativos tradicionais (BUENO *et al.*, 2018; CHEAH; HO, 2019). As mudanças culturais, comportamentais e o amadurecimento de estratégias envolvendo a cooperação proporcionaram uma disseminação desses novos modelos de negócio, desenvolvidos a partir da lógica da flexibilidade, interação e compartilhamento. A popularização dessas características vem fazendo com que os espaços de *coworking* se tornem cada vez mais difundidos entre empreendedores ao redor do mundo (CAPDEVILA, 2015; GANDINI, 2015; SUÁREZ, 2016; SUPRUN, YELISIEIEVA, 2017; RIADINSKA *et al.*, 2018). Alinhados a essas características, os *coworkings* são projetados para serem abertos, inclusivos e compartilhados por pessoas de diferentes origens e funções: empresários, *freelancers*, artistas, pesquisadores, estudantes, entre outros (CHEAH; HO, 2019).

Ao compartilhar o ambiente de trabalho, os *coworkers* buscam explorar a oportunidade de alavancar negócios por meio da construção diversificada de relacionamentos cooperativos, proporcionando vantagens específicas de socialização e desenvolvimento de *expertises* (VIEIRA *et al.*, 2009; CAPDEVILA, 2014; CASTILHO; QUANDT, 2017). Nesse sentido, os espaços começaram a promover eventos, a fim de proporcionar desde oportunidades de *networking* profissional a fomentar a interação social (HOWELL; BINGHAM, 2019).

Conforme o Censo *Coworking* Brasil (2018; 2019) 90% das organizações localizadas em *coworkings* são pequenos negócios, que além de estarem presentes

nesses espaços, possuem uma participação de destaque na economia brasileira. Conforme os dados mais recentes do SEBRAE (2014), as MPEs compõem 98% do setor de serviços do país, geram 27% do PIB nacional no valor adicionado, e representam 44% dos empregos formais em serviços e 70% dos empregos formais no comércio. Apesar da importância para a economia, essas empresas manifestam dificuldades de gestão que reduzem sua capacidade de investimento e, consequentemente, a sustentabilidade de seus negócios (DATASEBRAE, 2016; IBGE, 2019).

No período de 2014 a 2017 foi instaurada no Brasil uma crise econômica que gerou aumento dos índices de desemprego e instabilidade econômica (IBGE, 2020). De acordo com o relatório Demografia das Empresas (IBGE, 2019), nesse período, mais empresas fecharam do que abriram, sendo que no ano de 2017 99,1% das empresas fechadas tinham até nove funcionários. Esses dados corroboram a ideia de que, em momentos de crise, os pequenos negócios são os mais prejudicados e descontinuados, mesmo sendo essenciais para a economia do país.

Para Assunção *et al.* (2017), os períodos de instabilidade e recessão econômica elevam a preocupação do cidadão em manter o equilíbrio financeiro, levando-os a iniciar negócios sem condições de gestão adequadas. A ausência dessas condições somadas à crise econômica criam cenários desfavoráveis a empreendedores, especialmente aos que inicial negócios por necessidade, conforme o Relatório de Sobrevivência de Empresas no Brasil (DATASEBRAE, 2016). A Figura 1 elenca as principais causas de mortalidade em pequenos negócios, divididas em 3 categorias principais:

Figura 1. Principais causas de mortalidade em pequenos negócios

Categoria	Causa
Planejamento	Não realização de planejamento
	Ausência de negociação com fornecedores
	Dificuldade de acesso ao crédito
Capacitação	Falta de curso/capacitação em gestão
	Ausência de investimento na capacitação de pessoal
Gestão	Ausência de aperfeiçoamento de produtos
	Falta de atualização
	Displicência com acompanhamento de despesas
	Ausência de diferencial nos produtos

Fonte: elaboração própria com base em DATASEBRAE, 2016.

Considerando essa realidade, é necessário que essas empresas busquem meios de permitir o melhor aproveitamento de recursos, a fim de obterem um melhor desempenho organizacional e, consequentemente, atingirem níveis propícios de sustentabilidade. Vale destacar que, para esta dissertação, os negócios em *coworking* serão tratados por termos intercambiáveis abrangidos por micro e pequenas empresas (conforme critérios do SEBRAE [2014] e IBGE [2019]), empreendedores (individuais, sociedades ou MEI), profissionais liberais, autônomos e pequenos negócios em geral.

1.2. Problemática de pesquisa

Um dos meios que os pequenos empreendedores podem recorrer para buscar níveis mais adequados de sustentabilidade e evolução é estabelecendo práticas que os conduzam à obtenção de produtividade e gerem resultados nos âmbitos operacional, social e financeiro (NAKAO, 2017). Nesse sentido, os ambientes de *coworking* se mostram como uma opção viável*,* já que, conforme Spinuzzi (2012) e Gerdenitsch *et al.* (2016), possuem características que facilitam a formação de contatos e trazem resultados na percepção de autoeficácia, relações sociais, aprendizado e inclusive na perspectiva econômico-financeira.

Nakao (2017) mostra, sob a perspectiva social, como o encontro entre *coworkers* pode ser eficiente para aprimorar o desempenho através do estabelecimento de *network*, quando seu valor estratégico é utilizado para aproveitar oportunidades profissionais e obter indicações por meio dos contatos estabelecidos. O autor também relata melhoria das condições econômico-financeiras pela redução de custos com infraestrutura, mobilidade e pelo profissionalismo percebido pelos clientes ao serem recebidos em um espaço com boas condições de arquitetura.

Esses resultados podem estar associados às próprias características encontradas em ambientes de *coworking*, que, por definição, é uma espécie de local de trabalho que tende a facilitar a colaboração entre os *coworkers*. Spinuzzi (2012) afirma que nos *coworkings* ocorre a formação de *hubs* sociais, situação em que os *coworkers* saem do isolamento e passam a interagir. Essa interação facilita o encontro de habilidades complementares, compartilhamento de conhecimento tácito e resulta em diferenciação pelas combinações entre as *expertises* principais de cada participante (OLAVE; AMATO NETO, 2001; MILOVANOVIC, 2015; PARRINO, 2015;

LEE, 2016). Além disso, a redução de custos operacionais se dá, não apenas pelo compartilhamento de estrutura, mas também pela eficiência com o aproveitamento adequado de recursos em comum, tecnologias e habilidades pessoais e organizacionais possibilitadas pela atuação conjunta (BILANDZIC; FOTH, 2013; CAPDEVILA, 2013; 2014; SOARES; SALTORATTO, 2015; SEO *et al.*, 2017; MUZZIO, 2019).

Esse conglomerado de características junto à facilitação da comunicação configuram vantagens para que empreendedores possam estabelecer relações, firmem acordos comerciais duradouros (MUZZIO, 2019) e tomem racionalmente a decisão sobre o ganho potencial em termos de desempenho que um espaço compartilhado pode proporcionar. Tais aspectos podem facilitar a compreensão da adesão cada vez maior entre usuários e espaços de *coworking*.

Dados do *Global Coworking Survey* (2019), a maior pesquisa sobre *coworkings* no mundo, indicam um expressivo incremento da média de *coworkers* a nível internacional, que passou de 38 usuários por espaço em 2012 para 185 em 2019. No âmbito nacional, esse aumento do número de frequentadores é sustentado pelo Censo *Coworking* Brasil (2020), que mostra um acréscimo de 629% no número de *coworkings* no Brasil desde 2015, acompanhando a tendência mundial. Já no âmbito regional, destaca-se a cidade do Recife como a principal capital do Nordeste em termos de quantidade de *coworkings*, conforme o Censo *Coworking* Brasil (2020).

Apesar do crescente aumento do número de espaços de *coworking* no país e das considerações da literatura sobre a caracterização deste modelo de negócio, incluindo sua potencial associação ao desempenho das empresas e usuários, percebe-se a necessidade de compreensão sobre a relação entre as características dos *coworkings* e o desempenho dos negócios (NAKAO, 2017; NAKAO; MUSSI, 2018).

Dessa forma, considerando a tendência de aumento pela demanda de espaços compartilhados, as influências em potencial que o *coworking* pode exercer sobre o desempenho dos negócios e a importância da cidade do Recife no cenário regional, entende-se necessário investigar a possibilidade de o *coworking* possuir características capazes de estarem associadas ao desempenho dos negócios (OLAVE; AMATO NETO, 2001; GERDENITSCH *et al.*, 2016; NAKAO, 2017),

emergindo assim a pergunta de pesquisa que orientou a condução deste trabalho: *quais as associações entre as características do coworking e o desempenho de negócios na cidade do Recife?*

1.3. Objetivos

Objetivo geral: Analisar as associações entre as características do *coworking* e o desempenho de negócios na cidade do Recife.

Objetivos específicos:

a) Descrever o perfil dos negócios localizados em ambientes de *coworking* na cidade do Recife, de acordo com a amostra pesquisada;

b) Analisar as principais características encontradas nos ambientes de *coworking* (*network,* criatividade/inovação, infraestrutura/ambiente e localização);

c) Analisar as associações que podem ser percebidas entre as principais características dos *coworkings*.

1.4. Justificativa

As empresas (sobretudo as pequenas) cumprem um papel importante na economia nacional. Por isso, é necessário que elas sejam sustentáveis e ampliem suas possibilidades de crescimento para tentar superar as turbulências econômicas e a hipercompetitividade. Um dos caminhos que os empreendedores podem seguir para alcançar esses objetivos é adotar práticas colaborativas e trabalho compartilhado (LA ROVERE, 2001; OLAVE; AMATO NETO, 2001; VIEIRA *et al.*, 2009).

O *coworking* apresenta-se como um meio viável de efetivar essas práticas, que têm o potencial de influenciar a sustentabilidade de um negócio ao agregar valor e competências que tragam benefícios mútuos entre fornecedores, clientes e até mesmo concorrentes (VIEIRA *et al.*, 2009; SPINUZZI, 2012).

O fato de o *coworking* ser uma forma de organização de negócios em crescimento no mercado aumenta a relevância de pesquisas na área. No Brasil, muitos empreendedores que iniciam suas atividades em casa migram para ambientes de *coworking* (46,1%), assim como organizações tradicionais (há mais tempo no

mercado) também estão optando por esses espaços (36,6%) (COWORKING BRASIL, 2019).

Dados mais recentes do Censo *Coworking* Brasil (2020) apontam que o país vem acompanhando a tendência mundial de expansão desses espaços. De 2015 a 2016 houve um aumento de 52%, enquanto em 2017 esse número chegou a aumentar 114% em relação ao número de espaços existentes no ano anterior. Em 2018, com o amadurecimento do mercado, o crescimento com relação a 2017 foi de 48%, enquanto em 2019 foi de 25%, totalizando 1.497 espaços de *coworking* conhecidos no Brasil, com 88.000 estações de trabalho disponíveis.

Dentre os principais polos de *coworkings* no Nordeste, Pernambuco está em evidência como o Estado da região com maior número de *coworkings* (53) (COWORKING BRASIL, 2020), à frente de Bahia (36) e do Ceará (33). Recife desponta como a capital com maior número de espaços de *coworking*, com 38 unidades, seguido por Fortaleza (33) e Salvador (23) (COWORKING BRASIL, 2020). A evolução desse mercado na capital pernambucana dá uma importância maior à pesquisas acadêmicas realizadas nesses espaços, visto que até o ano de 2018, a cidade de Fortaleza mapeava mais *coworkings* que Recife (COWORKING BRASIL, 2019). Isso indica que estudar os ambientes de *coworking* do Recife possui relevância prática, diante da disseminação que vêm ocorrendo no país, da aderência das empresas a esse tipo de ambiente e dos benefícios que o mercado pode perceber a partir do conhecimento acerca do desempenho de pequenos negócios em *coworking*.

Nesse sentido, esta dissertação se justifica, para o âmbito mercadológico, pelo auxílio à tomada de decisão de empreendedores, visto que o intuito desta dissertação é analisar a associação entre as características encontradas em ambientes de *coworking* e desempenho de pequenos negócios na cidade do Recife. Essa investigação mostra-se adequada para que o fenômeno do compartilhamento de espaço não seja compreendido isoladamente*,* mas como parte de um mercado em ascensão e com tendência de crescimento, já que acumula, desde 2015, mais de 600% de aumento no número de espaços.

Indo além, o *coworking* também faz parte de um movimento que vem contribuído para a criação de novos modelos de produção. Krause (2019) ilustra essa relação comparando o atual momento, que a autora chama de 'uberismo', com o

fordismo e o toyotismo, que emergiram ao longo do século XX. Enquanto Ford foi pioneiro no sistema de produção em massa e Toyota, no sistema de produção enxuta, a Uber é referência na atual tendência de compartilhamento e uso conjunto de bens para uso pessoal e comercial (KRAUSE, 2019).

O termo ‘uberismo’ (que faz referência à multinacional americana) ilustra a atual época em que a ausência de propriedade total sobre os ativos gera uma reorganização dos processos produtivos, fazendo com que os novos negócios passem a focar na criação de valor a partir da prestação de serviços (KRAUSE, 2019). Portanto os resultados desta pesquisa não só podem dar base aos empreendedores para tomar decisões melhores acerca dos arranjos organizacionais em seus negócios, como também trazem conclusões sobre a correlação entre características colaborativas no desempenho dessas organizações, contribuindo para a construção de conhecimento associado ao mais recente movimento produtivo e de gestão empresarial.

É válido destacar, ainda, que pesquisas no Brasil e ao redor do mundo trazem a empresa Uber como um exemplo negativo de economia do compartilhamento. Estudos realizados, principalmente no âmbito da responsabilidade social da empresa, mostram que houve um desvirtuamento das ideias originais de caronas e compartilhamento de trajeto, passando a ser um meio legal e socialmente aceito de precarização do trabalho, deterioração das relações e dos direitos dos trabalhadores (DUBAL, 2017; LAMEIRA; RIBEIRO, 2019; WITTE, 2019; BIANCHI *et al,* 2020). Diante dessa realidade, faz-se necessário ressaltar que esta dissertação procura explorar o contexto do que se chama de ‘uberismo’ sob a ótica da atual tendência de compartilhamento de ativos e redução da propriedade sobre eles, visto que o *coworking* não se enquadra como um modelo que promove a precarização nem modifica as relações de trabalho existentes.

Já no âmbito acadêmico, constatou-se que o *coworking* ainda é um fenômeno pouco explorado e carece de mais estudos (CAPDEVILA, 2013; CAPDEVILA, 2015; UDA; ABE, 2015; ABE; UDA, 2016; HOWELL; BINGHAM, 2019). Dentre os trabalhos existentes, embora a maior parte valide o *coworking* como um fenômeno cada vez mais importante, ainda faltam estudos empíricos que abordem as implicações do *coworking* para o empreendedorismo (HOWELL; BINGHAM, 2019).

Uda e Abe (2015), em seus estudos, concluem que um entendimento compreensivo do fenômeno *coworking* passa pela realização de *surveys* com os *coworkers,* que são os usuários dos espaços, (SPINUZZI, 2012; CAPDEVILA, 2014; GANDINNI, 2015). Adicionalmente, ressalta-se a necessidade da aplicação de técnicas estatísticas que ultrapassem a mera descrição dos dados, como análises de correlação, regressão e fatorial. Assim será possível entender como funciona a organização prática das empresas e empreendedores em *coworking* (UDA; ABE, 2015).

Também vale destacar a escassez de literatura nacional relevante sobre *coworking*. Na Revisão Sistemática de Literatura (RSL) realizada para compor esta dissertação, sintetizada na seção 2.1.1, foi utilizado um protocolo de busca generalista em 7 (sete) das principais bases de dados acessíveis na internet. Dos 286 trabalhos acadêmicos obtidos na busca inicial, poucos eram escritos em português. Dos 22 que compuseram a extração final, apenas um foi publicado em um periódico nacional. O trabalho em questão é o de Soares e Saltoratto (2015), um estudo de caso em três ambientes de *coworking* localizados em São Paulo. Essa pesquisa teve como objetivo analisar o formato de organização de trabalho denominado *coworking*, destacando-se os aspectos de inovação e empreendedorismo.

Ter apenas um trabalho localizado na RSL indica que a produção acadêmica nacional necessita de maiores compreensões sobre o *coworking,* dada a atualidade do fenômeno e a disseminação de sua prática (os procedimentos metodológicos utilizados na RSL estão detalhados na seção 3.2 e o seu protocolo, no Apêndice 1). Esse trabalho, portanto, se justifica academicamente por ampliar a compreensão teórica sobre o tema pesquisado, ajudando a preencher lacuna empírica sobre as implicações do *coworking* para os negócios e o empreendedorismo (HOWELL; BINGHAM, 2019) e analisando associações existentes entre as características do *coworking* e o desempenho dos negócios.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A revisão de literatura possibilita compreender o tema e o campo de pesquisa desta dissertação por meio do que já foi publicado entre artigos, livros e relatórios (FLICK, 2013). Neste capítulo são abordados os preceitos teóricos existentes na literatura de *coworking*: sua definição e principais características. Em seguida, no âmbito do desempenho organizacional, é apresentada parte da cronologia, conceito, divisões e formas de mensuração. Após, são abordados critérios definidores, características e perfil dos negócios que compõem o objeto de pesquisa. Ao final, apresentam-se as hipóteses de pesquisa extraídas da literatura.

Com a ligação dessas ideias será possível entender a base teórica que justifica este trabalho e possibilita o atingimento dos objetivos específicos. Essa ligação é apresentada ao final do referencial, com o *framework* conceitual adotado.

2.1. *Coworking*

O mercado de trabalho moderno é construído sob influência de fatores sociais e econômicos, ocorridos principalmente sob um cenário de crise e instabilidade (RIADINSKA *et al.,* 2018). Os autores ressaltam as constantes mudanças de necessidades do mercado e dos trabalhadores, reflexos do avanço da tecnologia e da modernização da economia mundial. Muitas dessas transformações criaram necessidades para empregadores e trabalhadores, abrindo-se espaço para a disseminação de modelos mais flexíveis de espaços de trabalho, como o *coworking* (RIADINSKA *et al.,* 2018).

Considerando essas transformações de mercado, Seo *et al.* (2017) afirmam que os espaços compartilhados, como ambientes de *coworking,* são uma das três maiores mudanças que ocorreram na esfera do trabalho em prol do conhecimento nos últimos 30 anos, junto com os computadores pessoais e a tecnologia móvel. Esse posicionamento ressalta que os estudos sobre o compartilhamento de espaço, a colaboração entre empreendedores e pequenas empresas e, mais especificamente, o *coworking* são pertinentes, no entanto a exploração do tema ainda demanda pesquisas futuras (NAKAO; MUSSI, 2018).

Apesar da maioria dos trabalhos acadêmicos trazerem o *coworking* como um fenômeno pouco explorado pela academia e com seu conceito ainda pouco definido

(CAPDEVILA, 2013; 2015; UDA; ABE, 2015; ABE; UDA, 2016), trabalhos como o de Spinuzzi (2012), Gandini (2015) e Nakao e Mussi (2018) trazem delimitações mais precisas sobre a compreensão do que é o *coworking*.

Spinuzzi (2012) afirma em sua pesquisa que o *coworking* não possui um conceito definido por conta da diversidade de percepções que muitos usuários possuem, mas que todas elas procuram descrever a essência do que é estar em *coworking*. O autor destaca cinco definições:

1. *Coworking* como espaço: alternativa mais viável e menos custosa do que um escritório próprio e mais profissional que *home office*;
2. *Coworking* como um *hub* social: ambiente de interação, com espaço para troca de ideias, debates e construção de um ambiente social;
3. *Coworking* como colaboração: *coworkers* em sua maioria motivados a trabalhar simultaneamente em vários projetos;
4. *Coworking* como homogêneos e heterogêneos: possibilidades de interação com convergências de opiniões, valores e estilos de trabalho e com complementaridades de áreas distintas;
5. *Coworking* como uma distinção entre casa e trabalho: distinção do ambiente de casa e do ambiente de trabalho, facilitando a adaptação de quem não se sente produtivo em *home office*.

As definições apresentadas no trabalho de Spinuzzi (2012) foram sintetizadas por Capdevila (2014), Gandini (2015) e Suárez (2016), formando a compreensão de *coworking* adotada por este trabalho. Os autores apresentam os espaços de *coworking* como locais de trabalho utilizados por *coworkers* de diversas áreas e especializações, a maior parte sendo *freelancers* e autônomos. Caracterizam-se pela co-localização e, a partir de interações, se engajam em diferentes formas de colaboração com outros indivíduos de intenções semelhantes, fortalecendo as conexões, descobrindo novas *expertises,* agregando valor de forma mútua e proporcionando a sensação de comunidade.

De acordo com Waters-Lynch e Potts (2017), os espaços de *coworking* precisam ser instituições para a criação de novos clientes, alianças, parcerias e negócios e proporcionem benefícios exclusivos para que os usuários percebam o

valor de estar integrando o ambiente. O valor percebido pelos *coworkers* pode ser relacionado às características apresentadas por Spinuzzi (2012):

1. Espaço, profissionalismo e design: ambientes de *coworking* proporcionam conforto aos seus usuários para atender clientes, investidores ou mesmo trabalhar sozinhos com, organização, limpeza e menor informalidade.
2. Flexibilidade: *coworkers* estabelecem seus próprios expedientes, reduzindo ou estendendo conforme suas necessidades.
3. Localização: *coworkings* costumam estar em locais estratégicos. Pontos centrais, avenidas principais ou grandes artérias urbanas. Membros podem buscar espaços próximos da residência, de clientes ou ambientes capazes de atrair diferenciais em colaboração e parcerias.
4. Benefícios entre *coworkers:* vantagens por estar em *coworking,* como interação, *feedback*, confiança, aprendizado, parcerias e encorajamento.

Para complementar os estudos que irão embasar a coleta de dados, uma revisão sistemática de literatura foi feita em torno das características existentes em ambientes de *coworking* e as relações que elas possuem entre os negócios neles inseridos.

2.1.1. A relação entre características do *coworking* e os negócios: uma revisão sistemática

A partir do conceito adotado, das características apresentadas e relevância do tema, foi realizada uma revisão sistemática de literatura com o objetivo de investigar como as características do *coworking* estão ligadas às empresas. Essa RSL teve como referência o protocolo realizado por Nakao e Mussi (2018), tendo sido pesquisados artigos sobre *coworking* em 7 (sete) bases de dados e obtendo-se 23 artigos ao final do processo. O processo de elaboração da Revisão Sistemática pode ser conferido na seção 3.2, dentro dos procedimentos metodológicos. Já o seu protocolo geral encontra-se no Apêndice 1 desta dissertação.

Nesta seção, serão apresentados os resultados da RSL, que foram as principais características encontradas em ambientes de *coworking,* divididas em quatro categorias de análise: *network,* criatividade/inovação; infraestrutura/ambiente; localização. Cada construto será abordado a seguir.

2.1.1.1. *Network*

A formação de *network* tem virtudes como a diminuição do isolamento social de um escritório tradicional ou do *home office,* por exemplo. Spinuzzi (2012) corroborou essa tendência a partir de relatos dos diversos profissionais que tentaram trabalhar em casa, mas, insatisfeitos com seus rendimentos, procuraram estar em *coworking* para evitar a sensação de isolamento e a falta de motivação por trabalharem em casa.

Não por acaso, o *network* e a pluralidade encontrada nos espaços de *coworking* são algumas das principais razões pelas quais os usuários escolhem esse modelo de espaço para os seus negócios (FUZI, 2015; SOARES; SALTORATTO, 2015). A união de pessoas de diferentes esferas num mesmo local permite que as interações sociais, a formação de redes e o compartilhamento sejam levados ao seu expoente máximo (CAPDEVILA, 2015). Essas formações auxiliam profissionais e *startups* a adquirirem mais experiência e desenvolver novas atividades empreendedoras (FUZI, 2015; SEO *et al.,* 2017).

Estar em um espaço compartilhado de trabalho representa uma construção cognitiva em que os indivíduos assumem uma propensão a interagir e compartilhar conhecimento. Ações de pesquisa, identificação e combinação de recursos levam *coworkers* a se engajarem em formações de *networks* cada vez maiores, estimulando-os a participar de eventos e ir em busca de agentes com recursos complementares (CAPDEVILA, 2015). O autor afirma ainda que usuários de espaços de *coworking* não são apenas simples trabalhadores, mas indivíduos convencidos de que, ao compartilhar e desenvolver contatos, eles estarão também desenvolvendo a si, pessoal e profissionalmente.

Esse desenvolvimento encontra-se relacionado à possibilidade de mobilização e auxílio mútuo entre *coworkers* na execução de tarefas e projetos, seja no próprio espaço ou interagindo com atores externos localizados em outros *coworkings* (ABE; UDA, 2016; 2016). Gerdenitsch *et al.* (2016) trazem como um dos resultados de seus estudos sobre interações sociais em ambiente de *coworking* a existência do suporte instrumental entre os membros, que consiste no fornecimento de ajuda mútua relatado pelos *coworkers.* Esse suporte ocorre principalmente em termos de *feedback* e

brainstorming, a partir das relações informais, prestando auxílio uns aos outros em tarefas concretas, conforme exemplificado na Figura 2.

Figura 2. Relatos de suporte instrumental

Feedback	**"Um *coworker* me pediu minha opinião sobre alguns sites que ele estava criando"** (# 36, 35 anos, masculino)
	"Eu perguntei a um *coworker* sobre um problema técnico. Levou 10 min de tempo para ouvir e propor uma solução" (# 49, 53 anos, sexo masculino)
	"Eu estava tendo uma sessão de almoço com um *coworker*, onde dei feedback sobre a ideia do projeto" (# 17, 30 anos, sexo masculino)
Brainstorming	**"Eu tive uma conversa sobre café com um membro da comunidade sobre seus próximos passos, já que ele está no momento no cruzamento de oportunidades (mudando de carreira, descobrindo onde ele quer ir). ; Eu também compartilhei uma ideia com ele sobre começar"** (# 62, 25 anos, sexo masculino)
	"Apoio à modelagem de negócios para uma empresa iniciante de um colega de trabalho, estratégia para solicitação de subsídio público, estratégia para falar com investidores externos/*business angels*, contato e reuniões com *business angels*" (# 25, 43 anos, masculino)

Fonte: adaptado de Gerdenitsch et al., 2016; tradução própria.

Embora os relatos sejam positivos, Fuzi (2015) destaca que a simples co-localização pode não ser eficaz para estimular essas formações. Bilandzic e Foth (2013) e Castilho e Quandt (2017) complementam a crítica ao levantar barreiras e mentalidades que impedem o avanço do hábito de compartilhar, como a cultura de "ideia roubada", de "ser amigo de alguém", que entra em conflito com a cultura de "não conversar com estranhos". Isso reforça a capacidade de construtor comunitário que o *host* do *coworking* (anfitrião, gestor ou funcionário responsável pela intermediação entre os *coworkers* e o espaço) possui, exercendo um importante papel em facilitar o início de diálogos (GERDENITSCH *et al.*, 2016).

Os espaços de *coworking* também possuem a virtude de facilitar a aprendizagem por meio da observação e da imitação. Waters-Lynch e Potts (2017) mostram em sua pesquisa que a aprendizagem empírica foi um evento mais comum do que a discussão ou o acesso conveniente a materiais diversos. Alguns relatos trazidos pelos autores confirmam a tendência de aprendizagem e resultados dela provenientes:

> "É um lugar para se conectar, compartilhar, explorar e, claro, para trabalhar. Mas, mais importante, é um lugar que me inspira. Abre portas e cria oportunidades que eu nunca soube que existiam antes."

> "Conectar-se com outros profissionais que oferecem um serviço complementar, com outros empreendedores online, tanto mais jovens quanto mais experientes, me tornou mais experiente em tecnologia."
>
> "Sua finalidade é reunir pessoas que, de outra forma, não se encontrariam, mas que têm alguns meta-padrões comuns: construir um mundo melhor, fazer mudanças, pensar fora da caixa, ir sozinho para fora das organizações." (WATERS-LYNCH; POTTS, 2017, tradução própria).

Algumas estatísticas suportam a relevância do *networking* como um dos motivos por que os *coworkers* optam por trabalhar em *coworking*. Soares e Saltoratto (2015) mostram que 66% dos respondentes que vivenciam o ambiente apontaram o *networking* como o maior ponto positivo. Uda e Abe (2015) mostram que 74% dos respondentes perceberam mudanças na ideias relacionadas aos negócios. Comparando esse número junto aos 84% que afirmaram a importância das interações com outras pessoas, percebe-se que boa parte dos membros são capazes de aproveitar as práticas colaborativas e promover mudanças nos negócios ou na própria forma de ver a carreira.

Confirmando Capdevila (2015), os espaços de *coworking* estimulam o compartilhamento e interação face-a-face entre atores locais com diversas bases de conhecimento. A formação de *networking* entre eles a partir de "encontros improváveis" (HOENDERVANGER *et al.,* 2018) facilitam o desenvolvimento da aprendizagem, sua transmissão, a troca de ideias e o fomento à criatividade e inovação, objeto da próxima categoria de análise (SOARES; SALTORATTO, 2015; CAPDEVILA, 2015; CASTILHO; QUANDT, 2017). A Figura 3 resume as informações obtidas na literatura sobre a categoria de *network.*

Figura 3. Características de *network* no âmbito dos *coworkings*

Propriedades gerais	Características específicas	Justificativa	Autores
***Coworking* como um *hub* social**	**Interações sociais; encontros improváveis**	Experiência; Desenvolvimento de atividades empreendedoras	BILANDZIC; FOTH, 2013; FUZI, 2015; SEO *et al.,* 2017; HOENDERVANGER *et al.,* 2018
		Criatividade; Inovação.	CAPDEVILA, 2015; SOARES; SALTORATTO, 2015; CASTILHO; QUANDT, 2017

***Coworking* como colaboração**	**Suporte instrumental**	*Feedback, brainstorming* e *coaching.*	GERDENITSCH *et al.*, 2016
	Aprendizagem interorganizacional	Desenvolvimento e transmissão de conhecimento tácito; Vantagem competitiva; Experiência	BILANDZIC; FOTH, 2013; CAPDEVILA, 2014

Fonte: elaboração própria, 2020.

2.1.1.2. Criatividade/inovação

O ambiente colaborativo de *coworking* tem um considerável potencial de exercer influência no resultado inovador dos negócios que o integram. A colaboração e a co-localização são recursos que permitem que as organizações e profissionais aumentem a possibilidade de se adaptarem rapidamente a ambientes socioeconômicos cada vez mais dinâmicos, incertos e complexos, provocando a evolução de uma simples ação coletiva para uma meta-capacidade genérica de ajuste a esses cenários através da exploração de recursos combinados e complementares (CASTILHO; QUANDT, 2017). Essa combinação é essencial para o surgimento de resultados inovadores que impactam o mercado e aumentam as possibilidades de desempenho, sustentabilidade e competitividade dos negócios e profissionais envolvidos (MILOVANOVIC, 2015; SOARES; SALTORATTO, 2015; LEE, 2016; CASTILHO; QUANDT, 2017; SEO *et al.*, 2017).

Autores como Capdevila (2014; 2015) e Seo *et al.* (2017) abordam a combinação de recursos a partir do conceito de “polinização cruzada”. Esse fenômeno ocorre quando os ambientes são abertos a agentes externos, que, ao associar novos conhecimentos, recursos e tecnologias, formam redes capazes de aumentar a conexão de novas ideias, promovendo a criatividade e inovação (VAN HOLM, 2015).

A conexão com atores externos ao ambiente de *coworking* ocorre principalmente por meio de eventos organizados pelo espaço, que representam plataformas de exposição, discussão e aprimoramento de *insights* com uma comunidade maior do que a que se concentra apenas naquele espaço (CAPDEVILA, 2013; 2014; 2015). Conexões desse tipo costumam estar imersas em ambientes macros que envolvem o conjunto de *coworkings* locais e representam uma maior oxigenação, regeneração e desenvolvimento dos grandes centros urbanos e do ‘*buzz’*

local (ŠVIRÁKOVÁ *et al.*, 2014), contribuindo para o florescimento da indústria criativa e de modelos mais sustentáveis de existência, quando comparados aos percalços e restrições propostas pelos modelos tradicionais de produção (CAPDEVILA, 2013; SOARES; SALTORATTO, 2015).

A criatividade também é estimulada em espaços de *coworking* pelo fato de ser um espaço que junta em um mesmo local pessoas com valores e crenças convergentes. O desejo difundido de compartilhar recursos uns com os outros torna evidente a capacidade de inspiração e aprimoramento da ação que parte do individual para o coletivo, criando ao seu redor um ambiente criativo (CASTILHO; QUANDT, 2017; BOUNCKEN, 2018).

O surgimento do ambiente criativo em um *coworking* depende do tipo de colaboração implementada pelos *hosts* e do envolvimento da comunidade (CAPDEVILA, 2014). O autor identificou três tipos de ambientes de *coworking*: o primeiro tipo é baseado em menor grau de colaboração, ocorrendo apenas pela redução de custos como as contas*,* aluguel, entre outros. Apesar de positiva, não levava a práticas colaborativas inovadoras. O segundo tipo mantinha um grau médio de colaboração, em que os membros buscavam aprimorar suas habilidades buscando acessar conhecimentos que lhes faltavam. Havia o senso de comunidade, mas com potencial limitado de criatividade e inovação. O terceiro tipo de ambiente é o mais inovador, em que há a estratégia estabelecida de utilizar práticas colaborativas para criar conhecimentos e obter novos recursos, abrindo portas para a improvisação. A identificação com esse modelo de colaboração possibilita transbordamentos de conhecimento capazes de gerar valor com inovação e criatividade (CAPDEVILA, 2015; PARRINO, 2015).

Percebe-se, portanto, que os *coworkings* se diferenciam pelo potencial de conhecimentos possibilitados pela interação, pois o conhecimento tácito envolvido os torna difícil de replicar por negócios tradicionais (CAPDEVILA, 2013). Um exemplo de como a cooperação atua no desenvolvimento de produtos e técnicas inovadoras é trazido por Capdevila (2014; 2015), em que *coworkers* decidiram organizar um *hackaton,* junto aos *hosts* a fim de ‘inflamar’ a criatividade da comunidade. Os integrantes se uniram na criação de um aplicativo para *smartphone*, como relata um *host:*

> "O aplicativo foi feito pela comunidade em 36 horas. Queríamos fazer um *hackaton* em 36 horas [...] A ideia era fazer algo em que todos pudessem participar [...] Todos eles são mega talentosos aqui e todos estavam trabalhando juntos assim, pelo puro prazer de fazer isso. Foi feito em 36 horas e carregado na loja de aplicativos da *Apple*. Um cara calculou que, para fazer o mesmo aplicativo em uma empresa, teria levado 5 ou 6 meses e custaria cerca de 100.000 Euros, considerando a especialização sênior envolvida." (CAPDEVILA, 2015, tradução própria).

Esse exemplo mostra que os espaços de *coworking* com um nível mais alto de inovação desenvolveram uma "capacidade localizada" e sinérgica, representando um ativo intangível do tipo mais valioso por ser difícil de replicar. Os resultados dos aspectos criativos e inovativos provenientes da atuação em *coworking* trazem benefícios não apenas para o desenvolvimento dos negócios, mas também oferece retornos positivos para a capacidade inovadora do ambiente local, conectando indivíduos talentosos a comunidades e empresas inovadoras, resultando em diferenciação, competitividade e oportunidade de novos negócios (CAPDEVILA, 2013; 2014; 2015; MILOVANOVIC, 2015; PARRINO, 2015; LEE, 2016). A Figura 4 compila as informações encontradas sobre as características dos *coworkings* no âmbito da criatividade e inovação.

Figura 4. Características de criatividade/inovação no âmbito dos *coworkings*

Propriedades gerais	Características específicas	Justificativa	Autores
***Coworking* como colaboração**	**Combinação de recursos complementares**	Adaptação a ambientes incertos; Sustentabilidade.	SOARES; SALTORATTO, 2015; CASTILHO; QUANDT, 2017; SEO *et al.*, 2017
	Estratégia de exploração colaborativa	Transbordamentos de conhecimento; Inovação através da criatividade; Conhecimento tácito; Sinergia; Diferenciação; Novos negócios.	CAPDEVILA, 2013; 2014; 2015; MILOVANOVIC, 2015; PARRINO, 2015; UDA; ABE, 2015; LEE, 2016
***Coworking* como um *hub* social**	**Polinização cruzada; valores e crenças convergentes.**	Inovação através de *insights* em comunidade; Inspiração; Criação de ambiente criativo	CAPDEVILA, 2013; 2014; 2015; SOARES; SALTORATTO, 2015; VAN HOLM, 2015; CASTILHO; QUANDT, 2017; BOUNCKEN, 2018

Fonte: elaboração própria, 2020.

2.1.1.3. Infraestrutura/ambiente

Uda e Abe (2016) mostram que 58% dos usuários trocam seus ambientes de trabalho de casa para ambientes de *coworking*, enquanto apenas 22% são provenientes de escritórios corporativos. Esses números sugerem que o *home office* tende a ser um substituto próximo dos espaços de *coworking*. Esses ambientes têm suas distinções exaltadas quando se percebe que eles enfatizam as ligações reais entre as pessoas e estimulam o convívio, contribuindo para a tendência de reentrada da presença física em locais de trabalho, unindo o trabalho digital à interação pessoal, "remediando" os problemas decorrentes do isolamento (SOARES; SALTORATTO, 2015; WATERS-LYNCH; POTTS, 2017; BOUNCKEN, 2018).

Waters-Lynch e Potts (2017) mostraram que o trabalho em casa é, convencionalmente, subótimo por diversos motivos que reduzem a produtividade de quem está trabalhando, entre eles, a tensão psicológica. Essa migração do ambiente caseiro para um espaço compartilhado muito tem a ver com o ambiente, pois além de não se estar mais trabalhando sozinho (SPINUZZI, 2012), alguns benefícios podem ser percebidos com essa migração.

Spinuzzi (2012) traz relatos que destacam o valor de estar em um ambiente adequado para trabalhar e atender clientes. *Coworkers* entrevistados afirmaram que era comum marcar suas reuniões com clientes em lanchonetes e cafeterias, mas sofriam com o tempo gasto no local, a obrigação de consumir e os incômodos causados pelo barulho e movimento do ambiente. A migração para espaços de *coworking* representou um ganho em conforto e bem estar, fazendo-os, por exemplo, ter orgulho de receber os clientes no local. Com espaço adequado para promover encontros profissionais e reuniões de equipe, os membros passam a ter um ambiente apropriado para essas finalidades, com design e profissionalismo. Alguns relatos de *coworkers* suportam a afirmação:

> “Quando você vai a um café, você é obrigado a comprar alguma coisa. Você não quer gastar muito tempo lá. Não é realmente propício [como] um espaço de trabalho porque as pessoas estão falando. As pessoas não pensam nisso como um espaço de trabalho”.

> “Esse lugar tem um design moderno, mas é orgânico e confortável, e é muito difícil de ser reproduzido. Também é limpo, não há cheiro de pipoca de micro-ondas e não há preocupação com experimentos científicos na geladeira. Essas coisas são importantes e,

> especialmente, se você quer atrair clientes, amigos ou o que quer que seja" (SPINUZZI, 2012, tradução própria).

A inadequação desse tipo de local para trabalho fica mais evidente quando se destaca que o uso de cafeterias para trabalhar é uma solução alternativa, não definitiva. Muitos clientes desses estabelecimentos não pensam que ali é um local de trabalho (SPINUZZI, 2012). Assim, o *coworking* passa a ser não apenas uma solução mais adequada para questões de infraestrutura para pequenos negócios e empreendedores, mas também uma solução viável sob o ponto de vista financeiro. A partir de um ambiente *coworking,* os usuários podem ser capazes de, por meio do compartilhamento de espaço, gerar redução nos custos dos *coworkers* como as contas de eletricidade, água, aluguel, e acessar locais que não seriam viáveis caso alugados individualmente (CAPDEVILA, 2014; SOARES; SALTORATTO, 2015). Capdevila (2014) expõe o relato de um *coworker* que demonstra a possibilidade de se obter mais por menos:

> "As pessoas vêm e nos dizem que temos o melhor espaço de *coworking* em Barcelona. Há muita luz, há muito espaço e um terraço enorme [...] Eles adoram esse espaço. As pessoas escolhem este para o espaço físico. [...] Não poderíamos ter recursos para o espaço que temos aqui se fôssemos apenas nós (Entrevista com o gerente do espaço J) (CAPDEVILA, 2014, tradução própria).

O autor também afirma que o ambiente compartilhado dá a possibilidade de trocar não apenas ativos humanos, referentes a informações, conhecimentos especializados e inovações, mas também ativos físicos. Esses ativos são ferramentas e máquinas específicas (normalmente muito caras) que podem ser utilizadas pelos profissionais em *coworking*, como *plotters*, impressoras 3D, máquinas de prototipagem, entre outros recursos (CAPDEVILA, 2014). A combinação de especialidades em ativos humanos e ativos físicos é capaz de reduzir os custos de aquisição e transação, criar sinergias além do espaço físico e aumentar a competitividade dos negócios em *coworking*. A Figura 5 resume as características dos *coworkings* coletadas a partir da literatura.

Figura 5. Características de infraestrutura/ambiente no âmbito dos *coworkings*

Propriedades gerais	Características específicas	Justificativa	Autores

***Coworking* como espaço**	**Ambiente confortável**	Espaço adequado para reuniões; Limpeza	SPINUZZI, 2012
***Coworking* como colaboração**	**Compartilhamento de espaço**	Acesso a máquinas e equipamentos; Redução de custos (contas de eletricidade, aluguel e *commodities)*	CAPDEVILA, 2014; SOARES; SALTORATTO, 2015
***Coworking* como um *hub* social**	**Possibilidade de interação.**	Não trabalhar sozinho	SPINUZZI, 2012; UDA; ABE, 2016

Fonte: elaboração própria, 2020.

2.1.1.4. Localização

Apesar de ser uma característica abordada por poucos autores, a localização é um dos principais fatores que levam pessoas a procurar os espaços de *coworking*. Segundo Capdevila (2013; 2014), os membros buscam estar em locais próximos de casa, a fim de combinar melhor seu trabalho com a vida em família, ou estar em uma posição conveniente, por exemplo, em locais centrais onde possuir um escritório próprio fosse mais custoso, ou em espaços que sejam estratégicos, próximo a clientes em potencial.

A concentração de espaços de *coworking* em locais próximos, centrais ou que abram possibilidades de negócios contribui principalmente para a criação de um *'buzz'* local, representando um repositório de conhecimento que pode ser acessado pelos profissionais que desejam interagir entre esses ambientes. Uda e Abe (2016) afirmam que 83% dos espaços de *coworking* pesquisados interagem com a comunidade local ou com outros espaços da região. Apenas 10% não realizam interações, ou seja, uma parcela relevante dos espaços preza pela comunicação e desenvolvimento de laços entre as comunidades locais.

Mesmo quando esse estreitamento de laços entre as comunidades não é explorado, é possível observar benefícios sob a perspectiva financeira. A literatura aponta que o compartilhamento de gastos e redução dos custos fixos (quando comparados ao aluguel de um escritório inteiro) são pré-requisitos para a existência de um espaço de *coworking*, assim como deve ocorrer a divisão de espaço no mesmo ambiente (CAPDEVILA, 2013; SOARES; SALTORATTO, 2015).

Por meio de um *coworking,* os usuários podem ter acesso a um espaço melhor localizado a um preço satisfatório, mas que seria caro demais se fosse alugado por uma única empresa. Além disso, o risco que seria individual no caso de apenas uma organização estar no ambiente também passa a ser compartilhado, visto que não será apenas uma empresa que irá bancar qualquer eventualidade que ocorrer dentro do espaço (CAPDEVILA, 2014; SOARES; SALTORATTO, 2015).

Dessa forma, percebe-se que localização está relacionada a aspectos financeiros do negócio, o potencial de troca de conhecimento, de inovação, além de facilitar a interação face a face e o *networking,* que são partes da essência do trabalho compartilhado (CAPDEVILA, 2013; 2015). Waters-Lynch e Potts (2017) ressaltam a perspectiva de Capdevila (2013) e destacam a coordenação da atividade criativa em ambientes urbanos. Os ambientes de *coworking* criam externalidades positivas a partir dessa concatenação, impactando e transbordando para as rendas dos membros em comunidades, contribuindo para a formação do *'buzz'* local. A Figura 6 compila as informações extraídas a partir da literatura sobre localização dos ambientes de *coworking*.

Figura 6. Características de localização no âmbito dos *coworkings*

Propriedades gerais	Características específicas	Justificativa	Autores
***Coworking* como espaço**	**Proximidade de casa**	Combinação do trabalho com a vida em família	CAPDEVILA, 2013; 2014
	Compartilhamento de espaço	Espaços caros para alugar individualmente; Redução do risco individual	CAPDEVILA, 2014; SOARES; SALTORATTO, 2015
	Locais centrais/ estratégicos	Proximidade de clientes em potencial	CAPDEVILA, 2013; 2014
***Coworking* como um *hub* social**	**Proximidade de outros espaços/ potenciais *coworkers***	Criação de um '*buzz'* local; facilita a interação face a face	CAPDEVILA, 2013; WATERS-LYNCH; POTTS, 2017

Fonte: elaboração própria, 2020.

2.2. Desempenho organizacional

Encontrar um significado correto para desempenho organizacional vem sendo um desafio desde a segunda metade do século XX. O trabalho de Santos (2008) faz

um resumo da cronologia teórica sobre o desenvolvimento do seu conceito, esquematizado na Figura 7. A autora ressalta que apesar de terem se desenvolvido em décadas diferentes, as correntes teóricas coexistiram sem que se tenha chegado a um consenso sobre uma definição adequada para o construto 'desempenho' (VENKATRAMAN; RAMANUJAN, 1986; CARNEIRO *et al.,* 2005; SANTOS, 2008; GOMES; CALLADO, 2017).

Figura 7. Correntes teóricas de conceituação de desempenho organizacional

Corrente teórica	Surgimento	Descrição	Autores
Superação de metas	Anos 1950	O bom desempenho está associado à definição e superação dos objetivos organizacionais.	GEORGOPOULOS; TANNENBAUM, 1957.
Adaptação ao ambiente externo	Anos 1970	Desempenho como habilidade de extrair do ambiente externo recursos escassos e valiosos para superar a concorrência e garantir sua sobrevivência.	SEASHORE; YUCHTMAN, 1967.
Eficiência, estrutura e processos	Anos 1970	Desempenho é a eficiência (boa integração entre processos, baixa quantidade de gargalos, fluxo contínuo de informação e bons relacionamentos) das estruturas e processos da firma, mediada pelo clima organizacional.	CAMERON, 1981; KANTER; BRINKERHOFF, 1981.
Satisfação dos *Stakeholders*	Anos 1980	Desempenho como função do quão bem uma organização responde às demandas dos seus diversos *stakeholders*, deixando-os satisfeitos.	FREEMAN, 1984; FROOMAN, 1999.

Fonte: adaptado de Santos, 2008.

Apesar de existirem muitos estudos e abordagens sobre o tema (VENKATRAMAN; RAMANUJAN, 1986; LEBAS; EUSKE, 2002; COSTA *et al.*, 2016; GOMES; CALLADO, 2017), o construto 'desempenho' ainda não possui um conceito sistematizado. Carneiro *et al.* (2005) afirmam que nenhuma medida individual, isolada, conseguirá traduzir toda a complexidade do fenômeno desempenho. São indicadores financeiros, não-financeiros, óticas de *stakeholders* distintos, às vezes complementares e conflitantes, mas que podem ser utilizados com a finalidade de mensurar o nível de sucesso das empresas (CARNEIRO *et al.,* 2005).

Apesar da complexidade do construto, o desempenho é fator essencial para um efetivo planejamento e tomada de decisão em qualquer indústria, não apenas para prover o *feedback* necessário para revelar o progresso do negócio, mas também para diagnosticar problemas e aprimorar a comunicação (EL-SAKTY, 2012).

Considerando que o objeto de pesquisa é composto por pequenos negócios e profissionais autônomos e, pela necessidade de uniformizar a terminologia do construto desempenho para o decorrer deste estudo, adotar-se-á a perspectiva levantada por Santos (2008). A autora afirma que empresas com poucos *stakeholders* podem considerar as dimensões que forem mais importantes para seu negócio na composição de seu desempenho. Portanto, para os fins deste trabalho, o construto 'desempenho organizacional' será compreendido como o diagnóstico obtido a partir da mensuração dos resultados e sua eficiência e eficácia quando comparados aos objetivos previamente definidos.

Assim, a organização poderá mensurar a efetividade das estratégias utilizadas, nortear as decisões posteriores, avaliar os cenários e as demandas competitivas, projetando cenários futuros a partir das conclusões obtidas com o diagnóstico da mensuração do desempenho (VENKATRAMAN; RAMANUJAN, 1986; KAPLAN; NORTON, 1992; 1993; SANTOS, 2008; BARNEY; HESTERLY, 2017).

Conforme o sugerido por Santos (2008), a mensuração do desempenho deve ser adaptada de acordo com a realidade da empresa, inclusive para as localizadas em ambientes de *coworking*. Nesse sentido, para que a mensuração seja eficiente, será feita a escolha dos critérios que forem mais relevantes para indicar o desempenho dos negócios (EL-SAKTY, 2012). Esses critérios serão abordados com mais detalhes na próxima seção.

2.2.1. A mensuração do desempenho organizacional

Como base para formação teórica dos critérios utilizados para a mensuração do desempenho organizacional, utilizou-se o modelo geral de classificação de desempenho proposto por Carneiro *et al.* (2005), ampliando-o também para a inclusão da perspectiva individual. Os autores detalham que esse modelo é fruto de uma revisão de mais de 150 artigos cobrindo o desempenho organizacional, resultando numa compilação de seu melhor entendimento sobre as diversas perspectivas acerca do desempenho, a partir da inter-relação entre seus componentes.

Desse modelo, emergem 8 (oito) classes de medidas, são elas: 1. Contábeis-financeiras; 2. De mercado; 3. De processos internos; 4. De inovação e aprendizado; 5. Sociais; 6. Ambientais; 7. Comportamentais/Situacionais; 8. Gerais/Agregadas (CARNEIRO *et al.,* 2005). A partir dessas classes, foram obtidas as variáveis utilizadas

na execução da pesquisa. Para a realidade das organizações em *coworking*, destacam-se as medidas contábeis-financeiras, as de mercado e de autoeficácia, que serão detalhadas especificamente nesta seção.

A perspectiva financeira é a forma mais disseminada para aferir performance, abrangendo aspectos da receita obtida, lucratividade do negócio, controle de custos, volume de vendas, entre outros (VENKATRAMAN; RAMANUJAN, 1986; KAPLAN; NORTON, 1993; 2001; CARNEIRO *et al.,* 2005; GOMES; CALLADO, 2017; COSTA, 2019). Sob o ponto de vista dos empreendedores, as medidas financeiras indicam a qualidade da gestão dos recursos financeiros do negócio (CARNEIRO *et al.,* 2005), o que faz sentido ser analisado em qualquer organização.

Além da financeira, Venkatraman e Ramanujam (1986) trazem duas perspectivas a mais para contextualizar a mensuração do desempenho organizacional: a operacional, que engloba aspectos não-financeiros, como qualidade do produto, satisfação dos clientes e funcionários, inovação, eficiência tecnológica e reputação, e a perspectiva conjunta entre a financeira e a operacional, que dá as organizações a possibilidade do domínio ampliado da mensuração de performance (VENKATRAMAN; RAMANUJAN, 1986).

Na década de 1990, as teorias acerca da medição de desempenho avançaram na terceira perspectiva apontada por Venkatraman e Ramanujam (1986). Nessa época, gestores e acadêmicos buscavam resolver as inadequações dos modelos de mensuração de desempenho existentes, havendo desentendimentos entre os defensores das finanças e os defensores de medidas operacionais (como ciclos de tempo e taxas de defeito).

A pacificação de parte dos entendimentos à época veio com o surgimento do *Balanced Scorecard* (BSC), que integrou as duas perspectivas em seu modelo. O BSC trouxe os tradicionais indicadores financeiros - com os resultados das ações tomadas, retorno do investimento e do empresário - complementado com as medidas operacionais - sobre satisfação do cliente, processos internos e atividades de inovação e melhoria da organização - medidas operacionais que impulsionam o desempenho financeiro futuro (KAPLAN; NORTON, 1992; 1993).

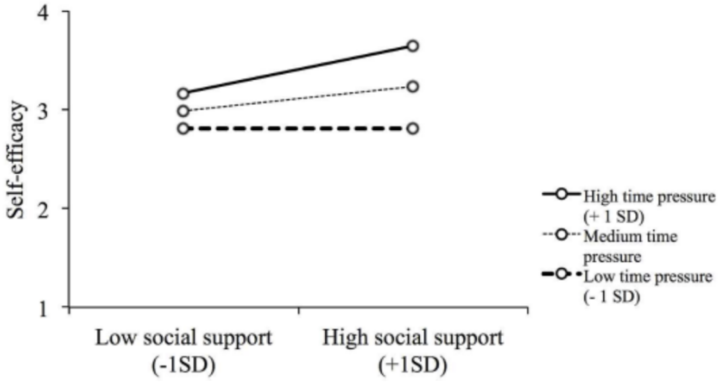
Apesar de ser um modelo disseminado entre várias organizações, o BSC não precisa se limitar às medidas financeiras e não financeiras, como originalmente

propostas (KAPLAN; NORTON, 2001). Os autores ressaltam que os melhores *Scorecards* são os que refletem o planejamento da organização, que facilitem a compreensão estratégica ao observar o seu mapa de indicadores-chave de desempenho. Assim, considerando que os negócios em *coworkings* brasileiros são, em sua maioria, formados por empreendedores individuais, ou empresas com até 3 pessoas (COWORKING BRASIL, 2019), além do próprio peso que a literatura dá sobre questões comportamentais, emerge a necessidade não apenas de conhecer aspectos financeiros do desempenho, mas também compreendê-lo sob as perspectivas individuais e de mercado.

Sob a perspectiva individual, o desempenho pode ser analisado a partir do juízo pessoal que os próprios indivíduos fazem acerca de sua capacidade de organização em diversas situações e atividades (SOUZA; SOUZA, 2004). Com base nas teorias de autoeficácia, o desempenho pessoal de um profissional pode ser compreendido pelo seu sentimento, sua convicção pessoal de performance quando comparada às próprias referências de comportamento (VERA *et al.* 2011; MATTOS *et al.,* 2020).

Para usuários de *coworkings*, o desempenho individual (ou autoeficácia) é um dos principais efeitos positivos percebidos pelos empreendedores (GERDENITSCH *et al.*, 2016). A Figura 8 apresenta a relação de três aspectos importantes para usuários de *coworking*: o tempo, o apoio social e a autoeficácia. Os autores apresentam o efeito moderador exercido pelo tempo sobre o apoio social e à autoeficácia, ou seja, quanto maior a pressão do tempo, maior a tendência de aumentar a mobilização e o engajamento em relações informais.

Figura 8. Efeito do tempo na relação entre apoio social de *coworkers* e autoeficácia



Fonte: Gerdenitsch et al. (2016).

Com o aumento do apoio, há a consequente expansão da satisfação com o autodesempenho percebido (GERDENITSCH *et al.*, 2016). Esse estudo ressalta, portanto, a importância da investigação do desempenho sob a perspectiva individual, não apenas por ser um ponto de vista importante para a literatura, mas também pela possibilidade de associação entre as interações sociais (*network*), e a percepção de autoeficácia, que comporá a perspectiva individual do desempenho (SOARES; SALTORATTO, 2015; GERDENITSCH *et al.*, 2016; UDA; ABE, 2016; BOUNCKEN, 2018).

Apesar de Gorgievski *et al.* (2011) ressaltarem que a satisfação individual (pessoal e profissional) é menos estudada como critério de desempenho, os autores a consideram como uma medida básica, por influenciar decisões de negócios como investir mais tempo, dinheiro ou mesmo encerrar as atividades. Além disso, muitos empreendedores só se autodenominam “bem-sucedidos” quando o negócio aumenta sua satisfação geral, independente do desempenho econômico real do seu negócio (GORGIEVSKI *et al.*, 2011).

Mattos *et al.* (2020) citam que o desempenho individual é sustentado pela experiência direta, concedendo a devida importância ao *background* profissional que o empreendedor carrega consigo. Nessa fase, todo o percurso desenvolvido e o contexto que influencia diretamente o comportamento individual dos empreendedores é levado em conta, incluindo as características e as condições às quais ele esteve sujeito durante o processo, não apenas considerando os seus resultados de forma isolada.

Isso implica afirmar que, tomando como referência as novas medidas concedidas aos domínios da autoeficácia percebida, depreende-se a autoeficácia empreendedora, que volta suas atenções aos aspectos relacionados ao empreendedorismo, em um domínio específico da tarefa da criação de um novo negocio (CAMOZZATO *et al.,* 2017). Sob essa ótica e a partir das características específicas encontradas em *coworkings,* pode-se traduzir a autoeficácia empreendedora como a percepção de desempenho profissional dos indivíduos.

Quanto às medidas de mercado, seus indicadores sugerem uma boa capacidade de percepção do sucesso de um negócio por ser relevante tanto para clientes quanto para acionistas (CARNEIRO *et al.*, 2005). Verifica-se que, dentre as

classes de medidas, os critérios de mercado têm o maior potencial de complementar os indicadores do desempenho financeiro, tanto por serem elementos normalmente correlacionados (CARNEIRO *et al.*, 2005) quanto por serem os critérios mais usados para mensurar o desempenho em pequenos negócios (GORGIEVSKI *et al.*, 2011).

As perspectivas de referência sugeridas por Fiegenbaum *et al.* (1996) mostram que há medidas de desempenho a partir de perspectivas internas, externas e temporais. Inicialmente, as medidas internas indicam a comparação dos objetivos traçados com os resultados alcançados em áreas estratégicas, como receita, lucro, crescimento das vendas e captação de novos clientes. Sob a mesma perspectiva da dimensão interna, os autores mesclam resultados financeiros e de mercado (CARNEIRO, 2007).

A dimensão externa foca principalmente no posicionamento da empresa frente ao ambiente em que ela atua, tomando os concorrentes como referência/*benchmark* (FIEGENBAUM *et al.,* 1996). Os autores ressaltam que a comparação da própria atuação com relação aos concorrentes é fundamental para caracterizar o nível de sucesso das estratégias utilizadas e entender quão distantes elas estão dos concorrentes. Além disso, várias pesquisas importantes no âmbito da literatura de desempenho endossam a necessidade da utilização de indicadores comparativos (CARNEIRO *et al.*, 2005; CARNEIRO, 2007; MACIEL *et al.*, 2008; OLIVEIRA, 2015).

Sob a perspectiva da dimensão temporal, as decisões estratégicas tomadas pelas organizações podem ser fortemente afetadas tanto por referências ao passado (significando onde a empresa está atualmente) ou ao futuro (onde a empresa gostaria de estar) (FIEGENBAUM *et al.,* 1996). Para Gorgievski *et al.* (2011), as referências teóricas sobre pequenos negócios mostram que uma parte relevante da literatura estuda a sua sobrevivência no curto prazo, principalmente pelo fato de que eles não costumam apresentar uma consistência de sucesso alta ao longo do tempo (DATASEBRAE, 2016; IBGE, 2020).

Apesar de reconhecer as limitações existentes na realidade dos pequenos negócios, é importante considerar a percepção de manutenção dos negócios a longo prazo: empresas com organização estratégica firme podem pensar de forma mais organizada sobre o futuro a longo prazo, encontrar soluções financeiras viáveis para seus custos e tomar decisões estratégicas para possíveis grandes reorganizações, a

fim de manter sua vantagem competitiva, fazendo a empresa manter boas perspectivas de futuro e sua capacidade de continuar atuando por um período indeterminado de tempo (FIEGENBAUM *et al.,* 1996; GORGIEVSKI *et al.*, 2011).

Quanto aos métodos de avaliação, Haber e Reichel (2005) deixam claro que a maneira mais simples de aferir os resultados de um negócio são as formas objetivas. Os dados de desempenho financeiro, por exemplo, são medidas altamente objetivas e facilitam o trabalho do pesquisador. No entanto, nota-se que pequenos negócios costumam apresentar certa relutância em disponibilizar essas informações (HABER; REICHEL, 2005; LI; RAMA, 2015; COSTA, 2019). Assim, já que as medidas de desempenho financeiro não são de publicação obrigatória para essa categoria, torna-se difícil obter de todos os respondentes informações que eles consideram como confidenciais, podendo inviabilizar a análise objetiva de desempenho dos negócios (DESS; ROBINSON JR, 1984; HABER; REICHEL, 2005; BERRONE *et al.,* 2014; COSTA, 2019).

Por essa dificuldade, Gomes e Callado (2017) indicam que, na ausência de dados objetivos ou pela dificuldade de obtê-los, a solução está na busca por dados subjetivos. Shoham (1998) define a mensuração subjetiva de desempenho como uma forma de compreender aspectos baseados na satisfação do empreendedor quando comparados à expectativa, característica que não é possível medir objetivamente. Além do autor reforçar a importância equânime das medidas objetivas e subjetivas, outros estudos como Haber e Reichel (2005), Berrone *et al.* (2014), Costa *et al.* (2016) e Vij e Bedi (2016) corroboram os achados do trabalho seminal de Dess e Robinson Jr (1984), que objetivou correlacionar as medidas de desempenho objetiva e subjetiva.

Dess e Robinson Jr (1984) relacionaram o crescimento em vendas e a taxa de retorno dos ativos totais com as percepções de retorno de ativos totais e vendas, quando comparadas a empresas similares ou concorrentes. A análise mostrou que há uma forte correlação entre as medidas objetivas e as subjetivas, havendo consistência entre os resultados percebidos pelos empresários pesquisados e os verificados a partir dos indicadores financeiros. Apesar disso, a medida subjetiva não substitui a objetiva, sendo útil para mensurar o desempenho organizacional em situações de indisponibilidade das informações.

Conforme abordado anteriormente, o Censo *Coworking* Brasil (2019) mostrou que mais de 90% das empresas localizadas em espaços de *coworking* são pequenos negócios, portanto esta pesquisa deverá estar alinhada às recomendações abordadas nesse referencial teórico para essa categoria de empresas (DESS; ROBINSON JR, 1984; HABER; REICHEL, 2005; BERRONE *et al.,* 2014; COSTA *et al.*, 2016; GOMES; CALLADO, 2017). Consequentemente, esta pesquisa compreendeu o desempenho a partir dos indicadores de percepção subjetiva dos gestores. A Figura 9 resume as categorias e os critérios de mensuração do desempenho organizacional a serem analisados.

Figura 9. Critérios de mensuração do desempenho organizacional

Categoria	Critério	Referências
Desempenho Individual	Desenvolvimento pessoal	Souza; Souza (2004), Gorgievski *et al.* (2011), Vera *et al.* (2011), Gerdenitsch *et al.* (2016)
	Desenvolvimento profissional	Camozzato *et al.* (2017), Gerdenitsch *et al.* (2016), Mattos *et al.* (2020)
Desempenho Financeiro	Receita	Shoham (1998), Kaplan e Norton (2001), Carneiro *et al.* (2005), Oliveira (2015)
	Margem de lucro	Venkatraman e Ramanujam (1986), Shoham (1998), Carneiro *et al.* (2005), Gorgievski *et al.* (2011), Oliveira (2015)
	Redução de custos	Epstein e Roy (2001), Carneiro *et al.* (2005)
	Rentabilidade	Kaplan e Norton (2001), Carneiro *et al.* (2005), Oliveira (2015)
	Volume	Kaplan e Norton (2001), Carneiro *et al.* (2005), Oliveira (2015)
Desempenho de Mercado	Perspectiva de futuro	Gorgievski *et al.* (2011), Maciel *et al.* (2008)
	Desempenho comparado aos concorrentes	Carneiro *et al.* (2005), Maciel *et al.* (2008), Oliveira (2015)
	Crescimento das vendas	Carneiro *et al.* (2005), Maciel *et al.* (2008), Gorgievski *et al.* (2011)
	Captação de clientes	Venkatraman e Ramanujam (1986), Shoham (1998), Carneiro *et al.* (2005)

Fonte: elaboração própria, 2020.

2.3. Panorama geral dos negócios

Esta seção é dedicada a discutir o panorama geral dos negócios no Brasil, evidenciando a realidade dos pequenos negócios. Esse panorama será composto pelos critérios definidores dessa categoria de empresas, suas principais características e os componentes para identificação do perfil empresarial.

2.3.1. Critérios definidores

Não existe um único critério utilizado para a definição das empresas, principalmente de acordo com seu porte. Tanto no Brasil quanto no mundo, ainda há divergências sobre como compreender as diferenças, por exemplo, entre uma Microempresa (ME) e uma Empresa de Pequeno Porte (EPP) (LEMES JUNIOR; PISA, 2010; GUIMARÃES *et al.*, 2018; IBGE, 2019). Isso se deve à existência de diferentes indústrias, nichos de atuação e legislação específica de cada país ou bloco econômico (AFRIFA; PADACHI, 2016).

Os dois principais critérios brasileiros utilizados na identificação do porte dos negócios são: faturamento, utilizado pela receita federal para a admissão ao regime tributário do Simples Nacional, e pessoal ocupado, que considera a quantidade de pessoas empregadas pela empresa, utilizado pelo SEBRAE, na maioria dos casos, para Micro e Pequenas Empresas (GUIMARÃES *et al.*, 2018; IBGE, 2019; SEBRAE, 2019). A Figura 10 resume os critérios nacionais de definição das MPEs mencionados.

Figura 10. Critérios nacionais de definição para MPEs

Critério		Microempresa	Empresa de Pequeno Porte
Faturamento		Receita bruta anual igual ou inferior a R$ 360.000,00	Receita bruta anual superior a R$ 360.000,00 e igual ou inferior a R$ 4.800.000,00
Pessoal Ocupado	**Comércio e serviços**	Até 9 pessoas ocupadas	De 10 a 49 pessoas ocupadas
	Indústria e construção	Até 19 pessoas ocupadas	De 20 a 99 pessoas ocupadas

Fonte: elaboração própria com base em; Guimarães et al.*, 2018; IBGE, 2019; SEBRAE, 2019; Simples Nacional, 2020.*

O Censo *Coworking* Brasil (2019) aponta que, dentre o universo de empresas em *coworking*, 90% se enquadram como micro ou pequenas pelo número de funcionários (até 6 pessoas ocupadas) e pouco mais de 2% desses respondentes entraram na classificação entre 6 e 12 colaboradores, não sendo possível afirmar precisamente quantas poderiam ser enquadradas como Microempresa pela ausência de informações precisas sobre quantos negócios possuem até nove pessoas ocupadas. Apesar de pequenos negócios, em sua maioria, possuírem controles menos confiáveis das informações financeiras e terem certa dificuldade em disponibilizá-las (HABER; REICHEL, 2005; LI; RAMA, 2015; COSTA, 2019), o perfil de negócios identificado por essa pesquisa também leva em consideração o critério do faturamento, conforme abordado na próxima seção.

2.3.2. Características e perfil de pequenos negócios em *coworking*

Além dos critérios de classificação, pequenos negócios possuem características próprias que os diferem de empresas maiores. A Figura 11 traz um mapeamento com características percebidas na literatura, em que o eixo dos atributos internos aborda os pontos positivos e negativos desses negócios, enquanto o eixo dos fatores externos traz atributos alheios à vontade das empresas, mas que caracterizam o mercado em que estão concorrendo.

Figura 11. Características de pequenos negócios apresentadas pela literatura

Fatores	Internos	Externos
Positivos	● Maior flexibilidade em relação a grandes empresas; ● Possibilidade de estabelecer uma cultura organizacional mais forte; ● Comunicação mais adequada entre subordinado e superior.	● Contato mais próximo com o cliente; ● Legislação tributária simplificada; ● Geram empregos.
Negativos	● Registros contábeis pouco adequados; ● Influência de membros da família na sociedade; ● Falta de profissionalização da gestão; ● Descontinuidade da empresa pela saída do proprietário; ● Deficiência em planejamento estratégico, visão, missão; ● Centralização excessiva de decisões; ● Decisões tomadas com base na	● Altas taxas de mortalidade; ● Maior dificuldade de acesso a crédito; ● Concorrência acirrada; ● Burocracia para abertura e fechamento; ● Insuficiência de políticas públicas para o setor.

	intuição e improvisação.	

Fonte: Elaboração própria com base em Pereira et al., 2009; Li e Rama, 2015; Santos et al.*, 2016; Wang, 2016; IBGE, 2019.*

A partir das características abordadas, esta pesquisa também tem por objetivo delinear o perfil dos negócios localizados em ambientes de *coworking*. A orientação do perfil terá como base a pesquisa de Perfil das Micro e Pequenas Empresas, realizada pelo SEBRAE (2018) e por aspectos incluídos a partir da literatura, como Nogueira (2017), Navarro *et al.* (2018) e Pereira e Nogueira (2018).

O perfil da amostra coletada pode ser obtido a partir da divisão entre composição das MPEs e dos próprios respondentes, considerado como o perfil de negócios em *coworking*, composto por: 1) Critérios nacionais de definição do porte (pessoal ocupado e faturamento); 2) Área de atuação; 3) Formalização jurídica (SEBRAE, 2018; IBGE, 2019). Já o perfil dos respondentes pode ser identificado a partir de: 1) Cargo ocupado; 2) Origem do faturamento do negócio (virtual ou não); 3) Utilização dos espaços e serviços ofertados pelos *coworking*; 4) Motivos para escolha do *coworking* (SPINUZZI, 2012; NAKAO, 2017; BOUNCKEN, 2018; MUZZIO, 2019; OKANO *et al.,* 2020).

O primeiro item do perfil de negócios situa a empresa (ou empreendedor) conforme o seu porte, com o objetivo de descobrir o enquadramento, de acordo com os critérios de faturamento e pessoal ocupado. O Censo *Coworking* Brasil (2019) indica que 37% das empresas em *coworking* faturam mensalmente até 5 mil reais e 32% entre 5 e 15 mil reais. A área de atuação permitirá conhecer se a empresa concentra sua atuação no comércio, serviços ou indústria. Já a formalização jurídica tem por finalidade descobrir se o empresário(a) se enquadra juridicamente como MEI, ME ou EPP ou se é um negócio informal. Esse item é necessário pelo fato de a informalidade ser um problema histórico e prejudicar o desenvolvimento dos negócios (PEREIRA; NOGUEIRA, 2018). Ademais, 75% dos empreendedores afirmam que aumentaram sua receita com a formalização (SEBRAE, 2018), e, com CNPJ, puderam emitir nota fiscal, vender mais e possuir cadastro em instituições financeiras (NAVARRO *et al.,* 2018).

Com relação ao perfil dos respondentes, sua composição será indicada inicialmente pelo cargo ocupado pelo(a) participante de acordo com o negócio que ele(a) atua: autônomo(a), gerente, empreendedor(a), entre outros. A origem do

faturamento servirá para identificar a aderência dos negócios em *coworking* à tendência apontada por Okano *et al.* (2020) de popularização de negócios virtuais e plataformas *online* para vendas e serviços, questionando-se a obtenção de receita por meio *online* ou *offline*.

Também podem ser obtidas informações sobre como os usuários utilizam os espaços e seus serviços. Com base em características de rotatividade apontadas por Nakao (2017), é possível identificar a frequência de utilização, com o intuito de entender a opção dos usuários entre um único ou vários espaços de *coworking* como local de trabalho. Fuzi (2015) e Muzzio (2019) apontam alguns motivos que levam os usuários a optar por um espaço de *coworking,* fator que torna importante a compreensão sobre a principal razão que faz com que os *coworkers* escolham esses ambientes. Por fim, também é possível explorar o modo de utilização e serviços mais populares entre usuários, com a finalidade de entender a aderência dos *coworkers* a salas privativas, ambientes compartilhados, contratação de horas avulsas, planos, entre outros serviços (NAKAO, 2017; BOUNCKEN, 2018).

A partir dos dados obtidos com a identificação do perfil das empresas e dos empreendedores em *coworking*, torna-se viável estabelecer semelhanças e diferenças com as empresas tradicionais a partir do entendimento da composição amostral e viabilizando informações para facilitar pesquisas futuras, conforme Brito Neto *et al.* (2014), além de validar características positivas e negativas elencadas pela literatura.

2.4. Hipóteses extraídas da literatura

A partir das perspectivas levantadas ao longo do referencial teórico, é possível formular as hipóteses a serem testadas neste trabalho. Considerando o objetivo geral desta dissertação, que é analisar as associações entre as características do *coworking* e o desempenho dos negócios na cidade do Recife, pode-se perceber certa expectativa de relação indireta entre o desempenho e as características dos *coworkings,* conforme será apresentado ao longo da construção de hipóteses.

Como apresentado na seção de justificativa, está em curso atualmente o estabelecimento de uma nova perspectiva de gestão que Krause (2019) denomina ‘uberismo’, em referência à tendência disseminada pela multinacional americana ‘Uber’. Uma mudança estrutural como essa traz consequências para diversas áreas

do sistema econômico, em que modelos antigos, considerados menos adequados para os atuais padrões de competitividade, são substituídos por novas ideias e formas organizacionais (SUPRUN; YELISIEIEVA, 2017).

Em um cenário de construções de novos negócios e tendências, o *coworking* se enquadra como um desses novos modelos de organização de trabalho para pequenas empresas e *startups* (CAPDEVILA, 2015), fornecendo um estilo de trabalho mais flexível e menos custoso para os empreendedores (UDA; ABE, 2016). Com isso, autores como Uda, Abe (2015), Howell e Bingham (2019) ressaltam a necessidade de aprimorar as pesquisas nesse tipo de ambiente de trabalho, seja para identificar empiricamente o comportamento dos usuários no processo de tomada de decisão ou as implicações que as mudanças de local exercem no trabalho dos empreendedores.

Vanichvatana (2018) mostra como a maioria dos *coworkers* utiliza os espaços com o intuito de aumentar a produtividade, seguido por outras razões relacionadas às características, como redução do isolamento, flexibilidade de expedientes, compartilhamento de ideias e *network.* Esses fatores costumam ser levados em consideração pelos empreendedores no momento de optar por trabalhar em um ambiente de *coworking.*

Para que a escolha de um ambiente de trabalho como o *coworking* se faça adequada, é prudente que venha acompanhada por questionamentos sobre a potencial influência dessa decisão sobre o desempenho organizacional. Assim, faz-se necessário explorar a eventual associação das características encontradas em *coworkings* e sua influência no desempenho dos negócios, que também está relacionado à produtividade (VENKATRAMAN; RAMANUJAM, 1985; HOQUE; JAMES, 2000; BERRONE *et al.,* 2014).

Em relação ao desempenho, Carneiro (2007) destaca quatro principais classes de medidas de desempenho: 1. Contábeis-financeiras; 2. De cliente/ mercado; 3. Comportamentais/situacionais; 4. Gerais. Como a amostra desta dissertação é formada por pequenas empresas, optou-se por não incluir as medidas de desempenho comportamentais/situacionais e gerais, mantendo-se as medidas contábeis-financeiras e de cliente/mercado.

Essa decisão é justificável pela aplicabilidade dos construtos a pequenos negócios, visto que são organizações que costumam ser enxutas (ou até individuais),

como menor capacidade de investimento e maior flexibilidade com relação à gestão (PEREIRA *et al.*, 2009, LI; RAMA, 2015). Devido ao fato de muitos negócios em *coworkings* no Brasil serem compostos por apenas uma pessoa (15%), ou por até 3 pessoas (35%) (COWORKING BRASIL, 2019) e à relevância apontada pela literatura aos aspectos comportamentais dos *coworkers*, entende-se necessária a ampliação das classes de medidas apontadas por Carneiro (2007) com a inclusão da perspectiva de desempenho individual na análise.

Em resumo, o desempenho financeiro será analisado pelos percepção dos *coworkers* sobre a receita obtida, investimento aplicado, margem de lucro, redução de custos e rentabilidade do negócio. O desempenho de mercado englobará o desempenho comparado aos concorrentes, crescimento das vendas, captação de clientes, volume e perspectiva de futuro do negócio. Por fim, o desempenho individual será medido pela percepção autoavaliativa acerca do desenvolvimento pessoal e profissional do usuário, conforme Guimarães *et al.* (1998).

A primeira hipótese da presente pesquisa tem o intuito de identificar a existência de associação entre as variáveis características dos *coworkings*, as quais se dividem em quatro grupos: *network,* criatividade, infraestrutura e localização. Entende-se a complexidade da relação entre as características como fator determinante dessas influências, visto que podem ocorrer por estímulos externos ou pela simples configuração do ambiente, favorável à interação e ao contato (SPINUZZI, 2012; CAPDEVILA, 2014; FUZI, 2015).

Em seguida, apresentam-se as hipóteses referentes a cada uma das características de *coworkings,* propondo-se identificar especificamente a associação de cada uma com o desempenho. O construto desempenho terá sua influência identificada sobre cada uma das categorias propostas: financeiro, de mercado e individual. Assim, a cada seção, três sub-hipóteses serão analisadas para explicar a a hipótese principal. Tem-se, portanto, cinco hipóteses principais e doze sub-hipóteses decorrentes.

2.4.1. Associação entre variáveis características

A primeira hipótese testada trata de uma possível existência de associação entre as variáveis que caracterizam os *coworkings.* Essa investigação se justifica pela

dificuldade de resumir um fenômeno complexo de conexões, decisões, ambientes e estabelecimento de relações profissionais a apenas quatro características principais.

Percebe-se, de acordo com a literatura, que os ambientes de *coworking* são projetados e pré-definidos para atingir o objetivo da conexão, seja ela entre o usuário e seus clientes, outros usuários, com seu próprio trabalho ou até mesmo com sua vida pessoal (SPINUZZI, 2012; CAPDEVILA, 2013; 2014; 2015; MILOVANOVIC, 2015; CASTILHO; QUANDT, 2017; SEO *et al.*, 2017). A literatura mostra que mesmo características físicas como o ambiente e a localização são utilizadas para aproximar e facilitar a atuação profissional dos usuários, o que forma uma teia cada vez mais complexa entre as relações características de *coworkings* (CAPDEVILA, 2013; 2014; WATERS-LYNCH; POTTS, 2017). Essa discussão pode ser ainda mais ampla quando se nota a existência de mais características não exploradas por este trabalho.

Um exemplo de atributo que não foi contemplado é o papel do *host* do *coworking.* Fuzi (2015) considera o *host* um ator essencial para estimular a interação, intermediando novos relacionamentos e potencializando a sinergia do ambiente. Gerdenitsch *et al.* (2016) ressalta esse papel ao considerar que o engajamento entre *coworkers* pode custar energia, fazendo com que nem todos a utilizem para fazer conexões. Portanto a gestão do espaço de *coworking* deve facilitar essa relação e essa facilitação vem através de eventos, apoio social, disseminação de informações sobre os usuários, compartilhamento de histórico, projetos, disponibilidades, entre outros (BILANDZIC; FOTH, 2013; CAPDEVILA, 2015; GERDENITSCH *et al.,* 2016; SEO *et al.,* 2017).

Como a administração do *coworking* é inerente à própria existência do espaço, pode-se entender que a disponibilidade da localização, a gestão da infraestrutura e parte do estímulo ao *network* é responsabilidade do *host.* Dessa forma é possível perceber que esses fatores externos aos usuários são capazes de estarem associados à qualidade das relações estabelecidas nos *coworkings*, fazendo com que as características não sejam necessariamente independentes e guiando a primeira hipótese desta pesquisa (H_1). É válido destacar que a representação por H_1 é composta pela letra H, evidenciando que se trata de uma hipótese de pesquisa, e pelo número subsequente, indicando a ordem da hipótese levantada (1ª, 2ª, [...]).

H_1: Existe associação positiva entre as características dos ambientes de *coworking*

2.4.2. Influência do *network*

A literatura em *coworking* dá um evidente peso às questões comportamentais de empreendedores que trabalham em *coworking* (potenciais criativos, acesso a contatos, conhecimento e diversidade de ideias), em especial o *network*. Essa variável é o principal fator que caracteriza um espaço de *coworking.* A definição de *coworking* adotada por esse trabalho (SPINUZZI, 2012; CAPDEVILA, 2014; GANDINI, 2015; SUÁREZ, 2016) coloca em evidência o potencial de *networking* que os usuários podem obter pela co-localização, interações, engajamento e colaboração com outros *coworkers.*

Diferente dos escritórios tradicionais, as possibilidades de *network* tornam o *coworking* um local de trabalho singular: ambientes abertos a trocas de informações, recursos, negócios e até mesmo formação de amizades conferem aos usuários diversas caminhos para aprimorar e desenvolver seus negócios (SPINUZZI, 2012; CAPDEVILA, 2013; SOARES; SALTORATO, 2015; RATTEN, 2019).

De acordo com Fuzi (2015) as interações sociais e práticas de rede são razões comumente citadas para justificar o ingresso em ambientes de *coworking,* a fim de desenvolver atividades empreendedoras. Gerdenitsch *et al.* (2016) confirmam esse fenômeno a partir de sua pesquisa, a qual apresentam a interação social, a produtividade e o *networking* como principais fatores que fazem as pessoas optarem por ambientes de *coworking.* As conclusões desse trabalho indicam que ambientes sociais como o *coworking* têm suas relações manifestadas a partir de apoio instrumental, troca de informação e colaboração, articulações que aumentam sinergicamente a competitividade e a possibilidade de oferecer soluções aos clientes (GERDENITSCH *et al.*, 2016; CAPDEVILA, 2013).

Outra perspectiva apontada por Nakao (2017) é a de que o *network* e a colaboração disseminam uma cultura de empreendedorismo e inovação. Relatos trazidos em seu trabalho indicam que empreendedores em diferentes estágios de desenvolvimento entendem as realidades que seus negócios já passaram e, assim, têm mais capacidade de auxiliar os demais que compartilham o *coworking.* Nesse sentido, a complementaridade de ideias, fases e experiência se sobrepõe à ideia de

concorrência (CAPDEVILA, 2013) e tem um potencial construtivo imensurável para pequenos negócios.

Essas ideias deixam claras as razões que levam empresas e empreendedores a optarem por ambientes de *coworking*. A literatura destaca aspectos do *network* que podem estar associados ao desempenho dos negócios. Por isso, propõe-se investigar a influência do potencial de *network* sobre o desempenho como segunda hipótese:

H_2: As características de *network* existentes em *coworkings* se associam positivamente ao desempenho dos negócios

Muzzio (2019) considera que os benefícios obtidos pelos usuários são mais significativos quando é ressaltado o potencial de desenvolvimento de relações que a rede de profissionais pode proporcionar. Porém, para que isso possa fazer sentido prático também a nível de negócios, é essencial avaliar se essas características representam retorno do ponto de vista financeiro.

Ao optar por espaços de trabalho compartilhados, uma empresa não busca apenas a construção de sua identidade ou de contatos, mas também formas de reduzir seus custos operacionais e elevar seus lucros, a fim de remunerar melhor seus funcionários, investidores ou sócios (RIADINSKA *et al.*, 2018). Os autores destacam a otimização com custos de pessoal, de produção, regulação de tempo de trabalho e principalmente a melhoria dos indicadores financeiros e econômicos, orientando as sub-hipóteses a seguir.

H_{2A}: As características de *network* existentes em *coworkings* se associam positivamente ao desempenho financeiro dos negócios

H_{2B}: As características de *network* existentes em *coworkings* se associam positivamente ao desempenho de mercado dos negócios

Waters-Lynch e Potts (2017) e Nakao (2017) ressaltam a comparação do *coworking* com ambientes tradicionais (escritórios próprios) e *home office.* Os autores apresentam argumentos e relatos mostrando que os *coworkers* entendem o ambiente como sinônimo de ganho em organização e produtividade, que melhora o desempenho individual ao reduzir aspectos como distração e absenteísmo, comuns de quem trabalha em casa.

H_{2C}: As características de *network* existentes em *coworkings* se associam positivamente ao desempenho individual dos usuários

2.4.3. Influência da criatividade e da inovação

As conexões proporcionadas pelos espaços de *coworking* têm a capacidade de assumir intensidades e formas diversas. Interações podem despertar nos usuários um potencial criativo que não se obtém facilmente quando se está em ambientes tradicionais. A copresença de pessoas com valores, crenças e ideais aproximados moldam o ambiente, trazendo inspiração e conhecimentos diversos ao longo do momento da interação e também depois dele (CASTILHO; QUANDT, 2017; BOUNCKEN, 2018).

A abertura do ambiente a esse tipo de troca evidencia o fluxo de ação, que parte de um plano individual para o coletivo, envolvendo a formação de comunidade e a consequente geração de ideias (CASTILHO; QUANDT, 2017). Conforme Santos (2008), Fiegenbaum *et al.* (1996) e Carneiro *et al.* (2005), o desempenho deve ser analisado de acordo com o *benchmark* proposto, comparando o objetivo traçado com o resultado obtido. Um exemplo mostrado por Capdevila (2014; 2015) exalta as potencialidades da criatividade em *coworking* quando um desafio organizado por *coworkers* (uma espécie de *hackaton*) resultou num aplicativo para celular feito em 36 horas, quando o tempo de desenvolvimento normal seria de até 6 meses.

Exemplos como esse, além de exaltar a capacidade que as características de criatividade e inovação podem estra associadas ao desempenho organizacional, mostram que há um estímulo maior em compartilhar recursos e conhecimento entre membros do *coworking*. Torna-se possível, portanto, perceber tendências maiores de despertar as *expertises* de cada membro quando se está em *coworking*, além de gerar inovações, sinergia, diferenciação e competitividade por meio de conhecimento tácito, que é o tipo de conhecimento mais difícil de ser replicado e essencial para a inovação (CAPDEVILA, 2013; VANICHVATANA, 2018).

Com isso, é possível inferir que as características de criatividade e inovação características dos ambientes de *coworking* têm capacidade de estarem associadas ao desempenho das empresas, dado os níveis de diferenciação e as condições de competitividade a que eles podem ser submetidos e tendem a melhorar seu desempenho. Assim, é compreendida a terceira hipótese de pesquisa:

H_3: O potencial de criatividade e inovação que as empresas têm acesso em *coworking* estão associados positivamente ao desempenho dos negócios.

H_{3A}: O potencial de criatividade e inovação que as empresas têm acesso em *coworking* estão associados positivamente ao desempenho financeiro dos negócios

H_{3B}: O potencial de criatividade e inovação que as empresas têm acesso em *coworking* estão associados positivamente ao desempenho de mercado dos negócios

H_{3C}: O potencial de criatividade e inovação que as empresas têm acesso em *coworking* estão associados positivamente ao desempenho individual dos usuários

2.4.4. Influência da infraestrutura e do ambiente

A infraestrutura disponibilizada por um espaço de *coworking* é uma das principais razões que levam os *coworkers* a escolher trabalhar nesse ambiente. De acordo com Gerdenitsch *et al.* (2016), 63% dos usuários apontaram a infraestrutura como razão para estar em um ambiente de *coworking.*

Uma parcela relevante dessa escolha se deve à praticidade. O conforto do espaço e a responsabilidade reduzida por não ter que se preocupar com a manutenção e os custos do espaço (internet, limpeza, faxina, impostos, contas e reformas) tornam o *coworking* uma solução vantajosa para os pequenos empreendedores, quando comparado a escritórios próprios (SPINUZZI, 2012; NAKAO, 2017).

Outra distinção é com relação ao *home office*: enquanto este é um espaço de descanso e estadia, o *coworking* é necessariamente um espaço de trabalho. Isso condiciona o *coworker* a compreender que o tempo destinado a estar no ambiente compartilhado é destinado a trabalhar, preparando-o para focar no trabalho e evitar distrações comuns ao *home office* (NAKAO, 2017). O mesmo autor também ressalta o maior nível de profissionalismo quando clientes ou parceiros marcam encontros e reuniões, pois a infraestrutura do espaço é mais adequada que cafés ou locais externos para receber reuniões de negócios.

Percebe-se que as razões que embasam a escolha de ambientes de *coworking* por parte dos empreendedores também passam pela infraestrutura disponibilizada. A finalidade da escolha é principalmente aumentar a produtividade ao obter foco no trabalho e, consequentemente, o desempenho e a sustentabilidade do negócio (SEO *et al.*, 2017). Bouncken (2018) ainda destaca o ambiente físico do espaço como sendo essencial para estimular outras características como o *network* e a criatividade, visto que o *layout* do espaço deve ser pensado de modo que facilite os encontros e a interação entre as pessoas.

Assim, percebe-se que literatura versa sobre a infraestrutura disponibilizada pelos espaços como uma forma mais eficaz de alocação de recursos, perspectiva essencial para a definição de desempenho organizacional. Conforme Santos (2008), o desempenho é diagnosticado a partir da eficiência e eficácia percebida. Além disso, há um potencial de associação com a perspectiva individual principalmente pelos benefícios provenientes da distinção com o *home office*, em que o ambiente pode ser essencial para melhor aproveitamento do tempo (GERDENITSCH *et al.*, 2016; UDA; ABE, 2016; SEO *et al.*, 2017; BOUNCKEN, 2018).

Com essas considerações é possível perceber o papel que a infraestrutura possui no ambiente de *coworking,* tanto como característica independente como facilitadora das demais. Isso significa que se pode entender a infraestrutura como um aspecto de potencial influência no desempenho dos negócios, tornando-a a quarta hipótese de pesquisa:

H_4: A infraestrutura disponibilizada pelos espaços de *coworking* está associada positivamente ao desempenho dos negócios.

H_{4A}: A infraestrutura disponibilizada pelos espaços de *coworking* está associada positivamente ao desempenho financeiro dos negócios

H_{4B}: A infraestrutura disponibilizada pelos espaços de *coworking* está associada positivamente ao desempenho de mercado dos negócios

H_{4C}: A infraestrutura disponibilizada pelos espaços de *coworking* está associada positivamente ao desempenho individual dos usuários

2.4.5. Influência da localização

Uma das possibilidades que o compartilhamento de espaço traz é o acesso a locais que individualmente (ou isoladamente) seriam caros para pequenos empreendedores (CAPDEVILA, 2014; NAKAO, 2017). Com a estrutura do *coworking*, pequenos negócios podem contratar espaços que seriam impossíveis de viabilizar sozinhos.

Seguindo esse raciocínio, Vanichvatana (2018) apresenta dados sobre as razões pelas quais os usuários escolhem o *coworking* que irão trabalhar. Nessa pesquisa, 34,67% dos participantes indicam que a localização é a principal razão que os leva a escolher seu local de trabalho. Esse dado sugere que parte do valor percebido pelos *coworkers* está também na localização do espaço, tanto pela possibilidade de redução dos custos fixos (quando comparado a um aluguel próprio no mesmo local) quanto pela possibilidade de melhoria da qualidade de vida, como pode ser o caso de um membro que procure um *coworking* próximo de sua casa, a fim de combinar melhor o trabalho e a vida familiar (CAPDEVILA, 2013).

O mesmo autor também ressaltou que, em seu trabalho, as principais decisões em relação à localização era se o espaço de *coworking* fica próximo à própria residência ou se oferecia uma localização central. Estar em posições estratégicas pode contribuir para que o empreendedor obtenha um desempenho superior, seja pela proximidade de seus clientes, público alvo ou de centros comerciais importantes.

Percebe-se, portanto, que as percepções de *coworkers* sobre a localização dos espaços podem estar associadas a um melhor desempenho, conforme ressalta Capdevilla (2013): 1. pela possibilidade de aproveitar oportunidades de absorver o *buzz* local; 2. pela redução de custos proporcionada pelo compartilhamento de espaço e as próprias vantagens de localização. O segundo item exalta principalmente o potencial de influência na questão financeira, medida de desempenho destacada por Carneiro *et al.* (2005), e que conclui assim a quinta hipótese de pesquisa:

H_5: A localização dos ambientes de *coworking* está associada positivamente ao desempenho dos negócios

H_{5A}: A localização dos ambientes de *coworking* está associada positivamente ao desempenho financeiro dos negócios

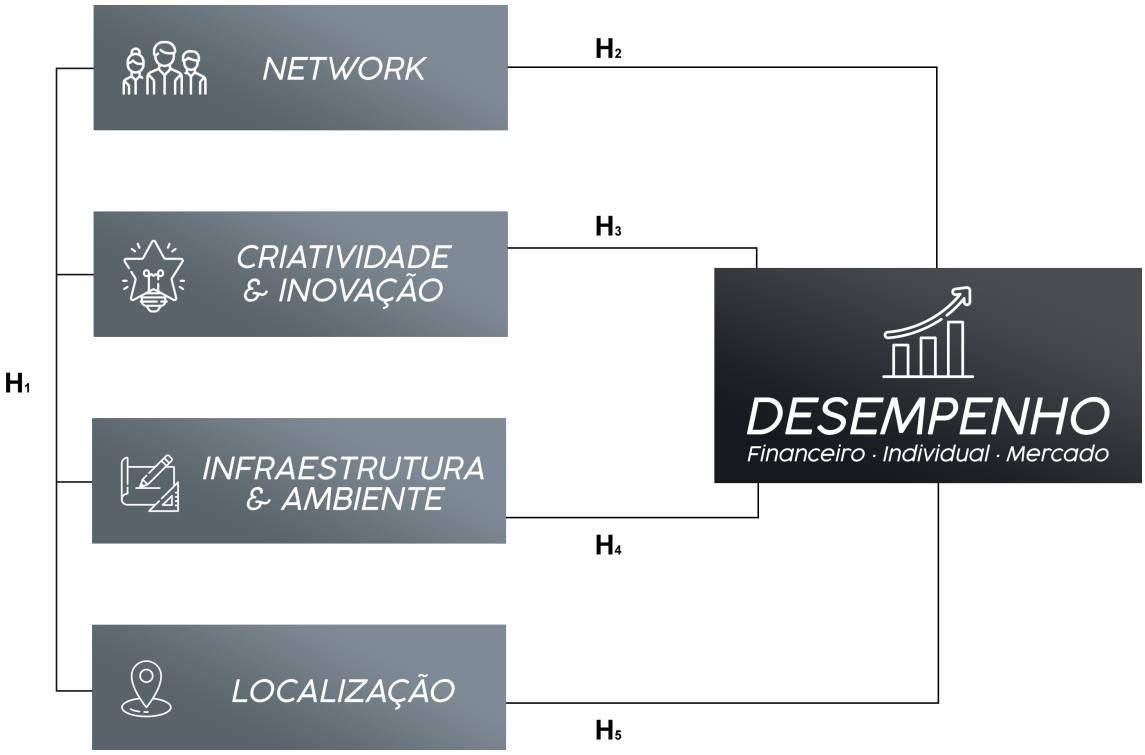
H_{5B}: A localização dos ambientes de *coworking* está associada positivamente ao desempenho de mercado dos negócios

H_{5C}: A localização dos ambientes de *coworking* está associada a positivamente o desempenho individual dos usuários

2.5. Esquema conceitual para o referencial teórico

A fim de estabelecer uma conexão entre os conceitos abordados na fundamentação teórica, propõe-se o *framework* conceitual esquematizado na Figura 12. A inclusão deste esquema atende perspectiva teórica proposta por Pettigrew (1987), que descreve uma abordagem de pesquisa envolvendo a ligação entre a teoria utilizada e os múltiplos processos de análise observados. O *framework* também é necessário pelas razões apontadas por Van de Ven e Johnson (2006), afirmando que desconexões entre conceitos teóricos, a condução da pesquisa e a prática podem prejudicar a aplicabilidade dos resultados e, consequentemente a relevância da pesquisa.

Figura 12. Framework conceitual



Fonte: elaboração própria, 2020.

A conexão dos conceitos pode ser feita a partir das informações encontradas na revisão sistemática de literatura, as quais permitem compreender o ambiente de

coworking como um espaço propício para a formação de *network* (BILANDZIC; FOTH, 2013; FUZI, 2015; SEO *et al.*, 2017; HOENDERVANGER *et al.*, 2018; MUZZIO, 2019). As relações formadas dentro dos *coworkings* possuem potencial para aprendizagem, fomento de *insights* criativos, compartilhamento de conhecimento tácito e desenvolvimento de ideias (BILANDZIC; FOTH, 2013; SOUZA *et al.,* 2015; SÉRGIO; GONÇALVES, 2017; PEREIRA, 2018). Para fins de pesquisa, a representação de H_1 na Figura 12 propõe a associação bivariada entre cada um dos aspectos característicos relacionados às capacidades empreendedoras. Não apenas o potencial de *network,* mas também o potencial de criatividade e inovação, a infraestrutura e o ambiente, além da localização, que propicia a redução de risco individual, custos e pode aproximar o trabalho dos usuários de clientes e profissionais correlatos (SPINUZZI, 2012; CAPDEVILA, 2013; 2014; SOARES; SALTORATTO, 2015; UDA; ABE, 2016).

A partir disso, pode-se perceber que as características comuns em espaços de *coworking* têm o potencial de também estarem associadas ao desempenho dos negócios localizados nesses ambientes (NAKAO, 2017). Pelas informações levantadas e pelos critérios de mensuração do desempenho utilizados na pesquisa (VENKATRAMAN; RAMANUJAM, 1986; SHOHAM, 1998; KAPLAN; NORTON, 2001; CARNEIRO *et al.,* 2005; MACIEL *et al.,* 2008; OLIVEIRA, 2015), será possível investigar a associação entre os aspectos relacionados nesse *framework*.

Assim, considerando os objetivos desta dissertação e utilizando como base os preceitos teóricos levantados, o capítulo a seguir é dedicado a detalhar os procedimentos metodológicos utilizados para a investigação, coleta e análise dos dados. Essas seções viabilizam a compreensão das estimativas de associações com base nos estudos provenientes da literatura (CRESWELL, 2010), assim como o caminho metodológico utilizado para mostrar essas influências aqui apresentadas, com o intuito de atingir os objetivos específicos estipulados (MINAYO, 2009).

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Os capítulos anteriores abordaram aspectos que referenciam o objetivo geral deste trabalho, contribuindo para a compreensão do cenário comum aos espaços de *coworking,* suas características, as compreensões trazidas pela literatura sobre a mensuração do desempenho organizacional, além das consideração sobre o atual panorama de negócios no Brasil e as hipóteses de pesquisa. Neste capítulo são descritos os procedimentos metodológicos utilizados para a investigação do problema de pesquisa.

3.1. Delineamento da pesquisa

A partir da definição dos objetivos gerais e específicos da presente dissertação, essa pesquisa pode ser classificada, quanto à natureza de suas variáveis, como quantitativa e, quanto aos seus objetivos, como exploratória e descritiva do tipo *ex-post facto* (KÖCHE, 2011).

Os métodos tipicamente quantitativos são caracterizados pelo emprego da quantificação e padronização na coleta de informações e tratamento dos dados (FLICK, 2013; RICHARDSON, 2015), trabalhando técnicas estatísticas das mais simples (percentual, média, desvio-padrão) às mais complexas (correlação, regressão, etc.) (SAUNDERS *et al.*, 2009; RICHARDSON, 2015). A pesquisa quantitativa representa um meio de garantir a precisão dos resultados, deixando de lado imprecisões e distorções provocadas pela visão do pesquisador (RICHARDSON, 2015). Para isso, reduz-se observações e medidas empíricas a números, transformando-as em dados objetivos a fim de testar uma teoria com certo grau de confiabilidade e viabilidade (CRESWELL, 2010).

A pesquisa exploratória tem o objetivo de proporcionar informação, compreensão, aprimorar ideias e descobrir instituições que ainda não apresentam um sistema de teorias e conhecimentos desenvolvidos (MALHOTRA, 2008; SAUNDERS *et al.,* 2009; KÖCHE, 2011). Marconi e Lakatos (2003) complementam que o estudo exploratório pode ser combinado ao descritivo quando há também o intuito de descrever características ou estabelecer relações entre duas ou mais variáveis de um dado fenômeno (GIL, 2008). Essa pesquisa também pode ser considerada como *ex-*

post facto por ser não-experimental, isto é, não haverá manipulação *a priori* das variáveis. A constatação da sua manifestação acontecerá *a posteriori* (KÖCHE, 2011).

Com esses direcionamentos definidos, a Figura 13 resume todas as etapas da pesquisa e as técnicas, fontes e recursos utilizados para obtenção dos resultados esperados. A conjunção dessas conclusões formará a análise que comporá o objetivo geral, portanto, descobrindo como as características de *coworkings* estão associadas ao desempenho de negócios recifenses no mercado.

Figura 13. Resumo das etapas de pesquisa

Objetivo Geral:			
Analisar as associações entre as características do *coworking* e o desempenho de negócios na cidade do Recife.			
Etapas	**1**	**2**	**3**
Objetivos Específicos	Descrever o perfil dos negócios localizados em ambientes de *coworking* na cidade do Recife, de acordo com a amostra pesquisada	Analisar as principais características encontradas nos ambientes de *coworking* (*network*, criatividade/ inovação, infraestrutura/ ambiente e localização)	Analisar as associações que podem ser percebidas entre as principais características dos *coworkings*.
Objeto de estudo	**Unidade de Análise**	Negócios presentes em ambientes de *coworking*	
	Unidade de observação	Empreendedores, sócios ou funcionários que exerçam cargo de gestão	
Fontes de informação	Pesquisa de campo		
Técnica para coleta de dados	Aplicação de formulário tipo *survey*		
Análise dos dados	Estatística descritiva	Correlação de Spearman	Análise fatorial e correlação de Pearson

Fonte: elaboração própria, 2020.

Nas seções a seguir são apresentados os passos seguidos durante a realização da pesquisa: a revisão sistemática de literatura, a definição de população e amostra, os métodos de coleta e análises de dados e, por fim, a indicação das limitações metodológicas presentes neste estudo.

3.2. Revisão Sistemática de Literatura (RSL)

De acordo com o processo de pesquisa de Babbie (2009), o ponto de partida se dá pela revisão da literatura existente sobre o tema central desta dissertação, que são os ambientes de *coworking*. No intuito de documentar a compreensão teórica da pesquisa, foi realizada uma Revisão Sistemática de Literatura (RSL), a fim de mapear as principais características e operacionalizar seus construtos mais importantes encontrados nos ambientes de *coworking*. Flick (2013) ressalta que a RSL é requerida para a pesquisa quantitativa, abrangendo a literatura teoricamente relevante e a visão geral sobre os métodos de pesquisa utilizados nesses estudos.

A RSL consiste em identificar estudos sobre um tema em questão, utilizando métodos sistematizados de busca, avaliação da qualidade e viabilidade dos estudos encontrados (DE-LA-TORRE-UGARTE-GUANILO *et al.*, 2011). Sampaio e Mancini (2007) destacam que a RSL é um método que viabiliza um resumo de todos os estudos sobre determinada intervenção, permitindo incorporar um maior espectro de resultados relevantes, e evita a limitação das conclusões à leitura de alguns trabalhos.

Assim, para operacionalizar a revisão, utilizou-se como base a descrição geral apresentada por Sampaio e Mancini (2007) somada à estrutura trazida por Gerber *et al.* (2013). O trabalho realizado por estes autores adaptou um procedimento de localização e busca de artigos que pode ser utilizado também para o passo a passo de RSL, acompanhando as seguintes etapas: 1. parâmetros gerais da pesquisa; 2. recursos de apoio; 3. índices de busca; 4. refinamento preliminar; 5. refinamento avançado; 6. refinamento específico de títulos e resumos; 7. refinamento específico de textos completos; 8. base de trabalhos científicos.

A primeira etapa consiste em definir o objetivo, locais de busca, tipo de publicações e mídia (GERBER *et al.*, 2013), sendo realizada a partir da elaboração do protocolo da RSL (ver Apêndice 1) e a seleção das bases de dados para a realização das buscas. Assim, foram realizadas buscas por artigos científicos publicados nas bases *Web of Science, ProQuest, Science Direct, Scopus, Scielo* e *Spell*, também tendo sido realizadas buscas na base do SSRN, que é um repositório online de pesquisas acadêmicas ainda não publicadas, com acesso aberto e disponível para a maioria dos artigos (ELSEVIER, 2020). A inclusão da SSRN no protocolo de pesquisa é consequência da RSL realizada por Nakao e Mussi (2018), que incluiram a base em

seu protocolo e trouxeram trabalhos importantes para a área, mesmo os que ainda não tinham sido publicados, mas que possuem relevância prática para a literatura. A Figura 14 resume os resultados do refinamento da pesquisa por base de dados:

Figura 14. Refinamento da RSL por base de dados

Base de dados	Busca Inicial	Refinamento preliminar	Extração
Web of Science	34	14	7
Scopus	22	1	0
Science Direct	134	7	3
ProQuest	69	16	4
SSRN	27	19	8
Scielo	0	-	-
Spell	0	-	-
Total	**286**	**57**	**22**

Fonte: elaboração própria, 2020.

O processo de elaborar o protocolo de RSL e de buscar, selecionar e extrair os trabalhos foi feito com o auxílio do software *StArt*. Conforme pontuam Hernandes *et al.* (2012), o *StArt* é um *software* gratuito (*freeware*) que fornece suporte às etapas do processo de RSL, que tradicionalmente exigem disciplina e organização, já que os pesquisadores realizam manualmente o trabalho de busca, seleção e refino. O *StArt* minimiza o processo laborioso, permitindo que os usuários realizem manualmente apenas as buscas na bases de dados. Após, é possível exportar os resultados da busca em formato *BibTex* e, então, importá-los pelo *software*, recurso capaz de diminuir a possível incidência de erros e desvios no processo.

Ao final da seleção, os 22 artigos selecionados foram lidos na íntegra, analisados e compuseram a base de trabalhos utilizada pela pesquisa e obtenção dos resultados. A partir desse processo, identificou-se na literatura o trabalho de Spinuzzi (2012), que por conta da grande quantidade de citações recebidas, pode ser considerado como um estudo de caráter relevante para o tema da pesquisa, incluso posteriormente entre os artigos lidos como "bola de neve", ou "*snowball*" (PETTICREW; ROBERTS, 2008). Ao final, totalizou-se, portanto, 23 artigos para leitura integral, emergindo 4 categorias de análise, como apresentadas na Figura 15.

Figura 15. Categorias de análise

Categoria	Definição operacional	Fundamentação	Vínculo com artigos da RS
Network	Estabelecimento de relações formais ou informais eficazes com pessoas-chave, tanto dentro quanto fora das organizações, proporcionando aos *coworkers* uma rede de compartilhamento de informações que seja capaz de prover melhorias nos seus resultados ou na sua carreira.	ROBBINS, 2005.	CAPDEVILA, 2014; 2015; FUZI, 2015 SOARES; SALTORATTO, 2015; GERDENITSCH et al., 2016 CASTILHO; QUANDT, 2017; SEO et al., 2017
Criatividade/ Inovação	Utilização da criatividade como recurso para gerar ideias, fomentar o uso de novas tecnologias, a liberdade de pensar fora da caixa, e a inovação para a fase seguinte de implementação das ideias para melhores procedimentos, práticas ou produtos.	BENDASSOLLI *et al.*, 2008; ANDERSON; POTOČNIK; ZHOU, 2014; CARVALHAL, MUZZIO; 2015.	CAPDEVILA, 2013; 2014; 2015; SOARES; SALTORATTO, 2015; UDA; ABE, 2016; CASTILHO; QUANDT, 2017; SEO *et al.*, 2017 BOUNCKEN, 2018
Infraestrutura/ Ambiente	Variações sobre a satisfação percebida a partir da influência do ambiente físico, arquitetônico e do contexto de trabalho encontrados em ambientes de *coworking*.	MARQUEZE; MORENO, 2005.	SPINUZZI, 2012; CAPDEVILA, 2014; UDA; ABE, 2016
Localização	Percepção dos empreendedores sobre a possibilidade de estarem localizados próximos uns dos outros, por estarem em uma microrregião capaz de potencializar os resultados ou por promover ganhos logísticos.	LEME, 1982; SICSÚ; CROCCO, 2003.	CAPDEVILA, 2013; 2014; WATERS-LYNCH; POTTS, 2017

Fonte: elaboração própria, 2020.

É importante destacar que, dentre os artigos obtidos pela RSL, apenas 2 deles foram provenientes da SSRN e não foram publicados em periódicos, que são do mesmo autor: Ignasi Capdevila (2013; 2014). Apesar de não terem ainda sido publicados em revistas de impacto, a qualidade e relevância dos dois trabalhos podem ser observadas na sua quantidade de citações, que estão entre as 6 obras mais referenciadas do autor conforme dados do *Google Scholar*, o que, além do próprio conteúdo, justifica a sua manutenção na pesquisa.

Por fim, a importância da RSL vai além da composição para o referencial teórico sobre *coworking*. Conforme Babbie (2009) e Flick (2013), as categorias analisadas na RSL também foram utilizadas como base para o estabelecimento da estrutura do *survey* aplicado junto aos participantes da pesquisa.

3.3. Definição da população e amostra

Para compor a população e a amostra que integrará a pesquisa, os participantes devem ser incluídos a partir de critérios condizentes com os propósitos, os objetivos e a problemática do estudo (MINAYO, 2009). Inicialmente, sob essa ótica, definiu-se como unidade de análise desta pesquisa os negócios presentes em ambientes de *coworking* na cidade do Recife. A unidade de observação que compôs a amostra foi formada pelos empreendedores(as), representados por seus proprietários, sócios(as) ou funcionários(as) que exerçam cargo de gestão, ou seja, integrantes que tenham informações suficientes para responder sobre a percepção de desempenho do negócio e que estejam localizados(as) em *coworkings*. Em seguida, como definição do método de amostragem, os participantes foram selecionados por meio de amostragem não-probabilística por conveniência, de acordo com a disponibilidade dos usuários nos *coworkings* (MALHOTRA, 2008; CRESWELL, 2010).

Para determinar o tamanho da amostra, foi feito um mapeamento da quantidade de ambientes de *coworking* localizados em Recife. A partir do trabalho de Silva, Pinho e Oliveira (2019) foi possível ter como base uma lista inicial de 36 *coworkings* localizados na Região Metropolitana do Recife. Considerando as características definidas para esta dissertação e as mudanças que costumam ocorrer com a inclusão de espaços inaugurados recentemente, trocas de gestão, de nome e fechamentos, os ajustes geraram um novo mapeamento, adequando os *coworkings* existentes às características necessárias para a inclusão na pesquisa. Após esse ajuste, 27 espaços de *coworking* foram localizados em Recife. Desses 27, 20 foram visitados, momento em que foi solicitada a participação na coleta de dados. Ao final, 18 espaços foram incluídos e contaram com a participação de *coworkers* na pesquisa.

Quanto à população da amostra, é válido destacar que os *coworkings* foram consultados acerca da possibilidade de disponibilizar informações sobre o total de clientes que frequentavam os ambientes, no entanto não foi possível obter um número preciso. A principal justificativa foi a rotatividade de usuários: muitos utilizam *coworking* de forma avulsa ou alugam salas sob demanda, assim não seria possível considerar o cliente como um usuário assíduo ou que estivesse localizado no ambiente compartilhado. Por isso, de acordo com essa justificativa, seria inviável considerar a população de *coworkers* como o total de clientes cadastrados nos

sistemas de controle de acesso, pois muitos deles não representariam a população pesquisada.

De acordo com os dados mais recentes em Pernambuco obtidos pelo Censo *Coworking* Brasil (2018), uma rede de 904 usuários passam mensalmente pelos espaços para trabalhar e participar de eventos e reuniões. Apesar de ser o único dado disponível até então, esse número é apenas uma referência, com poucos efeitos práticos, visto que ele inclui usuários frequentes, não recorrentes e participantes de eventos, cenário que certamente mudou de 2017 até 2020 com o aumento do número de *coworkings* em Recife.

Por estas razões, diante da imprecisão dos dados secundários do Censo, da impossibilidade dos *coworkings* disponibilizarem um número exato de clientes, e pelo fato da pesquisa ter contado com um tipo de amostragem não probabilística, não foi possível definir um número que representasse o universo de pesquisa.

Apesar da ausência desse parâmetro, foram distribuídos 153 formulários durante o processo de coleta. Desse número, 77 foram devolvidos, representando uma taxa de resposta de 50,32%. Segundo Malhotra (2008), as taxas de respostas médias para questionários aplicados pessoalmente é de 81,7%, enquanto as entregues é de 47,3%. Na prática, parte dos formulários foram preenchidos presencialmente, enquanto outros foram entregues ao próprio *coworking,* que se encarregou de aplicar (ver seção 3.4.3), fazendo com que a taxa de resposta entre o intervalo sugerido pelo autor seja adequada para a pesquisa.

Apesar dos números apresentados, vale ressaltar que Hair *et al.* (1998) entendem que o pesquisador deve olhar não apenas a significância estatística dos dados, mas também seus efeitos práticos. A literatura em *coworking* ainda está em formação e poucos estudos têm como objeto a cidade do Recife e sua região metropolitana. Considerando a dificuldade e as restrições encontradas para obter dados universais junto aos espaços de *coworking* e a imprecisão na distinção populacional trazida pelo Censo *Coworking* Brasil (2018), entende-se que esta pesquisa, realizada com uma amostra de 77 participantes, para uma área em formação de conhecimento acadêmico, tenha potencial para trazer contribuições teóricas e práticas para a compreensão das associações propostas por este trabalho.

3.4. Método de coleta de dados

Para esta dissertação, a coleta de informações foi feita a partir da teoria levantada na RSL e operacionalizada em *survey* com escala do tipo Likert com 5 pontos, variando entre discordo totalmente e concordo totalmente (FLICK, 2013). Esse tipo de questionário é uma das técnicas de investigação e coleta de dados primários em que os participantes devem responder a uma série de questões apresentadas, no intuito de obter informações e observar características de um indivíduo ou grupo (GRAY, 2012; RICHARDSON, 2015).

Nessa etapa da pesquisa, a opção pela coleta de informações a partir do método de levantamento padronizado (questionários) se deu por suas vantagens inerentes: baixo custo, rápido influxo dos dados, redução de viés do entrevistador, rápida análise e codificação (GRAY, 2012; FLICK, 2013) e por ser o melhor método para coletar dados originais para descrever uma população grande demais para ser observada diretamente (BABBIE, 2009). Esse tipo de formulário é composto por perguntas ou afirmações que apresentam categorias ou alternativas de respostas fixas pré-estabelecidas e padronizadas (RICHARDSON, 2015), possibilitando a comparação de respostas entre todos os participantes (FLICK, 2013).

3.4.1. Validade de confiabilidade do método

Creswell (2010) orienta que o pesquisador deve relatar os esforços para estabelecer a validade e a confiabilidade do instrumento de pesquisa utilizado. O autor levanta três critérios essenciais para identificar a validade: 1. conteúdo; 2. prevenção; 3. construção.

A validade de conteúdo pôde ser obtida através do processo de formulação dos questionário que, após a realização da RSL e à luz de seus resultados, foram extraídos 84 possíveis variáveis para a formulação do questionários. A primeira versão com esses itens foi submetida à análise de dois especialistas na área, trazendo contribuições relevantes para a redução da quantidade de itens de 84 para 42, formando assim a versão preliminar do questionário de pesquisa (antes do pré-teste).

A validade de prevenção e de construção foram obtidas a partir da realização do pré-teste com 5 *coworkers* em um dos espaços que ofereceram apoio à realização da pesquisa. Eles foram presencialmente questionados quanto à clareza das

questões, dificuldade em responder, tempo de preenchimento e potenciais dúvidas que podem surgir durante o processo. Assim, foi possível identificar a necessidade de incluir itens específicos sobre o perfil das empresas/empreendedores, passando a considerar também os autônomos e profissionais liberais, além de melhorar a clareza na redação das variáveis. Essas considerações feitas ao pré-teste foram adaptadas ao questionário final e ajudaram a garantir um instrumento de pesquisa fidedigno, que prevê medida de critérios e gera dados com uma finalidade útil (CRESWELL, 2010). A versão final do questionário está disponível no Anexo 2.

Quanto à confiabilidade do método utilizado, Creswell (2010) recomenda a verificação da consistência interna a partir da resposta dos itens. Essa consistência foi identificada a partir do teste de Alfa de Cronbach, apontado nos resultados dessa dissertação. A princípio, ressalta-se a recomendação de Hair *et al.* (1998), em que o Alfa de Cronbach acima de 0,6 indica um padrão de resposta com confiabilidade adequada para pesquisas exploratórias.

3.4.2. Formulário de pesquisa

O instrumento de pesquisa foi composto inicialmente por uma seção de introdução à experiência dos *coworkers,* em que eles indicaram informações sobre: o ambiente que frequentam, o modo de utilização, a frequência de utilização e o motivo de escolha.

Em seguida, foram abordadas quatro categorias que representam os construtos relativos às principais características do *coworkings*: *network*, criatividade/inovação, infraestrutura/ambiente e localização. Pela natureza exploratória da pesquisa, as variáveis analisadas foram extraídas a partir do referencial teórico e dos estudos existentes acerca de ambientes compartilhados. Nessa etapa, os participantes responderam as questões dispostas em escala Likert de 5 pontos. Na etapa seguinte, foi avaliado o grau de satisfação com relação às variáveis de desempenho.

Por fim, foi feita a identificação do perfil do negócio, a fim de obter o alinhamento entre a amostra e os critérios definidores de pequenos negócios pela quantidade de pessoal ocupado, com base no SEBRAE (2019), IBGE (2019), e do faturamento, de acordo com o Simples Nacional (2020). Para essa etapa, os

participantes responderam questões em lista, de acordo com o enquadramento de seu negócio nas definições estabelecidas pelos órgãos.

3.4.3. Processo de coleta de dados

Inicialmente, procurou-se realizar o contato virtual, solicitando via e-mail a todos os 27 espaços de *coworking* mapeados pelos pesquisadores, porém, após a ausência de respostas, optou-se pelo contato telefônico, informando às equipes de atendimento o envio do e-mail e a realização da pesquisa.

Após os contatos e uma nova ausência de retorno, optou-se então pela impressão física dos *surveys* e a comunicação presencial com os ambientes de *coworking.* Dessa forma, foi possível facilitar a compreensão do estudo, sendo disponibilizados os contatos necessários do pesquisador, uma carta de solicitação e os objetivos do trabalho (ver Anexo 1).

Com autorização dos *coworkings,* parte dos formulários foram deixados na recepção dos espaços e disponibilizados aos participantes, enquanto outra parte foi entregue e coletada pessoalmente junto aos participantes da pesquisa que aceitaram integrar a amostra, tipo de contato direto que tende a induzir mais pessoas a responderem a pesquisa (GRAY, 2012).

Essa divisão foi necessária devido à algumas limitações impostas por alguns *coworkings,* que aceitaram participar, mas optaram por distribuir os formulários sem o intermédio do pesquisador. Ao final, foram coletados dados em 18 *coworkings,* com um total de 82 participantes, sendo 5 referentes ao pré-teste e 77 que compuseram o total da amostra analisada.

Os dados foram computados a partir do site OnlinePesquisa, que é gratuito para estudantes vinculados a uma Instituição de Ensino Superior, por meio de seu *e-mail* institucional. Após a coleta dos formulários físicos, os dados foram replicados integralmente no formulário virtual presente no site, facilitando a exportação dos dados para o formato .XLSX (padrão utilizado pelo *Microsoft Excel* e compatível com o SPSS®).

3.5. Análise de dados

O processo de análise de dados consiste em extrair sentido daquilo que foi coletado, envolvendo a preparação das informações para avaliação, condução de análises, aprofundamento no entendimento, representação e a interpretação do seu significado mais amplo (CRESWELL, 2010).

De acordo com Hair *et al.* (1998), nessa etapa, são examinados os coeficientes estimados para cada variável estatística a partir dos resultados obtidos com o tratamento dos dados. Para auxiliar esse tratamento, foi utilizado o SPSS® (*Statistical Package for the Social Sciences*). O SPSS® é um *software* proprietário, desenvolvido pela IBM para aplicações estatísticas de diversos níveis de complexidade, sendo considerada uma das ferramentas mais completas para esse fim (VIDAL, 2016). Seu pacote estatístico foi utilizado na versão 21.0, sob o número de série 10101121304, sendo essencial para o adequado tratamento dos dados e a obtenção das conclusões de pesquisa.

Para atingir os objetivos desta dissertação, realizou-se inicialmente a estatística descritiva das variáveis e a determinação do perfil da amostra, dados que foram expostos de acordo com as definições de Triola (1999). Após, seguiu-se com a análise de correlação entre as variáveis de cada construto: *network,* criatividade/inovação, infraestrutura/ambiente e localização e com a análise fatorial exploratória (AFE) das variáveis coletadas. Ao final, foi feita a última análise de Correlação, dessa vez entre os fatores gerados pela redução dos dados, no intuito de verificar a associação entre as características.

3.5.1. Análise univariada dos dados: estatística descritiva

A análise univariada dos dados é o método quantitativo de análise mais simples, pois envolve a descrição e distribuição de atributos em uma única variável, compreendendo as medidas de tendência central e as frequências relativas e acumuladas (TRIOLA, 1999; LEVINE *et al.,* 2000; BABBIE, 2009). Freund (2006) também destaca que esse tipo de análise é caracterizada pela apresentação dos dados de forma resumida sem procurar inferir qualquer coisa que vá além dos próprios dados.

Inicialmente os dados sobre o perfil dos respondentes foram descritos e analisados a partir da distribuição de frequências. Conforme as orientações de Triola (1999), essa distribuição é importante principalmente para identificar a natureza da distribuição dos dados e facilitar a sua visualização. Para esta dissertação, optou-se pela apresentação dos dados em tabelas com a indicação porcentagem relativa e acumulada para cada um dos componentes de perfil da amostra.

Em seguida, observam-se as propriedades estatísticas das variáveis referentes às características dos *coworkings*, apresentadas considerando as medidas de tendência central. Essas medidas são necessárias pois a maioria dos dados apresenta uma tendência de se agrupar em torno de um ponto, possibilitando a seleção de um valor típico para descrever todo o conjunto (LEVINE *et al.,* 2000). Assim serão incluídas informações sobre a média e desvio padrão por variável.

Além das medidas de tendência central, também está incluída na pesquisa a descrição das medidas de variação, representada pelo desvio padrão, e de forma, medida pelos números de assimetria e curtose (LEVINE *et al.,* 2000; MALHOTRA, 2008; BABBIE, 2009). Esses indicadores são importantes para verificar se os dados seguem uma distribuição normal, esta que não pode ser percebida, em sua maioria , pelos dados obtidos. Conforme será abordado no próximo capítulo, as variáveis de desempenho são as que apresentaram maior incidência da distribuição normal, já que 7 (sete) das 12 variáveis podem ser consideradas como distribuídas normalmente, conforme Hair *et al.* (1998). Entre as demais categorias características, apenas *network* apresentou 3 (três) variáveis com distribuição normal, o que justifica a utilização de testes não-paramétricos para esta etapa de análise de dados.

Por fim, vale ressaltar que, na pesquisa científica, é comum ocorrer o fenômeno dos *missing values* (ou apenas *missings*), que ocorre quando o participante não preenche todo o formulário ou marca a opção “não sei/não se aplica” (BABBIE, 2009), situação que exige um tratamento adequado dos dados. O autor afirma que a escolha de um tratamento para os *missings* vai depender do contexto da pesquisa, visto que a exclusão das variáveis ou das respostas que contém essas lacunas pode enviesar ou prejudicar a representatividade dos resultados. No caso deste trabalho, optou-se pela remoção apenas das questões não respondidas, mantendo na análise as que foram preenchidas adequadamente, visto que o percentual de *missings* para cada

variável não ultrapassou 5,19% e que a exclusão de respostas poderia prejudicar o número final da amostra e, consequentemente, os resultados.

3.5.2. Análise multivariada dos dados: análise fatorial

A utilização da análise multivariada é importante para este trabalho porque, dentre as características principais de ambientes de *coworking* (*network,* criatividade/inovação, infraestrutura/ambiente e localização) e de desempenho organizacional, é possível encontrar uma série de variáveis que formam seus componentes. Assim, para viabilizar a sua utilização, foi feita uma análise fatorial, procedimento que possibilita a compilação dos dados em um número muito menor de dimensões latentes, chamadas fatores. A análise fatorial tem o intuito de resumir e reduzir os dados, formando um conjunto menor de variáveis quando comparado ao originalmente coletado (HAIR *et al.*, 1998; MINGOTI, 2005; MALHOTRA, 2008).

Esse procedimento determina quais variáveis pertencem a seus respectivos fatores e seu grau de explicação, reduzindo substancialmente os problemas associados a um grande número de variáveis (HAIR *et al.*, 1998; VICINI, 2005). A redução dos dados é feita com base nas cargas fatoriais recomendadas por Hair *et al.* (1998). Os autores definem que a carga fatorial mínima significativa para uma amostra de 70 participantes deve ser igual ou maior que 0,65. Como a amostra coletada possui um total de 77 participantes, optou-se por flexibilizar o número recomendado, já que apenas 5 variáveis geraram cargas abaixo de 0,65 (ver N2, N10, I2, I9 e D11 em Análise Fatorial). Manter essas variáveis evita que dados importantes precisassem ser excluídos da análise, caso fosse adotado um alto grau de rigor no seu tratamento. Ressalta-se, assim, a importância acadêmica do trabalho ao invés da mera conformidade numérica.

Também vale destacar que, pelo fato de a literatura em *coworking* ainda se encontrar em formação, esta pesquisa utilizou-se de análise fatorial do tipo exploratória (AFE), adequada para os casos em que o pesquisador possui pouco ou nenhum conhecimento sobre a estrutura latente por trás do conjunto de indicadores pesquisados (BIDO *et al.,* 2018). A AFE é um contraponto ao tipo confirmatório de análise (AFC), indicado para o estudo de fenômenos que tenham a teoria consolidada (BIDO *et al.,* 2018).

O processo de análise foi feito principalmente com base nas orientações de Hair *et al.* (1998) e Malhotra (2008). A Figura 16 mostra as etapas seguidas por esta pesquisa para a realização da análise fatorial. É possível observar que a primeira etapa trata do levantamento do problema, definido pelo objetivo e perguntas de pesquisa (ver Figura 13). As etapas seguintes são abordadas nas próximas seções.

Figura 16. Etapas de análise fatorial

Nº	Etapa	Descrição
1	Levantar o problema	Objetivos de pesquisa.
2	Elaborar uma matriz de correlação	Correlação de Spearman; Alfa de Cronbach; teste de esfericidade de Bartlett; teste KMO.
3	Determinar o método de extração dos fatores	Análise dos componentes principais.
4	Determinar o número de fatores	Critério da raiz latente.
5	Rotacionar os fatores	Critério *Varimax.*
6	Interpretar os fatores	Significância p>0,60 para amostras com n>70.
7	Determinar associações entre características e desempenho	Correlação de Pearson entre os fatores característicos e de desempenho.

Fonte: adaptado de Hair et al. (1998) e Malhotra (2008).

Com a conclusão dessas etapas, faz-se necessário detalhar como foram os procedimentos de análise com as técnicas de correlação utilizadas.

3.5.3. Análise de correlação

A utilização das técnicas de correlação foi essencial para este trabalho em 3 momentos: 1. elaborar a matriz de correlação entre as variáveis; 2. determinar as correlações entre o modelo fatorial; 3. verificar as associações entre as características de *coworkings* com o desempenho organizacional.

Antes, vale destacar que a correlação procura determinar se há, entre duas variáveis, algum tipo de relacionamento (TRIOLA, 1999), possibilitando observar se as variáveis são independentes ou associadas. O coeficiente de correlação (*r)* é caracterizado por Freund (2006) e Malhotra (2008) como um valor que varia entre -1 e +1, sendo que o sinal positivo representa uma relação positiva entre as variáveis. Quando o valor está próximo de 0, conclui-se que não há correlação linear significativa entre as variáveis (TRIOLA, 1999).

No primeiro momento foi elaborada a matriz de correlações, a fim de resumir a força das associações encontradas (MALHOTRA, 2008) e verificar a existência de multicolinearidade e, assim, justificar a aplicação da análise fatorial. Conforme Hair *et al.* (1998), a análise foi considerada apropriada pela existência de um número significativo de coeficientes acima de 0,3. Como a amostra não possui normalidade em sua distribuição, conforme a apresentação dos indicadores de assimetria, curtose e do teste Kolmogorov-Smirnov, utilizou-se o coeficiente ρ de Spearman, adequado para amostras não-normais (BAUER, 2007).

Em seguida, foram determinados os graus de correlação de Pearson (r) para as os fatores gerados em cada construto. Essa etapa é determinada por Malhotra (2008) ao afirmar que as correlações entre as variáveis podem ser deduzidas ou reproduzidas a partir das associações calculadas entre as variáveis primárias e os fatores que foram gerados a partir delas.

O coeficiente de correlação de Pearson foi igualmente utilizado para a última etapa da pesquisa, que determinará os graus de associação entre os fatores de cada construto, inclusive sobre o desempenho, finalizando a aplicação dos métodos para análise dos dados. Dessa forma, espera-se atingir os objetivos geral e específicos pretendidos por essa dissertação com a comparação entre as hipóteses estipuladas e os resultados obtidos.

3.6. Limitações metodológicas

Conforme Creswell (2010), é comum que os trabalhos científicos apresentem pontos fracos e limitações em termos de procedimentos metodológicos. No caso deste trabalho, entende-se que pode haver diferenças de média entre respondentes de diferentes ambientes de *coworking*, visto que cada local possui suas particularidades, pontos fortes e fracos que podem ser levados em consideração por cada usuário.

De acordo com Field (2009), o teste-t é a provação ideal para identificar diferenças de média significativas entre grupos. No entanto, essa verificação se tornou inviável pelo número de combinações existentes entre os 18 *coworkings* que tiveram usuários participantes. Há também um impasse causado pela diferença numérica da quantidade de participantes em cada *coworking*, pois alguns ambientes tiveram números mais altos de resposta (de 8 a 12 participantes), enquanto outros, mais baixos (1 a 4). Dessa forma, o trabalho seria inviabilizado por conta de diferentes

perspectivas que não condizem com o princípio de entender o *coworking* a partir de suas características comuns.

Indo além, é possível que mais fatores causem diferenças significativas na média das respostas, como a frequência de uso (planos mensais, horas avulsas, entre outros), o modo de utilização (salas, mesas compartilhadas ou ambos) ou até mesmo pela possibilidade do usuário ser frequentador de mais de um *coworking*. Dentro dessa perspectiva, foi realizado o teste-t para o modo de utilização (ver seção detalhamento das variáveis características), mas é preciso reconhecer a possibilidade de haver diferenças de média a partir dos demais padrões de posicionamento dos usuários.

Por fim, limitações podem ser observadas também na comparação do número de respondentes com o de variáveis e de fatores, conforme Hair *et al.* (1998). Apesar dos números atuais não inviabilizarem os resultados da pesquisa, é importante reconhecer que uma amostra do tipo probabilística maior traria a possibilidade de conclusões mais contundentes sobre os objetivos e hipóteses de pesquisa, fazendo com que características da amostra utilizada confiram limitações a este trabalho.

4. ANÁLISE DOS RESULTADOS

Após o detalhamento dos procedimentos metodológicos, apresentam-se os resultados obtidos pela pesquisa. Inicialmente foi feita o detalhamento do perfil da amostra, a fim de descrever as características dos participantes. Em seguida, foram apresentadas as propriedades psicométricas das variáveis, seguida pelos testes de confiabilidade e adequação da amostra. Esta etapa é encerrada com a análise fatorial e a análise das correlações entre os fatores característicos e o desempenho, quando serão avaliadas as hipóteses levantadas na seção 2.4. No capítulo seguinte, são apresentadas as conclusões e inferências do estudo.

4.1. Descrição do perfil da amostra

Para descrever o perfil da amostra, utilizou-se basicamente de estatística descritiva, conforme Freund (2006), que argumenta a favor da concisão dos dados, desde que resuma de forma fidedigna o conjunto a ser estudado. No contexto desta seção, os dados foram coletados a partir de uma seção específica sobre o perfil dos usuários e seu comportamento como usuário de *coworking*, incluídas no questionário de pesquisa (ver Anexo 2). Essa etapa é importante para conhecer o perfil da amostra e para validar a aplicabilidade deste trabalho quando comparada aos demais (BRITO NETO *et al.,* 2014).

4.1.1. Porte das empresas em *coworking*

No que tange à identificação do porte das empresas em *coworking,* considerou-se os critérios de faturamento (SIMPLES NACIONAL, 2020) e de pessoal ocupado (IBGE, 2019; SEBRAE, 2019). Pelo primeiro critério, dentre os 77 respondentes, 44,16% se enquadram na primeira faixa de faturamento (receita de até 81 mil reais/ano). Nessa faixa encontra-se a maior parte de negócios individuais e profissionais autônomos, visto que é o faturamento limite para ser MEI. A faixa de faturamento seguinte, de 81 a 360 mil reais/ano, conta com 33,77% dos respondentes e 12,99% faturam de 360 mil a 4,8 milhões de reais/ano. Esses números representam 90,91% do total dos negócios que participaram da pesquisa, indicando que a maioria dos negócios em *coworkings* são micro ou pequenas empresas pelo critério do faturamento.

Pelo critério de pessoal ocupado, 32,47% são negócios individuais, 51,95% têm até 9 funcionários e 10,39% têm de 10 a 49 funcionários. Nenhuma empresa indicou ter mais que 50 funcionários, o que, conforme o critério do SEBRAE (2019), indica que não há nenhuma média ou grande empresa na amostra coletada (Tabela 1). Esses números estão alinhados ao do Censo *Coworking* Brasil (2019), o qual indica que apenas 1% das organizações em *coworking* por todo o Brasil têm mais de 12 funcionários. Assim, fica claro que a maior parte dos negócios que utilizam ambientes compartilhados, independente do critério de classificação, é uma MPE.

Tabela 1. Porte das empresas pelos critérios de faturamento e pessoal ocupado

Faturamento				Pessoal ocupado			
Faixa	**#**	**%**	**% ac[1]**	**Faixa**	**#**	**%**	**% ac[1]**
Até 81 mil reais/ano	34	44,16%	44,16%	**Negócio individual**	25	32,47%	32,47%
De 81 a 360 mil reais/ano	26	33,77%	77,92%	**Até 9 funcionários**	40	51,95%	84,42%
De 360 mil a 4,8 milhões de reais/ano	10	12,99%	90,91%	**De 10 a 49 funcionários**	8	10,39%	94,81%
Acima de 4,8 milhões de reais/ano	1	1,30%	92,21%	**Mais de 50 funcionários**	0	0,00%	94,81%
Não Informado	6	7,79%	100,00%	***Não Informado***	4	5,19%	100,00%
Total	77	100%		**Total**	77	100%	

[1] Porcentagem acumulada

4.1.2. Áreas de atuação

Quanto à área de atuação dos respondentes da pesquisa, identificou-se que a maioria dos negócios em *coworking* atuam no setor de serviços (87,01% dos respondentes). Esse dado está de acordo com o Censo *Coworking* Brasil (2018), que em seu estudo detalhado mostra que a maior parte dos usuários atuam com serviços (marketing, tecnologia, consultoria, *coaching,* arquitetura, *design*, entre outros). No mais, 3,90% dos respondentes atuam com comércio, 5,19% trabalham com ambos e apenas 1,30% atua com indústria (Tabela 2).

Esses números podem ser explicados pelas características e o próprio modelo de negócio dos *coworkings*. O compartilhamento de mesas, estações de trabalho, planos de utilização por tempo de uso (SPINUZZI, 2012; SEO *et al.*, 2017) e a pouca estrutura para viabilizar a exposição e venda de produtos fazem com que o modelo compartilhado de trabalho seja mais ajustável a serviços.

Tabela 2. Área de atuação das empresas em *coworking*

Área de atuação	#	%	% ac[1]
Serviços	67	87,01%	87,01%
Comércio	3	3,90%	90,91%
Comércio e Serviços	4	5,19%	96,10%
Indústria	1	1,30%	97,40%
Não informado	2	2,60%	100,00%
Total	77	100%	

[1] Porcentagem acumulada

4.1.3. Formalização jurídica

Durante a coleta de dados, foi questionada a formalização dos negócios em *coworking*. Identificou-se que a maior parte da amostra coletada (57,14%) trabalha individualmente em *coworking*, ou seja, são autônomos, profissionais liberais ou microempreendedores individuais. Isso mostra que é mais comum que negócios compostos por uma pessoa frequentem *coworkings* para sair do isolamento, típico de trabalhos em escritórios próprios e *home office* (ver: SPINUZZI, 2012; CAPDEVILA, 2014; GANDINI, 2015).

Uma constatação importante foi a demanda dos respondentes por uma opção dentre as alternativas presentes no instrumento de pesquisa que não representasse formalização empresarial específica. Enquanto o questionário trouxe as formas jurídicas mais comuns para pequenos negócios (MEI, EIRELI, ME e EPP) e ainda contando com uma opção extra para indicar outro tipo de formalização fora do rol inicial, respondentes do pré-teste demandaram a inclusão de uma opção de profissional autônomo (pessoa física), que não representasse uma formalização jurídica existente. Por isso, após o pré-teste, foi incluída a opção para profissionais autônomos e liberais estarem representados sem indicar necessariamente uma formalização. O resultado disso foi a escolha por 28,57% da amostra, número que indica uma frequência relevante de profissionais que não têm seu registro formal, ressaltando a necessidade de orientação de parte da comunidade à compreender a importância e benefícios do estabelecimento da Pessoa Jurídica.

No mais, 27,27% são registrados como MEI, que é o tipo de formalização mais atrativa para negócios individuais, pois é feita *online*, simplifica o recolhimento de impostos (ISS e ICMS) e dá direito à cobertura previdenciária e assistencial do INSS (PORTAL DO EMPREENDEDOR, 2020). Uma outra modalidade de formalização individual é a Empresário Individual de Responsabilidade Limitada (EIRELI), que

também se destina a negócios individuais, mas tem a finalidade de formalizar negócios que faturam mais do que o limite do MEI. Apenas 1,30% é representada por essa categoria. Sobre as organizações maiores, 18,18% são Microempresa em sociedade limitada (LTDA) e 6,49% são Empresas de pequeno porte (EPP) (Tabela 3).

Tabela 3. Formalização das empresas em *coworking*

Forma Jurídica	#	%	% ac[1]
Autônomo(a)/Profissional Liberal	22	28,57%	28,57%
Microempreendedor Individual - MEI	21	27,27%	55,84%
Empresa Individual de Responsabilidade Limitada - EIRELI	1	1,30%	57,14%
Microempresa - LTDA	14	18,18%	75,32%
Empresa de Pequeno Porte - EPP	5	6,49%	81,82%
Outros	11	14,29%	96,10%
Não informado	3	3,90%	100,00%
Total	77	100%	

[1] Porcentagem acumulada

4.1.4. Informações dos respondentes

Dentre os respondentes, 28,57% são profissionais autônomos, não ocupando, necessariamente, um cargo. Ao somar o número de profissionais autônomos ao de empreendedores, têm-se um total de 51,95% do total da amostra, o que significa que o ambiente de *coworking* concentra um número grande de pessoas que têm um negócio próprio, mesmo que ele não seja individual, conforme disposto na Tabela 4. Os cargos de Direção, Coordenação e Gerência também são responsáveis por uma parcela relevante da amostra, possibilitando compreender que são pessoas subordinadas, mas que exercem controle ou gestão de algum departamento ou equipe localizada no *coworking*. Por fim, os funcionários que participaram da pesquisa formam uma minoria (6,49%). Apesar de não serem donos do negócio, as pessoas foram instruídas a participar da pesquisa com base nas próprias percepções sobre características do ambiente e seu desempenho.

Tabela 4. Cargos dos usuários de *coworking*

Cargo	#	%	% ac[1]
Autônomo(a)	22	28,57%	28,57%
Coordenador(a)	3	3,90%	32,47%
Diretor(a)	12	15,58%	48,05%
Gerente	8	10,39%	58,44%
Empreendedor(a)	18	23,38%	81,82%
Funcionário(a)	5	6,49%	88,31%
Não informado	9	11,69%	100,00%
Total	77	100%	

[1] Porcentagem acumulada

4.1.5. Origem do faturamento

Com a disseminação e popularização dos negócios *online* e plataformas digitais voltadas aos negócios (OKANO *et al.* 2020), foi questionado por qual meio os negócios em *coworking* têm mais capacidade de vendas. Constatou-se uma parcela ainda relevante da origem de faturamento *off-line* (22,08%), indicando que muitas das empresas ainda não se adaptaram completamente ao ambiente digital. No entanto há uma maioria significativa de negócios que faturam *online* e *off-line* (61,04%), o que pode significar uma maturidade em termos de abertura dos empreendedores ao ambiente digital, mas ainda sem abrir mão dos meios tradicionais de vender produtos e serviços.

Percebe-se que a soma do número de empresas que faturam *online* chega ao total de até 71,43% (representando o número de respondentes que selecionaram a opção *'online'* e 'ambos'), o que pode sustentar a tendência apontada por Okano *et al.* (2020) quando afirmam que os negócios virtuais são realidade e dificilmente deixarão de ser utilizados. As empresas que operam negócios tradicionais em *coworking* tendem a seguir essa perspectiva, como a Tabela 5 resume.

Tabela 5. Origem do faturamento de negócios em *coworking*

Origem	#	%	% ac[1]
Online	8	10,39%	10,39%
Offline	17	22,08%	32,47%
Ambos	47	61,04%	93,51%
Não informado	5	6,49%	100,00%
Total	77	100%	

[1] Porcentagem acumulada

4.1.6. Frequência na utilização dos espaços de *coworking*

A existência de planos de serviço variados para utilização do *coworking* justifica a rotatividade dos usuários no ambiente (NAKAO, 2017). Dessa forma, buscou-se identificar o nível da rotatividade dos *coworkers* em Recife, porém há certa estabilidade dos usuários nos locais que costumam frequentar. 84,42% da amostra alegou utilizar sempre o mesmo espaço de *coworking*, enquanto apenas 15,58% declararam frequentar mais de um espaço. Os motivos dessa estabilidade são diversos (ver Tabela 9) e os dados estão resumidos na Tabela 6.

Tabela 6. Frequência na utilização dos espaços de *coworking*

Frequência	#	%	% ac[1]

Sempre no mesmo espaço de *coworking*	65	84,42%	84,42%
Em mais de um espaço de *coworking*	12	15,58%	100,00%
Não informado	0	0,00%	100,00%
Total	77	100%	

[1] Porcentagem acumulada

4.1.7. Utilização dos serviços

O comportamento dos empreendedores na utilização dos serviços oferecidos pelos *coworkings* mostra-se variado. Apesar de haver uma clara preferência pelo ambiente compartilhado (49,35%), uma porcentagem relevante utiliza espaços privativos (31,17% apenas salas privativas e 16,88% ambos). Isso mostra que boa parte dos *coworkers* na amostra pesquisada ainda têm certa preferência pelo estilo de trabalho tradicional, em que você utiliza um espaço não compartilhado. No entanto nota-se uma diferença, que é a possibilidade de usufruir dos benefícios e características positivas que o *coworking* pode proporcionar (*network,* localização privilegiada, infraestrutura adequada, custos reduzidos, serviços complementares, entre outros) sem necessariamente compartilhar o espaço por todo o tempo de trabalho.

Por outro lado, a maior parte dos respondentes frequenta o ambiente compartilhado, indicando a percepção de valor que pode ser encontrada nesse tipo de ambiente (ver: SPINUZZI, 2012; CASTILHO; QUANDT, 2017; NAKAO, 2017; BOUNCKEN, 2018). Nesse sentido, percebe-se que a presença na utilização dos serviços aumenta quando se olha os períodos utilizados. Apenas 11,69% utilizam o *coworking* de forma avulsa (por dia ou hora). Os demais utilizam de forma frequente e contínua, sendo 58,44% mais de 120 horas por mês, o que significaria expedientes praticamente diários ao longo do mês. Os dados estão resumidos na Tabela 7.

Tabela 7. Serviços e períodos utilizados por usuários de *coworking*

Serviço	#	%	% ac[1]	Período	#	%	% ac[1]
Ambiente compartilhado	38	49,35%	49,35%	**Por hora avulsa**	4	5,19%	5,19%
Sala privativa	24	31,17%	80,52%	**Por dia avulso**	5	6,49%	11,69%
Ambos	13	16,88%	97,40%	**Até 60h/mês**	10	12,99%	24,68%
Outros	2	2,60%	100,00%	**De 61 a 120h/mês**	13	16,88%	41,56%
Não informado	0	0,00%	100,00%	**Acima de 120h/mês**	45	58,44%	100,00%
				Não informado	0	0,00%	100,00%
Total	77	100%			77	100%	

[1] Porcentagem acumulada

4.1.8. Momento do ingresso em *coworking*

Quanto ao momento em que os usuários ingressaram no ambiente de *coworking,* foi feita uma comparação entre o ano declarado de início do negócio e o ano em que foi feita a opção por ingressar no espaço. Percebeu-se que uma parte relevante dos empreendedores tomou essa decisão no mesmo ano em que o negócio foi criado (29,87%), podendo-se inferir que muitos dos negócios em *coworking* já nasceram em um formato ajustado para funcionar em ambiente compartilhado.

Também chama a atenção o número de negócios que ingressaram no *coworking* mais de quatro anos após a sua fundação (25,97%), quando o formato do ambiente ainda não era tão disseminado quanto é atualmente. Esses negócios provavelmente precisaram passar por adaptações para que pudessem ser viabilizados em um ambiente compartilhado.

Por fim, ressalta-se os 2,60% que já estavam em *coworking* antes de ser iniciado. Isso significa que o empreendedor ou funcionário já frequentava o local antes de iniciar seu negócio atual. Ainda que seja uma minoria, quando comparada ao tamanho da amostra coletada, esse dado é importante porque é capaz de revelar tendências de negócios que surgem dentro dos próprios espaços, como destacam Soares e Saltorato (2015), Uda e Abe (2015), Capdevila (2014; 2015) e Bouncken (2018).

Tabela 8. Ingresso em *coworking* x fundação da empresa

Ingresso no *coworking*	#	%	% ac[1]
Antes da fundação da empresa	2	2,60%	2,60%
No mesmo ano de fundação	23	29,87%	32,47%
Um ano após fundação	12	15,58%	48,05%
Dois anos após fundação	3	3,90%	51,95%
Três anos após fundação	5	6,49%	58,44%
Mais de quatro anos após fundação	20	25,97%	84,42%
Não informado	12	15,58%	100,00%
Total	77	100%	

[1] Porcentagem acumulada

4.1.9. Motivos de escolha do *coworking*

Quanto aos motivos que os usuários consideram para escolher o *coworking*, destacou-se a variedade de respostas, com uma distribuição equilibrada entre as quatro opções mais votadas: localização (31,17%), preço (25,97%) e infraestrutura (24,68%) foram as três opções mais escolhidas, enquanto o potencial de *networking*

(16,88%), considerado pela literatura como o principal valor do trabalho em *coworking* (MUZZIO, 2019), foi apenas o quarto motivo mais visado, conforme a Tabela 9.

Tabela 9. Principal motivo de escolha do *coworking*

Motivo	#	%	% ac[1]
Melhor localização	24	31,17%	31,17%
Melhor preço	20	25,97%	57,14%
Infraestrutura	19	24,68%	81,82%
Potencial de *networking*	13	16,88%	98,70%
Horário de funcionamento	1	1,30%	100,00%
Não informado	0	0,00%	100,00%
Total	77	100%	

[1] Porcentagem acumulada

Esses dados mostram que, pela amostra coletada, os aspectos tangíveis ainda possuem mais valor que os intangíveis proporcionados pelo potencial de *network* dos ambientes. O potencial de *network* com 16,88% das respostas também pode ser explicado pelo fato de alguns *coworkings* em Recife terem um baixo número de usuários frequentes, o que pode reduzir o impacto do *network* para os usuários, enquanto outros que são mais frequentados, com maior nível de interação ou focados em determinado nicho têm uma capacidade maior de atrair empreendedores pelo potencial de *network.* Os que não possuem um nível mais alto de frequência ou não tem um nicho definido atraem seus clientes pelos outros aspectos de preço, localização e infraestrutura.

Apenas 1,30% escolheu o *coworking* pelo horário de funcionamento. Esse percentual é referente ao único espaço que divulga funcionamento 24 horas por dia. Percebe-se que, para alguns usuários, há necessidade de ter o ambiente disponível de madrugada e aos finais de semana (o que não é disponibilizado pelos demais *coworkings* que participaram da coleta de dados).

4.1.10. Modo de utilização do *coworking*

Com relação ao modo que os usuários utilizam o espaço de *coworking*, é importante destacar o tamanho da amostra, composta por 77 *coworkers*, sendo que nem todos utilizam apenas os ambientes compartilhados. Conforme a Tabela 10, 49,4% da amostra alegou frequentar apenas o espaço compartilhado do *coworking,* 32,5% indicou utilizar sala privativa e 16,9%, ambos. Um único participante indicou

utilizar Escritório Virtual e Sala de Reunião, e, pelo baixo número, essa resposta precisou ser desconsiderada.

Tabela 10. Modo de utilização do *coworking*

Modo de utilização	#	%	% ac[1]
Ambiente compartilhado	38	49,4	49,4
Ambos	13	16,9	66,2
Sala Privativa	25	32,5	98,7
Escritório Virtual e Sala de Reunião	1	1,3	100,0
Total	77	100,0	

[1] Porcentagem acumulada

Pelas diferentes formas de utilização do espaço apresentadas ne amostra, foi necessário verificar se houve uma diferença significativa na média de respostas entre esses 3 grupos. De acordo com Field (2009), o teste-t independente é o método de investigação adequado para esse caso. O teste-t é utilizado em situações nas quais existem duas condições e, para cada uma delas, há diferentes participantes, sendo possível, assim, observar se há diferença significativa na média de resposta entre os dois grupos.

Com isso, o teste foi realizado no *software* SPSS® considerando as combinações dos 3 (três) grupos existentes na amostra ([1; 2], [1; 3] e [2; 3]). Seu resultado possibilitou a aceitação da hipótese nula (H_0) do teste-t independente: sendo $p > 0,05$, não havendo, portanto, diferença significativa entre as médias das amostras (FIELD, 2009), considerando o modo de utilização do espaço.

Aceitar essa hipótese também proporciona a análise integrada dos dados e a condução da análise fatorial exploratória, conforme as diretrizes apontadas na metodologia. A seção seguir apresentará o detalhamento das propriedades estatísticas das variáveis a partir do seu construto principal.

4.2. Detalhamento das variáveis características

Nesta seção são detalhadas as propriedades estatísticas das variáveis obtidas a partir da coleta de dados. As subseções a seguir abordam as quatro principais características dos *coworkings* (*network,* criatividade/inovação, infraestrutura/ambiente e localização) e os aspectos de desempenho organizacional, conforme a percepção dos participantes que compuseram a amostra.

Vale destacar que, com a análise das propriedades estatísticas das variáveis, é possível avaliar, identificar e corrigir incertezas devido a presença de dados suspeitos (ou *outliers*). Lapponi (2005) considera dado suspeito aquele que é extremamente diferente da maioria dos dados da amostra. Conforme orientação do autor, a presença de *outliers* sem causa aparente justifica a retirada da variável e o seu respectivo registro, o que será verificado ao longo desta seção.

4.2.1. *Network*

Analisando as estatísticas descritivas da categoria *network* (Tabela 11), percebe-se que a principal variável considerada pelos *coworkers* é o encontro entre profissionais de áreas diversas (N5), que apresentou o maior índice médio e o menor desvio padrão entre os participantes da pesquisa. Os números mostram que há um alto nível de concordância entre os usuários de que a co-localização com profissionais de áreas diferentes é benéfica para o desenvolvimento dos seus negócios. Seguindo esse resultado, a segunda maior média indicada é a percepção dos benefícios provenientes dessa convivência (N6), seguida pela formação de contatos profissionais (N1) e as conexões com pessoas novas (N10).

Em contrapartida, percebe-se que a existência de apoio entre os *coworkers* não é unanimidade, dado o menor índice médio da amostra para o construto *network*, além do desvio padrão ser o segundo mais elevado, indicando uma alta amplitude das respostas para essa variável. Esse dado difere de pesquisas realizadas em outros contextos como as de Fuzi (2015), Soares e Saltoratto (2015), Abe e Uda (2016) e Muzzio (2019), os quais indicam o *network* como um dos principais motivos de escolha do *coworking* e satisfação de seus usuários.

Em seguida, as semelhanças de valores e ideias (N7), interação com as mesmas empresas e usuários (N8) e trocas proporcionadas por novos contatos (N9) formam a sequência com menores médias e desvios padrão relativamente altos.

Apesar desses dados, pode-se observar que as médias de todas as variáveis estão acima da metade (2,5), o que mostra a tendência de a maioria dos usuários de *coworking* concordar com as afirmações trazidas pelo instrumento de pesquisa.

Tabela 11. Estatística descritiva - *Network*

	Network	**Média**	**Mediana**	**Desvio Padrão**
N1	Formação de contatos profissionais	4,43	5,00	,903

N2	Apoio entre *coworkers*	3,75	4,00	1,160
N3	Troca de conhecimentos	4,27	5,00	,995
N4	Disposição para conversas de negócios	4,36	5,00	,804
N5	Encontros entre profissionais de áreas diversas	4,72	5,00	,669
N6	Convivência com profissionais de áreas diversas	4,71	5,00	,813
N7	Semelhança de valores/ideias	3,81	4,00	1,004
N8	Interação com as mesmas empresas/usuários	3,85	4,00	,982
N9	Trocas proporcionadas por novos contatos	3,92	4,00	1,222
N10	Conexões com pessoas novas	4,36	5,00	1,067
N11	Compartilhamento de ideias sobre negócios	4,05	4,00	,992
N12	Interação entre usuários não apresentados	4,25	4,00	,940
N13	Criação de negócios entre *coworkers*	4,11	4,50	1,069

Em sequência, procedeu-se com a verificação da correlação bivariada entre as variáveis analisadas para o construto *network.* Essa etapa é importante visto que, caso uma variável apresente valores baixos de correlações com as demais, pode-se cogitar excluí-la da análise, já que variáveis estatisticamente independentes não contribuem para a construção de um fator comum (FERREIRA; HONGYU, 2018).

O teste de correlação utilizado foi o ρ de Spearman (BAUER, 2007; FIELD, 2009) justificada a partir da ausência de normalidade apresentada pelos valores de Assimetria e Curtose demonstrados na Tabela 13 e do teste K-S, na Tabela 33. Pode-se observar que, para o construto *network*, todos os valores negativos indicam curvas de assimetria à direita. Segundo Hair *et al.* (1998), a assimetria representa o grau de afastamento da média dos valores da mediana e da moda, gerando uma curvatura normal mais à esquerda (valores positivos) ou à direita (valores negativos). Os autores explicam que valores assimétricos fora do intervalo +1 ou -1 indicam uma distribuição substancialmente assimétrica. A Curtose indica o grau de achatamento da curva, no qual um valor positivo indica uma distribuição relativamente elevada e um valor negativo indica uma posição relativamente achatada.

Pode-se observar na matriz de correlação, Tabela 12, que a maior parte das variáveis possui uma associação significativa umas com as outras, com indicadores desejáveis entre 0,3 e 0,9 (FIELD, 2009; OLIVEIRA, 2015), com destaque para a correlação entre o estabelecimento de contatos profissionais e as trocas de conhecimento entre *coworkers* (0,632) e entre o compartilhamento de ideias sobre negócios e a disposição para conversas sobre negócios (0,636). Essas correlações serem significativas confirma as relações demonstradas por Capdevila (2014), Fuzi

(2015), Soares e Saltoratto (2015), Uda e Abe (2016), Castilho e Quandt (2017) e Bouncken (2018).

Percebe-se também que as variáveis possuem, em sua maioria, correlação significante umas com as outras, com exceção de duas: semelhança de valores e ideias (N7) e a interação com as mesmas empresas e usuários (N8). Essas variáveis se mostram pouco correlacionadas com as demais e aparentam não serem relevantes para a construção da análise fatorial. Diante disso e das indicações acerca da confiabilidade da escala (ver a seção confiabilidade e adequação da amostra), optou-se por retirar as duas variáveis da análise.

Tabela 12. Correlação de Spearman entre indicadores de *Network*

		Contatos	Apoio	Troca	Disposição	Áreas diversas	Conviver	Valores/ ideias	Interação	Novas trocas	Conxões	Compar tilham.	Não apresent.	Negócios entre si
Contatos profissionais	C	1,000												
	S	.												
Apoio	C	,567**	1,000											
	S	,000	.											
Troca de conhecimento	C	,632**	,559**	1,000										
	S	,000	,000	.										
Disposição	C	,335*	,395**	,522**	1,000									
	S	,012	,003	,000	.									
Áreas diversas	C	,360**	,262	,522**	,295*	1,000								
	S	,007	,054	,000	,029	.								
Conviver	C	,404**	,244	,446**	,346**	,426**	1,000							
	S	,002	,073	,001	,010	,001	.							
Valores/ideias	C	-,010	,237	-,028	,162	-,062	,020	1,000						
	S	,942	,082	,837	,237	,653	,882	.						
Interação	C	-,012	-,086	,049	,344*	,031	,092	,403**	1,000					
	S	,928	,531	,721	,010	,820	,503	,002	.					
Novas trocas	C	,473**	,558**	,560**	,396**	,250	,434**	,333*	,196	1,000				
	S	,000	,000	,000	,003	,066	,001	,013	,152	.				
Conexões	C	,532**	,448**	,519**	,257	,354**	,435**	,153	-,014	,583**	1,000			
	S	,000	,001	,000	,058	,008	,001	,266	,917	,000	.			
Compartilham.	C	,374**	,536**	,575**	,636**	,296*	,354**	,340*	,191	,720**	,591**	1,000		
	S	,005	,000	,000	,000	,028	,008	,011	,162	,000	,000	.		
Usuários não apresentados	C	,428**	,481**	,490**	,284*	,352**	,398**	,256	,022	,549**	,521**	,625**	1,000	
	S	,001	,000	,000	,036	,008	,003	,059	,872	,000	,000	,000	.	
Negócios entre si	C	,476**	,496**	,511**	,357**	,241	,328*	,376**	,191	,676**	,485**	,623**	,660**	1,000
	S	,000	,000	,000	,008	,076	,014	,005	,162	,000	,000	,000	,000	.

**. A correlação é significativa no nível 0,01 (2 extremidades).

*. A correlação é significativa no nível 0,05 (2 extremidades).

c. De Lista N = 55

Tabela 13. Assimetria e curtose dos indicadores de *Network*

	N1	N2	N3	N4	N5	N6	N7	N8	N9	N10	N11	N12	N13
Assimetria	-1,87	-,89	-1,56	-1,42	-3,50	-3,39	-,51	-,75	-,97	-1,98	-,95	-1,61	-,92
Curtose	3,37	,161	2,15	1,94	15,19	11,80	-,37	,43	,06	3,45	,32	2,87	-,15

4.2.2. Criatividade/inovação

Para as variáveis do construto criatividade/inovação, percebe-se na Tabela 14 que as médias ficaram muito próximas umas das outras, principalmente entre os itens foco/concentração (C5) e formação de novos contatos através de eventos (C6) e fomento à troca de ideias através de eventos (C7), tanto com relação à média quanto ao desvio padrão. Os números de C6 e C7 mostram que há certa concordância por parte dos *coworkers* sobre o valor dos eventos promovidos pelos espaços de *coworking.*

Isso fica mais evidente quando se constata que a maior média dentre os itens pesquisados foi a de fomento à troca de ideias através de eventos (C7), que é também o menor desvio padrão. A menor média está na adaptação de práticas de gestão entre *coworkers,* contando também com um alto desvio padrão, seguido pelo aprendizado com as práticas de outros *coworkers.* Isso mostra que, apesar de serem variáveis que pontuaram acima da média da escala, a adoção de práticas de *benchmark* (como a adaptação de práticas de organização entre os usuários) é utilizada por muitos usuários presentes na amostra, mas não é uma unanimidade.

É possível que isso se deva aos diferentes tipos e modelos de negócio, como negócios digitais, que adotam práticas próprias e menos adaptáveis com negócios mais tradicionais (como escritórios de advocacia ou arquitetura), ou mesmo pelo perfil do empreendedor, que pode ser menos aberto a mudanças de estratégia.

Tabela 14. Estatística descritiva - Criatividade/inovação

	Criatividade/Inovação	Média	Mediana	Desvio Padrão
C1	Desenvolvimento de novos produtos	4,12	4,00	,946
C2	Desenvolvimento de novos processos	4,24	4,00	,801
C3	Aprendizado a partir de práticas de outros *coworkers*	3,91	4,00	1,161
C4	Adaptação de práticas de gestão entre *coworkers*	3,49	4,00	1,146
C5	Foco/concentração	4,49	5,00	,841
C6	Formação de novos contatos através de eventos	4,45	5,00	,867
C7	Fomento à troca de ideias através de eventos	4,51	5,00	,784

A Tabela 15 apresenta as correlações bivariadas entre as variáveis, com destaque para a correlação entre o desenvolvimento de novos produtos e de novos processos (0,807). O alto grau de associação mostra que a co-localização de usuários

em um ambiente considerado favorável à criatividade e a inovação tende a torná-los mais propensos a desenvolver novos produtos e processos para o seus negócios.

Observa-se também uma associação significativa entre o aprendizado com as práticas de outros *coworkers* e a adaptação de práticas de gestão entre *coworkers* (0,576), que são características ligadas aos processos de *benchmark* e típicas de ambientes em que há o estímulo a troca de ideias e conversas sobre negócios.

Um resultado notável pode ser observado na associação dos eventos: a abertura para novos contatos (C6) correlacionou com todas as variáveis. As mais relevantes: a troca de ideias nos próprios eventos (0,737) confirmando a percepção dos usuários sobre o valor que existe nesse tipo de encontro; o aprendizado com as práticas de outros *coworkers* (0,455), que pode ser interpretado como uma consequência das trocas proporcionadas pelos encontros que esse tipo de aproximação possibilita; por fim, o desenvolvimento de novos produtos (0,335), visto como uma consequência de todo o processo dos eventos profissionais voltados à formação de *network* profissional e fomento a trocas de ideias criativas.

Também é possível observar que a variável foco/concentração (C5) é a única que não possui qualquer correlação – inclusive com associações negativas com C3 e C4 –, o que pode representar pouca contribuição para a análise. Opta-se, então, pela retirada da variável.

Tabela 15. Correlação de Spearman entre indicadores de Criatividade/Inovação

		Novos produtos	Novos processos	Aprender	Adaptar	Foco	Eventos contatos	Eventos ideias
Novos produtos	C	1,000						
	S	.						
Novos processos	C	,807**	1,000					
	S	,000	.					
Aprendizado	C	,269*	,286*	1,000				
	S	,040	,028	.				
Adaptação	C	,215	,255	,576**	1,000			
	S	,103	,052	,000	.			
Foco	C	,247	,238	-,010	-,169	1,000		
	S	,060	,069	,941	,200	.		
Eventos contatos	C	,335**	,311*	,455**	,304*	,239	1,000	
	S	,009	,016	,000	,019	,069	.	
Eventos ideias	C	,204	,175	,304*	,251	,249	,737**	1,000
	S	,122	,185	,019	,055	,057	,000	.

**. A correlação é significativa no nível 0,01 (2 extremidades).
*. A correlação é significativa no nível 0,05 (2 extremidades).
c. De Lista N = 59

A seguir, a Tabela 16 apresenta os índices de assimetria e curtose das variáveis para o construto criatividade/inovação. Percebe-se também a ausência de normalidade e a assimetria à direita da curva para todos os itens.

Tabela 16. Assimetria e curtose dos indicadores de Criatividade/Inovação

	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7
Assimetria	-,909	-,636	-,892	-,647	-1,687	-1,823	-1,891
Curtose	,476	-,616	,087	-,093	2,138	3,450	4,518

4.2.3. Infraestrutura/ambiente

Para o construto infraestrutura/ambiente, percebe-se que as maiores médias apresentadas na Tabela 17 são de variáveis relacionadas a características comuns à maioria dos espaços de *coworking:* expedientes flexíveis (I8), atendimento, recepção e limpeza adequadas (I4) e preços satisfatórios (I7) (SPINUZZI, 2012; SOARES; SALTORATTO, 2015 SEO *et al.*, 2017; RIADINSKA *et al.*, 2018).

De acordo com a amostra, há uma boa concordância com a afirmação de que o *coworking* é adequado para receber clientes (I1), confirmando as perspectivas trazidas por Spinuzzi (2012) e Capdevila (2014). Nota-se também a existência de diferentes percepções de *coworkers* com relação a arquitetura do ambiente, visto que a variável I9 (arquitetura diferenciada) possui um alto número médio de concordância (4,24), mas também conta com um desvio padrão relativamente elevado. A explicação para esse resultado pode estar nas diferentes estruturas dos 18 espaços de *coworking* que tiveram usuários participantes, alguns mais sofisticados favorecem à percepção da arquitetura como diferencial, outros, mais simples, podem fazer com que *coworkers* considerem a arquitetura como um aspecto menos importante que as demais características.

Com relação à variável I10, percebeu-se após a aplicação da pesquisa que houve um deslocamento do seu conteúdo, não ocorrendo um alinhamento significativo com o construto infraestrutura/ambiente, além de não ser uma variável relevante para associar ao construto *network.* Considerando também o nível muito baixo de correlação com as demais variáveis (inclusive negativa com I5), optou-se pela remoção do item da análise.

As variáveis I3 e I5 também precisaram ser removidas da análise, dessa vez por questões de confiabilidade da escala (ver a seção confiabilidade e adequação da amostra).

Tabela 17. Estatística descritiva - Infraestrutura/Ambiente

	Infraestrutura/Ambiente	Média	Mediana	Desvio padrão
I1	Adequação do *coworking* para receber clientes	4,63	5,00	,846
I2	Conforto ergonômico/acústico	4,32	5,00	,979
I3	Acesso a máquinas/equipamentos atualizados	3,72	4,00	1,311
I4	Atendimento, recepção e limpeza adequadas	4,68	5,00	,715
I5	Utilidade de endereço fiscal/comercial	4,50	5,00	1,004
I6	Estrutura das salas de reunião	4,65	5,00	,609
I7	Satisfação com os preços	4,54	5,00	,714
I8	Flexibilidade dos expedientes	4,70	5,00	,754
I9	Arquitetura diferenciada	4,24	5,00	1,044
I10	Dificuldade em estabelecer contatos profissionais fora do *coworking*	3,17	3,00	1,319

A Tabela 18 apresenta os dados de correlação bivariada entre os itens característicos do construto infraestrutura/ambiente. Apesar de poucas variáveis serem correlacionadas significativamente, percebe-se associações alinhadas aos preceitos teóricos encontrados: a variável I1 (adequação do *coworking* para receber clientes) está associada a todos os itens relacionados ao conforto e estética do ambiente (conforto ergonômico e acústico [I2], atendimento recepção e limpeza adequadas [I4], estrutura das salas de reunião [I6] e arquitetura diferenciada [I9]).

Destaca-se ainda o importante papel da variável I6 para o construto, visto que a oferta de salas de reunião adequadas faz a diferença para os usuários. Não por acaso, está correlacionada com todas as variáveis da categoria. A flexibilidade de expedientes (I8) aparenta cumprir um papel significativo na percepção dos usuários, visto que estabelece correlação com a maioria das variáveis. Porém a ausência de associação com a adequação do *coworking* para receber clientes mostra que essa flexibilidade está mais próxima do perfil de *coworker* que precisa passar mais tempo no local de trabalho, não necessariamente em atendimento.

Também é possível associar a percepção de conforto à arquitetura do ambiente. A correlação significativa entre I2 e I9 (0,461) mostra que o investimento dos espaços em arquitetura, acústica e ergonomia é uma característica percebida pelos usuários.

Tabela 18. Correlação de Spearman entre indicadores de Infraestrutura/Ambiente

		Adeq.	Conforto	Máq.	Atendim.	Ender.	Salas	Preços	Expedien.	Arquitet.	Contatos fora
Adequação	CS	1,000 .									
Conforto	CS	,361** ,007	1,000 .								
Máquinas	CS	,121 ,378	,218 ,110	1,000 .							
Atendimento	CS	,469** ,000	,333* ,013	,375** ,005	1,000 .						
Endereço fiscal	CS	,075 ,588	,067 ,629	-,015 ,911	,163 ,234	1,000 .					
Salas	CS	,406** ,002	,492** ,000	,486** ,000	,498** ,000	,165 ,228	1,000 .				
Preços	CS	,103 ,455	,300* ,026	,340* ,011	,360** ,007	,257 ,058	,475** ,000	1,000 .			
Expedientes	CS	,115 ,403	,318* ,018	,400** ,003	,510** ,000	,050 ,719	,449** ,001	,424** ,001	1,000 .		
Arquitetura	CS	,318* ,018	,461** ,000	,344* ,010	,463** ,000	,163 ,233	,455** ,000	,263 ,052	,659** ,000	1,000 .	
Contatos fora	CS	,085 ,539	,314* ,020	,173 ,206	,181 ,187	-,091 ,510	,324* ,016	,230 ,090	,328* ,014	,260 ,055	1,000 .

**. A correlação é significativa no nível 0,01 (2 extremidades).
*. A correlação é significativa no nível 0,05 (2 extremidades).
c. De Lista N = 55

A Tabela 19 mostra os índices de assimetria e curtose, nos quais é perceptível a ausência de normalidade da distribuição dos dados, com a assimetria de todas as curvas à direita.

Tabela 19. Assimetria e curtose dos indicadores de Infraestrutura/Ambiente

	I1	I2	I3	I4	I5	I6	I7	I8	I9	I10
Assimetria	-2,87	-1,74	-,87	-2,97	-2,16	-1,96	-1,46	-2,8	-1,36	-,22
Curtose	8,71	2,8	-,28	10,64	4,09	4,50	1,56	7,21	1,22	-1,03

4.2.4. Localização

O construto Localização foi operacionalizado por meio de 3 variáveis: localização favorável aos negócios (L1), localização favorável ao deslocamento (L2) e segurança dos usuários (L3). Percebe-se que as respostas tenderam, em sua maioria, a perceber satisfação dos usuários com relação à localização dos *cowowkings*, conforme os dados na Tabela 20.

O maior desvio padrão percebido em L2 pode estar associado às pessoas que optam por *coworkings* por outros motivos, como as vantagens de estar próximo a profissionais de alguma região referência, de um público-alvo mais específico ou até mesmo de evidenciar a autoridade por estar em um grande edifício empresarial. Um

exemplo disso está nos dados disponibilizados pela amostra da pesquisa, em que é possível perceber uma presença maior de advogados, contadores e profissionais de educação em *coworkings da* zona norte (nos bairros de Casa Forte, Poço da Panela e Aflitos) do que em espaços da zona sul (nos bairros de Boa Viagem e Pina).

Apesar de diferenças com relação aos motivos pelos quais usuários escolhem os espaços, a maioria tende a concordar que a segurança é um aspecto satisfatório para a maior parte da amostra, dada a média ser acima dos demais itens, com menor desvio padrão.

Tabela 20. Estatística descritiva - Localização

	Localização	Média	Mediana	Desvio Padrão
L1	Localização favorável aos negócios	4,48	5,00	,852
L2	Localização favorável ao deslocamento	4,44	5,00	1,006
L3	Segurança dos usuários	4,56	5,00	,786

Por outro lado, os dados da correlação bivariada apresentados na Tabela 21 mostram que a variável segurança não está associada às demais. Pelo baixo número de itens incluídos para o construto, todos deveriam estar correlacionados, porém apenas as variáveis L1 e L2 possuem uma correlação significativa.

Como a variável segurança dos usuários (L3) não apresentou correlação com L2, optou-se pela sua remoção da análise. Além disso, a escala de confiabilidade também justificou a sua retirada (ver seção confiabilidade e adequação da amostra). Também são apresentados na Tabela 21 os indicadores de assimetria e curtose.

Tabela 21. Correlação de Spearman entre indicadores de Localização

		Localização negócios	Localização deslocamento	Segurança	Assimetria	Curtose
Localização negócios	C	1,000			-1,807	3,386
	S	.				
Localização deslocamento	C	,461**	1,000		-1,943	3,122
	S	,000	.			
Segurança	C	,231*	,026	1,000	-1,865	2,896
	S	,050	,827	.		

**. A correlação é significativa no nível 0,01 (2 extremidades).
*. A correlação é significativa no nível 0,05 (2 extremidades).
c. De Lista N = 73

4.2.5. Desempenho

O construto desempenho foi analisado sob a ótica de 12 variáveis alinhadas à teoria presente no referencial, mas com o intuito de explorar a configuração fatorial

indicada pela amostra. Inicialmente, nota-se na Tabela 22 a proximidade dos valores de média e desvio padrão para o desenvolvimento pessoal (D1) e profissional (D2), itens em que as respostas mantiveram nível de satisfação mais altos. É possível que esses números sejam decorrentes das características comuns à maioria dos ambientes de *coworking*, pelo estímulo à convivência e a formação de comunidade.

Tabela 22. Estatística descritiva - Desempenho

Desempenho		Média	Mediana	Desvio Padrão
D1	Desenvolvimento pessoal	4,40	5,00	,717
D2	Desenvolvimento profissional	4,55	5,00	,599
D3	Receita obtida	3,95	4,00	,864
D4	Perspectiva de futuro	4,43	5,00	,738
D5	Investimento aplicado	4,05	4,00	,926
D6	Desempenho comparado aos concorrentes	4,04	4,00	,920
D7	Margem de lucro	3,94	4,00	,870
D8	Redução de custos	4,08	4,00	,975
D9	Crescimento das vendas	3,85	4,00	1,057
D10	Captação de clientes	3,83	4,00	1,187
D11	Rentabilidade do negócio	3,97	4,00	,949
D12	Volume do negócio	3,79	4,00	1,020

Percebe-se também um grau de satisfação elevado para o item perspectiva de futuro (D4), sugerindo que os *coworkers* entendem o papel do planejamento a médio e longo prazo para seus negócios. No caso da variável D10 (captação de clientes), ao apresentar a menor média para o construto, denota que nem todos os participantes da pesquisa consideram o *coworking* como um possível meio de atingir clientes em potencial, mas ao mesmo tempo demonstram relativa satisfação com o desempenho próprio quando comparado aos demais concorrentes (D6).

Também é válido destacar a proximidade da média de satisfação entre as variáveis margem de lucro (D7) e redução de custos (D8). A capacidade de redução de custos para um negócio é, inclusive, apontada por diversos autores como uma característica vantajosa dos espaços de *coworking.* (CAPDEVILA, 2013; 2014; SOARES; SALTORATTO, 2015; RIADINSKA *et al.*, 2018)

A seguir, a Tabela 24 apresenta as correlações bivariadas para as variáveis do construto desempenho. As primeiras observações podem ser apontadas no âmbito da satisfação dos usuários com relação ao desenvolvimento pessoal e profissional. Além de serem variáveis com alto nível do correlação entre si (0,752), elas tendem a

apresentar correlações significativas simultâneas, como é o caso de perspectiva de futuro (0,396 e 0,528), desempenho comparado aos concorrentes (0,427 e 0,404), captação de clientes (0,357 e 0,368) e rentabilidade (0,349 e 0,311), respectivamente.

É válido o destaque também para a associação entre indicadores de desempenho financeiro, como é o caso da correlação entre a redução de custos (D8), com os itens margem de lucro (D7), receita obtida (D3) e rentabilidade (D11). As significativas associações desses itens com volume (D12) e investimento aplicado (D5) indicam a tendência de correlação entre indicadores da percepção sobre o desempenho financeiro dos negócios.

A maior parte das variáveis se destacam por serem associadas significativamente a todas as outras, com destaque para perspectiva de futuro (D4), desempenho comparado aos concorrentes (D6) e captação de clientes (D10). Ao perceber as associações significativas também junto à variável crescimento das vendas (D9), obtém-se os indicadores sobre o desempenho de mercado.

A Tabela 23 mostra que há assimetria à direita para todas a variáveis, sendo algumas delas com distribuição normal, mas não suficiente para justificar o uso de algum teste de correlação paramétrico para o construto.

Tabela 23. Assimetria e curtose dos indicadores de Desempenho

	N1	N2	N3	N4	N5	N6	N7	N8	N9	N10	N11	N12
Assimetria	-,996	-,958	-,291	-,878	-,865	-,634	-,418	-,733	-,864	-,812	-,859	-,794
Curtose	,534	-,047	-,798	-,616	,550	,040	,096	-,133	,440	-,173	,914	,566

Tabela 24. Correlação de Spearman entre indicadores de Desempenho

		Des. pessoal	Des. profissional	Receita	Perspectiva	Investimento	Desempenho comparado	Margem de lucro	Custos	Vendas	Clientes	Rentabilidade	Volume
Des. pessoal	C	1,000											
	S	.											
Des. profissional	C	,752**	1,000										
	S	,000	.										
Receita obtida	C	,536**	,481**	1,000									
	S	,000	,000	.									
Perspectiva de futuro	C	,396**	,528**	,539**	1,000								
	S	,001	,000	,000	.								
Investimento aplicado	C	,195	,191	,451**	,493**	1,000							
	S	,101	,108	,000	,000	.							
Desempenho comparado	C	,427**	,404**	,556**	,465**	,419**	1,000						
	S	,000	,000	,000	,000	,000	.						
Margem de lucro	C	,242*	,287*	,487**	,462**	,556**	,506**	1,000					
	S	,041	,014	,000	,000	,000	,000	.					
Custos	C	,202	,153	,375**	,324**	,273*	,234*	,408**	1,000				
	S	,088	,199	,001	,005	,020	,047	,000	.				
Vendas	C	,223	,328**	,413**	,473**	,549**	,323**	,647**	,299*	1,000			
	S	,060	,005	,000	,000	,000	,006	,000	,011	.			
Clientes	C	,357**	,368**	,430**	,476**	,454**	,414**	,419**	,224	,699**	1,000		
	S	,002	,001	,000	,000	,000	,000	,000	,058	,000	.		
Rentabilidade	C	,349**	,311**	,507**	,382**	,391**	,385**	,624**	,546**	,471**	,508**	1,000	
	S	,003	,008	,000	,001	,001	,001	,000	,000	,000	,000	.	
Volume	C	,260*	,358**	,448**	,512**	,467**	,353**	,615**	,182	,743**	,713**	,563**	1,000
	S	,028	,002	,000	,000	,000	,002	,000	,126	,000	,000	,000	.

**. A correlação é significativa no nível 0,01 (2 extremidades).

*. A correlação é significativa no nível 0,05 (2 extremidades).

c. De Lista N = 72

4.3. Confiabilidade e adequação da amostra

Conforme os processos de análise fatorial orientados por Hair *et al.* (1998) e Malhotra (2008), após a descrição estatística das variáveis e da elaboração das matrizes de correlação, devem ser realizados os testes de confiabilidade e adequação da amostra, a fim de verificar se a amostra utilizada está adequada aos objetivos da pesquisa. Para isso, foram utilizados o teste de confiabilidade Alfa de Cronbach, as Medidas de adequação da amostra Kaiser-Meyer-Olkin (ou Teste KMO) e o teste de Esfericidade de Bartlett.

Para o construto *network*, as variáveis apresentaram inicialmente um índice de confiabilidade de 0,892, bem acima do 0,6 que Hair *et al.* (1998) considera ideal para pesquisas exploratórias. No entanto, as variáveis semelhança de valores e ideias (N7) e a interação com as mesmas empresas e usuários (N8) apresentaram baixos índices de correlação com as demais variáveis, enquadrando-se no que Lapponi (2005) considera como dados suspeitos. Além disso, essa remoção das duas variáveis elevaram o índice de confiabilidade para 0,925, o que confirma as características de *outlier* para N7 e N8.

Para o construto criatividade/inovação, apenas a variável foco/concentração (C5) foi removida pela ausência de correlação com os demais itens. Essa retirada também pode ser comprovada com o Alfa de Cronbach, que antes era de 0,753, passando para 0,771 com a saída de C5, sendo a única variável da escala que gerava aumento da confiabilidade quando removida.

Já para infraestrutura/ambiente, a variável I10 (dificuldade em estabelecer contatos profissionais fora do *coworking*) foi a única removida na análise das correlações bivariadas por ser considerada um *outlier*. Indo além, percebeu-se que duas variáveis estavam contribuindo significativamente para a redução da confiabilidade do construto: I3 (acesso a máquinas/equipamentos atualizados) e I5 (endereço fiscal/comercial úteis). Apesar das correlações não indicarem claramente valores suspeitos, percebeu-se que a remoção das variáveis elevava a confiabilidade do construto de 0,784 para 0,816. Esse aumento justificou a retirada das variáveis e a utilização de uma escala mais fidedigna à realidade das características encontradas em *coworkings.*

Para o construto localização, a percepção de apenas 3 itens que a literatura justifica analisar indicou uma desvantagem para a confiabilidade do construto. Seu Alfa inicial para as 3 variáveis foi de 0,489, muito abaixo dos 0,6 necessários (HAIR *et al.,* 1998). Apesar de ser um valor que retiraria o construto localização da pesquisa, percebeu-se que a variável L3 (segurança dos usuários), além de não estar correlacionada significativamente com as demais, elevaria a confiabilidade da escala para 0,653 quando removida. Com sua retirada, a percepção dos *coworkers* sobre a localização passa a ser útil para a análise do desempenho dos negócios, com sua confiabilidade justificada pelo valor acima do necessário.

Finalmente, o construto desempenho apresenta suporte na literatura para ser dividido em 3: desempenho individual, financeiro e de mercado (KAPLAN; NORTON, 2001; CARNEIRO *et al.,* 2005, GORGIEVSKI *et al.*, 2011; VERA *et al.* 2011, GERDENITSCH *et al.*, 2016; MATTOS *et al.*, 2020). Essa divisão proporcionou maior precisão da análise dos dados e resultados mais fidedignos à associação potencial que cada construto exerce sobre os aspectos do desempenho organizacional. Os valores foram resumidos na Tabela 25 e mostram elevado grau de confiabilidade para as três áreas, não havendo necessidade de remoção de nenhuma variável.

Além do Alfa de Cronbach*,* a Tabela 25 apresenta também as Medidas de adequação da amostra Kaiser-Meyer-Olkin (Teste KMO), indicando se a análise fatorial é adequada para a amostra. Percebe-se que todos os construtos se enquadram dentro do que Malhotra (2008) considera como aceitável (valores não inferiores a 0,5). Apesar disso, percebe-se uma desvantagem para os construtos localização e desempenho individual, que atingem exatamente o limite da adequação proposta por Malhotra. Apesar disso, pelos níveis aceitáveis de confiabilidade para ambos, é possível manter os construtos na análise com base na literatura e sem prejuízo à qualidade da pesquisa.

Por fim, o teste de esfericidade de Bartlett examina a hipótese de que as variáveis não estão correlacionadas na população, indicando que níveis de significância $p < 0,05$ tornam possível a análise fatorial (MANSANO *et al.,* 2017). Como todos os construtos analisados nessa pesquisa trouxeram significância $p = 0,00$, os valores são satisfatórios para a realização da análise fatorial com a amostra. A Tabela 25 resume os dados de confiabilidade e adequação.

Tabela 25. Medidas de confiabilidade e adequação

Característica	Alfa de Cronbach		Teste KMO		Esfericidade de Bartlett	
	Valor	Avaliação	Valor	Avaliação	Valor*	Avaliação
Network	,925	Aceitável	,877	Adequado	X^2 = 410,240	Satisfatório
Criatividade/ Inovação	,771	Aceitável	,595	Adequado	X^2 = 142,745	Satisfatório
Infraestrutura/Ambiente	,816	Aceitável	,778	Adequado	X^2 = 167,064	Satisfatório
Localização	,653	Aceitável	,500	Adequado	X^2 = 14,978	Satisfatório
Desempenho individual	,865	Aceitável	,500	Adequado	X^2 = 66,249	Satisfatório
Desempenho financeiro	,814	Aceitável	,780	Adequado	X^2 = 144,826	Satisfatório
Desempenho de mercado	,768	Aceitável	,712	Adequado	X^2 = 77,996	Satisfatório

*Significância = ,000

4.4. Análise fatorial

Identificadas as medidas de confiabilidade e adequação da amostra, o próximo passo é propor uma redução na dimensão dos dados, agrupando as variáveis mais correlacionadas em fatores (FERREIRA; HONGYU, 2018). Para tanto, utilizou-se como referência as orientações de Hair *et al.* (1998) para identificação de cargas fatoriais significantes para uma amostra com cerca de 70 respondentes. Os autores recomendam que, para esses tamanhos de amostra, cargas abaixo de 0,65 sejam retiradas da análise. No entanto, conforme Comrey e Lee (1992) e Stefenini *et al.* (2012), para fins acadêmicos, optou-se por manter algumas variáveis com carga menor para que a análise não fosse prejudicada com a retirada de variáveis, visto que a diferença é pouco relevante diante do tamanho da amostra atual (77 usuários ou empresas participantes).

Destaca-se também a realização do teste Kolmogorov-Smirnov com a finalidade de confirmar a ausência de normalidade dos dados também nos fatores obtidos. A aplicação desse teste ratificou o que foi indicado na apresentação dos valores de assimetria e curtose (seção de detalhamento das variáveis características). O teste K-S é adequado para amostras com número de participantes maior que 30 (adequada para esta pesquisa, que contou com n=77) (LOPES *et al.,* 2013). O K-S tem como hipótese nula a normalidade dos dados, que é aceita quando sua significância (valor-p) é maior que 0,05. Caso seja menor, a hipótese é rejeitada, o que representa ausência de normalidade dos dados que compõem o fator (LOPES *et al.,* 2013).

4.4.1. *Network*

A primeira categoria a ter seus componentes resumidos foi *network,* cujas variáveis rodaram o agrupamento em 2 fatores latentes. Desse grupo, apenas as variáveis N2 (apoio entre *coworkers*) e N10 (conexões com pessoas novas) possuíram cargas abaixo de 0,65. No entanto, optou-se pela manutenção de ambas dada a importância que elas exercem na formação do construto e composição dos fatores.

O primeiro fator foi composto por N2, N4, N7, N8, N9, N10 e N11, podendo ser considerado o fator "*network* de Apoio". Esse agrupamento tem sua existência embasada na literatura de *coworking,* afinal o suporte físico, instrumental e intelectual entre os usuários é frequentemente relatado por autores como Spinuzzi (2012), Capdevila (2014, 2015), Fuzi (2015), Gerdenitsch *et al.* (2016), Seo *et al.* (2017), entre outros. O apoio encontrado nos *coworkings* pode ser fruto da própria intenção do usuário em estar no ambiente compartilhado ao invés de *home office*, cafeteria ou espaços públicos, ou até mesmo consequência das demais características que favorecem esse tipo de conexão profissional entre os usuários. As altas cargas presentes nas variáveis N11 (compartilhamento de ideias sobre negócio) e N13 (criação de negócios entre *coworkers*) reforçam o caráter de apoio e suporte do primeiro fator.

O segundo fator foi composto por N1, N3, N5 e N6, representando o "*network* de formação". Esse agrupamento está relacionado às possibilidades de formação de novos contatos, não necessariamente com o intuito de suporte, mas pela troca de informações, conhecimentos e virtudes em áreas diversas, próximas ou até mesmo distantes da própria atuação profissional. O embasamento necessário para a existência desse fator pode ser encontrado em Bilandzic e Foth (2013), Capdevila (2014), Soares e Saltoratto (2015), Capdevila (2015), Castilho e Quandt (2017) e Hoendervanger *et al.* (2018) e tem suas maiores cargas nas variáveis que tratam de encontros e convivência entre profissionais de áreas diversas (N5 e N6), características que traduzem o propósito de construção de conexões através do ambiente compartilhado.

Apesar de apenas dois fatores terem sido gerados pela rotação dos dados, eles possuem a capacidade de explicar 65,12% da variância total para o construto. Damásio (2012) resume que a literatura não define um valor de referência ideal para

a variância explicada na análise fatorial exploratória, mas deixa claro que soluções fatoriais que expliquem de 30 a 40% da variância sugerem amplo percentual de resíduos, dada a grande parcela não explicada pelo construto (TINSLEY; TINSLEY, 1987). Assim, de acordo com os autores, podemos tomar como aceitáveis variâncias explicadas acima de 50%. A Tabela 26 mostra a configuração da análise fatorial para a categoria *network.*

Tabela 26. Análise fatorial da escala *Network*

	Variáveis	Componentes	
		Apoio	Formação
N1	Formação de contatos profissionais		,651
N2	Apoio entre *coworkers*	,603	
N3	Troca de conhecimentos		,679
N4	Disposição para conversas de negócios	,686	
N5	Encontros entre profissionais de áreas diversas		,851
N6	Convivência com profissionais de áreas diversas		,695
N9	Trocas proporcionadas por novos contatos	,790	
N10	Conexões com pessoas novas	,570	
N11	Compartilhamento de ideias sobre negócios	,841	
N12	Interação entre usuários não apresentados	,691	
N13	Criação de negócios entre *coworkers*	,803	

Método de Extração: análise de Componente Principal.
Método de Rotação: Varimax com Normalização de Kaiser.[a]
a. Rotação convergida em 3 iterações.

4.4.2. Criatividade/inovação

Na categoria de criatividade/inovação, é possível perceber que o resultado da análise fatorial gerou os agrupamentos com as cargas fatoriais mais altas. Conforme a Tabela 5, as variáveis foram responsáveis por gerar 3 fatores.

O primeiro fator formado por C6 e C7 refere-se à “participação em eventos”, característica que contribui para o fomento às novas conexões, compartilhamento de experiências e, consequentemente, de ideias (FUZI, 2015; SEO *et al.*, 2017). Não por acaso, “participação em eventos” é composto pelas duas variáveis que tem a formação de contatos e a troca de ideias como elementos centrais, visto que possuem o papel de catalisar a exposição profissional, a discussão de *insights* e as perspectivas empreendedoras, com a finalidade essencial de “quebrar” as barreiras comunicativas entre os participantes (CAPDEVILA, 2013; 2014; 2015; ŠVIRÁKOVÁ *et al.*, 2014).

O segundo fator, formado por C1 e C2, compõem a ideia de “Inovação”. É importante ressaltar que a as variáveis “desenvolvimento de novos produtos” e de

“processos” corrobora Capdevila (2013; 2014) e Parrino (2015). Os autores entendem que a evolução da capacidade inovativa decorre principalmente do uso estratégico das práticas colaborativas, abrindo portas para aprendizagem, criatividade e, principalmente desenvolvendo conhecimento tácito.

Por fim, o terceiro fator composto por C3 e C4 representam o “*benchmark”,* no papel de gerar novas ideias a partir da adaptação de práticas utilizadas por outros empreendedores ou empresas (CAPDEVILA, 2013; CASTILHO; QUANDT, 2017). De acordo com a literatura, as principais fontes de *benchmark* para os negócios são o aprendizado e a adaptação feitos com base nas experiências de outros empreendedores ou profissionais (CAPDEVILA, 2014; 2015; VAN HOLM, 2015; SEO *et al.*, 2017). Entende-se que o ambiente compartilhado é adequado para a realização de *benchmark* e estratégias colaborativas que tornem os negócios mais competitivos e diferenciados, já que a ideia de compartilhamento costuma ser absorvida pela comunidade que o frequenta (SPINUZZI, 2012).

Percebe-se que a escala criatividade/inovação obteve as maiores cargas por fator, com valores próximos de 1, representando uma boa adequação das variáveis agrupadas. Além disso, essa redução é responsável por 85,63% da variância explicada para o construto, indicando que há poucos resíduos interferindo na formação da escala. A Tabela 27 contém os dados da análise fatorial.

Tabela 27. Análise fatorial da escala Criatividade/Inovação

	Variáveis	Componentes		
		Participação em Eventos	Inovação	*Benchmark*
C1	Desenvolvimento de novos produtos		,878	
C2	Desenvolvimento de novos processos		,941	
C3	Aprendizado a partir de práticas de outros *coworkers*			,827
C4	Adaptação de práticas de gestão entre *coworkers*			,923
C6	Formação de novos contatos através de eventos	,917		
C7	Fomento à troca de ideias através de eventos	,890		

Método de Extração: análise de Componente Principal.
Método de Rotação: Varimax com Normalização de Kaiser.[a]
a. Rotação convergida em 4 iterações.

4.4.3. Infraestrutura/ambiente

Para a categoria infraestrutura/ambiente, 2 fatores foram extraídos: o primeiro pode ser considerado “espaço físico”, formado pelas variáveis I1, I2 e I4, enquanto o segundo agrupa as variáveis I6, I7, I8 e I9, relacionadas às “condições oferecidas”

pelo *coworking*. Pode-se observar que as variáveis I2 e I9 possuem carga menor que 0,65, o que, para o tamanho da amostra, poderia ser removida da pesquisa. Apesar disso, optou-se pela manutenção para melhor compreensão do construto e do próprio agrupamento.

É possível perceber que o resultado da análise fatorial gerou duas vertentes diferentes: o fator "espaço físico", de caráter subjetivo, em que os usuários indicam a partir de suas avaliações pessoais qual o seu valor percebido a partir das características físicas do ambiente, como a adequação do *coworking* para recepção de clientes, conforto e atendimento; o fator "condições oferecidas", que abrange características que podem ser avaliadas objetivamente, como os preços praticados, o tipo de estrutura encontrada no local e a flexibilidade dos expedientes.

Os dois fatores provenientes da análise (Tabela 28) têm a capacidade de explicar 65,11% variância do construto. Apesar de não ser o maior nível de variância explicada até então, é possível considerar que esse número (acima de 50%) explicado por apenas 2 fatores é relevante, já que os agrupamentos residuais não correspondem à maior parte do construto.

Tabela 28. Análise fatorial da escala Infraestrutura/Ambiente

	Variáveis	Componentes	
		Espaço físico	Condições oferecidas
I1	Adequação do *coworking* para receber clientes	,901	
I2	Conforto ergonômico/acústico	,543	
I4	Atendimento, recepção e limpeza adequados	,822	
I6	Estrutura das salas de reunião		,690
I7	Satisfação com os preços		,805
I8	Flexibilidade dos expedientes		,664
I9	Arquitetura diferenciada		,626

Método de Extração: análise de Componente Principal.
Método de Rotação: Varimax com Normalização de Kaiser.[a]
a. Rotação convergida em 3 iterações.

4.4.4. Localização

Conforme exposto na seção descritiva dos dados, o construto localização ficou por ser analisado pelas duas variáveis que a literatura considera como diferenciais dos ambientes de *coworking*. A primeira variável "localização favorece negócios" (L1) teve o intuito de explorar a percepção dos usuários sobre a capacidade que o local tem de estar relacionado aos negócios da empresa/empreendedor, seja por meio do

acesso a clientes em potencial, conhecimentos, inovações ou interação em comunidade (CAPDEVILA, 2013; 2014; 2015; UDA; ABE, 2016; WATERS-LYNCH; POTTS, 2017). A segunda variável “localização favorece deslocamento” (L2) buscou entender como é a percepção das pessoas sobre a proximidade do *coworking* com a própria residência ou trabalho, de modo que facilite o trânsito entre um e outro ambiente (CAPDEVILA, 2013; 2014).

A localização acabou por ser um construto prejudicado pela ausência de maior abordagem teórica pela literatura, o que fez com que menos variáveis pudessem ser extraídas e utilizadas na coleta de dados. Com apenas duas variáveis representando sua caracterização, a solução fatorial não pode ser rotacionada pelo SPSS®, acabando por gerar apenas um fator, denominado “localização”. Apesar do baixo nível de complexidade (comparado às demais categorias características), pode-se observar cargas fatoriais consideravelmente acima do 0,65 indicados por Hair *et al.* (1998), além de explicar 71,85% da variância dos dados.

Assim, pelos números terem mostrado relevância dos dados obtidos para o construto, optou-se pela manutenção da categoria localização na pesquisa. A Tabela 29 apresenta os dados da análise fatorial.

Tabela 29. Análise fatorial da escala Localização

		Componente
		Localização
L1	Localização favorece negócios	,848
L2	Localização favorece deslocamento	,848

Método de Extração: análise de Componente Principal.
a. 1 componentes extraídos.

4.4.5. Desempenho individual

A perspectiva individual do desempenho foi apurada a partir de duas variáveis: o “desenvolvimento pessoal” (D1) e o “desenvolvimento profissional” (D2). A primeira variável teve o objetivo de captar o nível de satisfação dos *coworkers* com o seu desenvolvimento pessoal, isto é, a própria percepção de progresso comportamental a partir de sua própria referência, conforme Souza e Souza (2004), Vera *et al.* (2011) e Mattos *et al.* (2020). Incluir essa variável no estudo é importante na análise, dado que o modelo de negócio dos *coworkings* costuma ser frequentado por profissionais autônomos e, conforme Gorgievski *et al.* (2011), a satisfação com o próprio desenvolvimento é essencial para a continuidade do negócio.

A segunda variável, “desenvolvimento profissional” (D2), está diretamente relacionada à perspectiva de autoeficácia levantada por Serafim *et al.* (2015) e Gerdenitsch *et al.* (2016). A evolução da capacidade empreendedora, criativa ou até mesmo de produzir em grupo pode interferir diretamente na percepção de desempenho dos *coworkers*, conforme descrições trazidas pela literatura: usuários relatam aumento do potencial criativo e da autoeficácia ao trabalhar conjuntamente em ambientes compartilhados (CAPDEVILA, 2014; GERDENITSCH *et al.*, 2016; UDA; ABE, 2016; BOUNCKEN, 2018).

É possível perceber que o fator gerado a partir do agrupamento das duas variáveis está adequado para os objetivos da pesquisa. Conforme exposto na Tabela 30, as cargas fatoriais em 0,942 formam o componente “desempenho individual”, que é capaz de explicar 88,7% da variância do construto.

Tabela 30. Análise fatorial da escala Desempenho Individual

		Componente
		Desempenho individual
D1	Desenvolvimento pessoal	,942
D2	Desenvolvimento profissional	,942

Método de Extração: análise de Componente Principal.
a. 1 componentes extraídos.

4.4.6. Desempenho financeiro

O desempenho financeiro foi analisado por seis variáveis obtidas com base na literatura: “receita obtida” (D3) busca entender a satisfação dos *coworkers* com a capacidade no negócio de gerar receita e, assim, ter recursos para realizar seus custos e despesas; “investimento aplicado” (D5) busca compreender se o investimento empreendido foi satisfatório para a realidade do negócio em que atua; “margem de lucro” (D7) para indicar a satisfação com o potencial lucrativo que o negócio gera; “redução de custos” (D8) a fim de alcançar qual a influência da redução de custos em potencial que o empreendedor percebe ao estar em *coworking*; “rentabilidade do negócio” (D11) que traduz a satisfação da empresa gerar renda para o seu proprietário, empreendedor ou acionista; “volume do negócio” (D12) para medir o grau de satisfação com a quantidade de vendas, serviços realizados e clientes atendidos (ver VENKATRAMAN; RAMANUJAN, 1986; KAPLAN; NORTON, 1993; 2001; CARNEIRO *et al.,* 2005; COSTA *et al.*, 2016).

A perspectiva financeira sobre o desempenho é consensualmente mais comum na literatura, principalmente quando mensurado a partir de critérios contábeis, mais objetivos que a percepção dos empreendedores (VENKATRAMAN; RAMANUJAN, 1986; COSTA *et al.*, 2016, GOMES; CALLADO, 2017). Porém é importante enfatizar que nem todas as aproximações do desempenho financeiro correspondem necessariamente à realidade do negócio ou de seu administrador (KAPLAN; NORTON, 2001), principalmente quando se trata de uma empresa pequena. Shoham (1998) exalta a percepção de sucesso como resultado geral da satisfação do empreendedor, o que embasa a utilização da escala subjetiva e orienta o direcionamento da perspectiva de desempenho financeiro na análise.

Na escala de desempenho financeiro percebe-se que apenas D8 possui carga fatorial menor que 0,65. A variável é a que trata de redução de custos, característica importante para a escala de desempenho em *coworking,* visto que é abordada com frequência pela literatura e evidenciada como característica da maior parte dos ambientes (CAPDEVILA, 2013; 2014; SOARES; SALTORATTO, 2015). Pela teoria, há justificativa para a manutenção da variável dentro da escala de desempenho financeiro (CARNEIRO *et al.,* 2005), apesar de sua carga fatorial abaixo da recomendada.

A Tabela 31 mostra a configuração do componente “desempenho financeiro” e as cargas fatoriais de cada variável específica. Essa escala possui 53,06% de variância explicada, o que denota uma capacidade razoável de elucidar o construto (acima de 50%), mas que ainda há outras fontes residuais de interferência que não estão incluídas nesse espectro de análise.

Tabela 31. Análise fatorial da escala Desempenho Financeiro

		Componente
		Desempenho financeiro
D3	Receita obtida	,751
D5	Investimento aplicado	,663
D7	Margem de lucro	,826
D8	Redução de custos	,534
D11	Rentabilidade do negócio	,824
D12	Volume do negócio	,730

Método de Extração: análise de Componente Principal.

a. 1 componentes extraídos.

4.4.7. Desempenho de mercado

A última categoria a ser analisada trata do “desempenho de mercado”, composta por quatro variáveis. A primeira, “perspectiva de futuro” (D4), busca avaliar o quanto o respondente está satisfeito com as possibilidades futuras do seu negócio; “desempenho comparado aos concorrentes” (D6), em que foi possível entender a percepção que os empreendedores tem do próprio desempenho em comparação ao ambiente de negócios que a empresa está inserida; “crescimento das vendas” (D9) e “captação de clientes” (D10) que tendem a demonstrar a satisfação dos *coworkers* com o próprio *market share* percebido, já que é possível representar o crescimento do negócio após a entrada em um *coworking*.

Na perspectiva mercadológica, faz sentido entender esses aspectos principalmente pela existência das dimensões levantadas por Fiegenbaum *et al.* (1996): internas, externas e temporais. A escala fatorial de mercado cumpre o papel de representar as três dimensões a partir de suas variáveis, com D9 e D10 representando a dimensão interna, inclusive com a maior capacidade de explicação do construto devido às maiores cargas fatoriais apresentadas na Tabela 32. Enquanto a dimensão externa é representada por D6, D4 representa a dimensão temporal. Apesar de serem aspectos de desempenho evidenciados pela literatura (FIEGENBAUM *et al.,* 1996; MACIEL *et al.,* 2008) e também aplicados como variáveis (CARNEIRO *et al.,* 2005; CARNEIRO, 2007), apresentaram cargas fatoriais menores.

É possível que a menor participação de D4 e D6 na composição do desempenho de mercado seja responsável pelos 58,69% de variância explicada, o que é satisfatório para o propósito de pesquisa, mas que ainda conta com interferências residuais não abrangidas pela escala.

Tabela 32. Análise fatorial da escala Desempenho de Mercado

		Componente
		Desempenho de Mercado
D4	Perspectiva de futuro	,708
D6	Desempenho comparado aos concorrentes	,682
D9	Crescimento das vendas	,814
D10	Captação de clientes	,850

Método de Extração: análise de Componente Principal.
a. 1 componentes extraídos.

Encerrando a seção de análise fatorial, a Tabela 33 apresenta o teste K-S para os fatores obtidos. Percebe-se que, de acordo com as hipóteses do teste, a

significância de todos os construtos indica a ausência de normalidade, exceto para o desempenho financeiro e de mercado, que apresentaram *Sig.* > 0,05. Apesar desses valores, eles precisaram ser desconsiderados, visto que toda a amostra e os demais fatores apresentam baixa significância para que seja aceita a hipótese nula referente ao K-S.

Dessa forma, percebe-se que a amostra apresenta ausência de normalidade, o que corrobora os valores de assimetria e curtose e justifica a utilização de testes de correlação não paramétrica de Spearman entre as variáveis.

Tabela 33. Teste de normalidade para os fatores característicos e de desempenho

	Kolmogorov-Smirnov		
	Estatística	**Df**	**Sig.**
***Network* de Apoio**	,117	77	,011
***Network* de Formação**	,185	77	,000
Eventos	,206	77	,000
Inovação	,135	77	,001
Benchmark	,103	77	,042
Espaço Físico	,236	77	,000
Condições Oferecidas	,169	77	,000
Localização	,277	77	,000
Desempenho Individual	,285	77	,000
Desempenho Financeiro	,061	77	,200*
Desempenho de Mercado	,100	77	,055

* Este é um limite inferior da significância verdadeira.

4.5. Correlações entre fatores

Após a extração dos fatores, para cada construto, prosseguiu-se com a realização da análise da correlação entre os componentes obtidos. Utilizou-se o coeficiente de correlação de Pearson, que retorna valores variando entre -1 e 1, resumindo a intensidade da associação entre as variáveis (MALHOTRA, 2008). Dentre as 82 correlações possíveis, 23 foram estatisticamente significativas e serão analisadas considerando a teoria e as hipóteses de pesquisa definidas para esta dissertação.

Inicialmente é importante ressaltar a adequação da escala de desempenho utilizada para realização da análise. Percebe-se um nível significativo de correlação entre os três fatores gerados pela escala, principalmente entre o desempenho financeiro e desempenho de mercado (0,805), estando alinhado à teoria. As demais correlações entre desempenho individual e financeiro (0,401) e entre desempenho de

mercado e individual (0,494) corroboram as ideias previstas no referencial teórico e o propósito deste trabalho.

É possível observar na Tabela 34 um nível significativo de correlação entre os fatores *network* de apoio e *benchmark* (0,711). Essa associação ressalta a tendência de os *coworkers* aproveitarem os contatos formados ao longo da convivência no espaço para absorver novas práticas de gestão e aplicá-las aos seus negócios (SOARES; SALTORATTO,2015; CAPDEVILA, 2014; FUZI, 2015; GERDENITSCH *et al*., 2016). Além disso, o fator *benchmark* se associa significativamente ao *network* de formação (0,248), que também é defendido por Spinuzzi (2012), Capdevila (2015) e Nakao e Mussi (2018) como parte da interação natural entre profissionais de diversas áreas, conhecimentos e *expertises.*

Ainda na categoria *network*, é possível destacar a associação entre o *network* de formação e a participação em eventos realizados pelos espaços (0,439). Conforme Capdevila (2015), Fuzi (2015) e Seo *et al.* (2017), os eventos representam oportunidade para a exposição do próprio trabalho e o estabelecimento de contatos, proporcionando conveniência para que os empreendedores entrem em contato com ideias, conhecimento e inovação provenientes de fontes externas.

É importante, também, destacar a ocorrência de uma fraca correlação entre inovação e o *network* de apoio. Em contrapartida à associação do *benchmark* com o *network* de apoio e indo de encontro a alguns estudos importantes (SPINUZZI, 2012; CAPDEVILA, 2013; 2014; 2015; GANDINI, 2015; SOARES; SALTORATTO, 2015), a ausência de associação relevante entre o apoio dos *coworkers* e a sua capacidade de inovar e desenvolver novos produtos ou processos revela uma baixa capacidade inovativa entre a amostra coletada. A partir dessa perspectiva e considerando a associação significativa entre o *benchmark* e o *network* de formação, percebe-se que há, portanto, uma tendência maior de adaptação de práticas existentes do que uma busca por criar novos padrões de gestão e produção.

Também foi possível constatar associação significativa entre o espaço físico e o *network* de formação (0,401). Essa relação, ao ser analisada junto às demais associações do fator espaço físico, denota a importância de se ter uma infraestrutura adequada, de modo que a arquitetura facilite a comunicação, a visualização das práticas de outros *coworkers* e favoreça à formação de contatos, trocas de ideias e de

experiências (CAPDEVILA, 2013; 2014; 2015; GERDENITSCH *et al.*, 2016; ABE; UDA, 2016; CASTILHO; QUANDT, 2017; BOUNCKEN, 2018).

No âmbito da infraestrutura/ambiente, percebe-se que o espaço físico tem correlação significativa com todos os fatores do construto criatividade/inovação, demonstrando uma boa relação entre os aspectos da infraestrutura que facilitem a percepção de aspectos criativos dos indivíduos. É possível exemplificar com aspectos referentes à abertura do ambiente, aos estímulos externos para a realização de conexões e ao próprio compartilhamento de espaço, o que resume a abertura do local, propício para a realização de trocas de ideias criativas. Esse fenômeno também se alinha à correlação positiva entre o espaço físico e o *network* de formação (SOARES; SALTORATTO, 2015; GERDENITSCH *et al.,* 2016; ABE; UDA, 2016; BOUNCKEN, 2018). Ademais, pode-se destacar a associação positiva entre as condições oferecidas pelos *coworkings* e a participação em eventos, visto que a sua capacidade de impacto tem relação com o tema proposto pelo ambiente (CAPDEVILA, 2014) e, como destaca Fuzi (2015), difere das festas por ser uma cerimônia profissional.

Sobre o fator localização, percebe-se que a única categoria em que ele não obteve associação foi o *network,* indo de encontro a aspectos teóricos trazidos por Capdevila (2013; 2015). Apesar disso, percebe-se que há correlação significativa com a participação em eventos (0,332), sendo possível depreender que ter um espaço bem localizado é importante para o sucesso dos eventos e, consequentemente, do potencial criativo e de *network* que pode ser gerado a partir daquela solenidade. Em seguida, é possível observar um número expressivo entre a localização e as condições oferecidas (0,239). Essa correlação faz sentido, visto que a literatura evidencia a importância dos *coworkings* ofertarem espaços em locais que seriam de difícil aquisição ou até mesmo estruturação individual para pequenos negócios e empreendedores individuais (CAPDEVILA, 2014; SOARES; SALTORATTO, 2015).

No quesito desempenho, pode-se observar que todas as categorias de características analisadas tiveram ao menos uma correlação significativa com um dos fatores de desempenho. Destaca-se, inicialmente, as associações encontradas no âmbito da infraestrutura/ambiente. Observa-se um alto nível de significância entre as condições oferecidas (0,513) e o próprio espaço físico (0,236) com o desempenho individual. Conforme a literatura, tal associação é respaldada pelo melhor aproveitamento dos recursos oferecidos pelo ambiente e sua distinção com outros

substitutos próximos aos *coworkings,* como cafeterias e *home office* (GERDENITSCH *et al.*, 2016; UDA; ABE, 2016; SEO *et al.*, 2017; BOUNCKEN, 2018). Nota-se também que as condições oferecidas estão fortemente associadas ao desempenho financeiro (0,269) e ao de mercado (0,239), ressaltando a importância de o *coworking* gerar uma boa percepção de custo x benefício. Essa vantagem financeira representa uma das principais características para os usuários, fazendo-os optar pelo local de trabalho que agregue valor e traga consigo preços acessíveis, viabilizado pela co-localização.

Para a categoria criatividade/inovação, nota-se que o *benchmark* é o principal fator da escala, por estar associado de forma significativa tanto ao desempenho individual (0,238) quanto ao financeiro (0,265) e ao de mercado (0,378). A observação de práticas, o aprendizado e a adaptação das ideias compreendidas é um fator determinante para a criação de práticas sustentáveis de trabalho e pode-se perceber que é o mais influente, de acordo com o comportamento da amostra coletada. O fato de o construto inovação não ter tido nenhuma associação significativa com os fatores de desempenho reforça a ideia de que os usuários participantes costumam perceber maiores resultados a partir das ideias geradas em comunidade, seja pelo aprendizado ou pela adaptação. A inovação é menos presente, portanto menos associada ao desempenho dos negócios.

Também vale destacar a correlação positiva entre a participação em eventos e o desempenho financeiro (0,289), que pode estar associada ao potencial de novidades apreciadas pelos *coworkers* nesse tipo de confraternização. Muitos aproveitam para se expor, apresentar seus trabalhos e, assim, podem prospectar parcerias, indicações e até mesmo clientes (CAPDEVILA, 2013; 2014; ŠVIRÁKOVÁ *et al.*, 2014).

Um segundo fator associado apenas ao desempenho financeiro é a localização (0,233). Pode-se entender que essa relação é coerente, dado o potencial que os *coworkings* possuem de reduzir custos dos pequenos empreendedores (CAPDEVILA, 2013; 2014; SOARES; SALTORATTO, 2015). Também há a possibilidade de utilização estratégica, com intuito de se aproximar de clientes e da comunidade ao redor (CAPDEVILA, 2013; 2015; WATERS-LYNCH; POTTS, 2017) vislumbrando, assim, a ampliação do alcance e sua consequente conversão em fluxo de caixa.

A última categoria a ser analisada foi o *network,* que gerou resultados abaixo do esperado, já que essa é uma das características mais abordadas pela literatura. A

correlação entre os fatores de desempenho acabou por gerar apenas uma associação significativa, entre *network* de apoio e o desempenho de mercado (0,271). Essa ligação era esperada pelo ambiente de *coworking* ser, por definição, um local aberto a discussões e conversas sobre empreendedorismo e negócios (FUZI, 2015; SEO *et al.,* 2017). O potencial construtivo dessas trocas se reflete em níveis diversos de aprendizado que podem ser capazes de melhorar as perspectivas de futuro, conforme a troca de experiências bem sucedidas em gestão. Apesar disso, a ausência de correção significativa com o desempenho individual indica baixo potencial de influência do *network* em si nos aspectos de desenvolvimento pessoal e profissional, e indo de encontro à literatura e ao que era esperado para a relação entre os construtos. O mesmo vale para o desempenho financeiro, pois era esperada a existência de influência entre eles pelas causas já evidenciadas.

O fato de não haver qualquer ligação relevante entre o *network* de formação com o desempenho pode trazer explicações para os demais resultados. É possível que, de acordo com a amostra analisada, os contatos formados a partir de relações mais distantes, por trocas de ideias e de informações entre áreas distintas, sirvam apenas como meio para atingir os resultados almejados por outra perspectiva (a de *benchmark,* por exemplo, amplamente associada ao desempenho). Evidencia-se, portanto, não apenas a existência da relação entre *coworkers* por si só, mas também o conteúdo que pode ser extraído por meio dessa relação, fator capaz de estar efetivamente associado aos resultados.

Apesar de nem todas as correlações terem atendido a todos os resultados esperados, é importante ressaltar que todas as categorias analisadas tiveram ao menos um de seus fatores associados a um fator de desempenho, o que permite avançar para a análise comparativa das hipóteses de pesquisa com os resultados obtidos. Por fim, a Tabela 33 apresenta as correlações entre os fatores característicos de *coworking* e os fatores correspondentes ao desempenho organizacional.

Tabela 34. Correlação de Pearson entre fatores característicos de *coworking* e desempenho organizacional

		Network Apoio	Network Formação	Participação Eventos	Inovação	*Benchmark*	Espaço Físico	Condições Oferecidas	Localização	Desempenho Individual	Desempenho Financeiro	Desempenho de Mercado
Network de Apoio	C	1										
	S											
Network de Formação	C	,000	1									
	S	1,000										
Participação Eventos	C	,108	,439**	1								
	S	,352	,000									
Inovação	C	,088	,027	,000	1							
	S	,444	,818	1,000								
Benchmark	C	,701**	,248*	,000	,000	1						
	S	,000	,030	1,000	1,000							
Espaço Físico	C	,131	,401**	,336**	,225*	,267*	1					
	S	,254	,000	,003	,049	,019						
Condições Oferecidas	C	,102	,131	,403**	-,025	,161	,000	1				
	S	,376	,255	,000	,828	,161	1,000					
Localização	C	,050	,189	,332**	,191	,018	,191	,239*	1			
	S	,663	,099	,003	,095	,879	,095	,037				
Desempenho Individual	C	,143	,208	,210	,130	,238*	,236*	,513**	,209	1		
	S	,214	,069	,066	,261	,037	,039	,000	,068			
Desempenho Financeiro	C	,167	,173	,289*	,194	,265*	,188	,269*	,233*	,401**	1	
	S	,147	,133	,011	,091	,020	,102	,018	,041	,000		
Desempenho de Mercado	C	,271*	,087	,167	,113	,378**	,201	,239*	,100	,494**	,805**	1
	S	,017	,451	,148	,327	,001	,080	,036	,385	,000	,000	

**. A correlação é significativa no nível 0,01 (2 extremidades).

*. A correlação é significativa no nível 0,05 (2 extremidades).

c. De Lista N=77

4.6. Avaliação das hipóteses de pesquisa

De acordo com o que foi apresentado na seção 3, hipóteses de pesquisa, será feita a avaliação específica das 5 hipóteses principais e de suas 12 decorrentes, a fim de consolidar os resultados obtidos por esta dissertação. Ao final é apresentada a Figura 17, que resume as avaliações de cada um dos prognósticos.

H_1: Existe associação positiva entre as características dos ambientes de *coworking*

Para testar essas hipóteses, os participantes que compuseram a amostra responderam perguntas relativas ao próprio nível de concordância com aspectos característicos de *coworkings* apresentados pela literatura. A partir da identificação de relações entre os fatores que representam essas características, é possível perceber que existem correlações significativas que confirmam alguns dos aspectos apresentados pela literatura. Entre os mais notáveis estão as associações de *network* e criatividade (por meio do *benchmark*), *network* e infraestrutura (a partir de espaço físico adequado), criatividade e localização (com a presença em eventos que promovem a troca de ideias), entre outros. Pelos resultados apresentados, considera-se aceita a primeira hipótese.

H_2: As características de *network* existentes em *coworkings* se associam positivamente ao desempenho dos negócios

H_{2A}: As características de network existentes em coworkings se associam positivamente ao desempenho financeiro dos negócios

H_{2B}: As características de *network* existentes em *coworkings* se associam positivamente ao desempenho de mercado dos negócios

H_{2C}: As características de *network* existentes em *coworkings* se associam positivamente ao desempenho individual dos usuários

Com relação à segunda hipótese, percebe-se que o construto *network* foi o que teve, proporcionalmente, menos associações significativas aos fatores de desempenho organizacional. Com apenas uma ligação fraca entre o *network* de apoio e o desempenho de mercado, não é possível aceitar a hipótese de que as características de *network* estão associadas ao desempenho dos negócios, pois dentre 6 associações possíveis, apenas 1 se mostrou capaz de estar associada, o que

é menos de 17% das possibilidades inicialmente previstas. Assim, a segunda hipótese foi rejeitada.

Por consequência, H_{2A} e H_{2C} também foram rejeitadas, visto que nenhuma das duas características se associou ao desempenho financeiro, tampouco ao individual. Por sua vez, H_{2B} pode ser aceita com a ressalva de que apenas o fator *network* de apoio apresentou correlação significativa.

H_3: O potencial de criatividade e inovação que as empresas têm acesso em *coworking* estão associados positivamente ao desempenho dos negócios.

H_{3A}: O potencial de criatividade e inovação que as empresas têm acesso em coworking estão associados positivamente ao desempenho financeiro dos negócios

H_{3B}: O potencial de criatividade e inovação que as empresas têm acesso em coworking estão associados positivamente ao desempenho de mercado dos negócios

H_{3C}: O potencial de criatividade e inovação que as empresas têm acesso em coworking estão associados positivamente ao desempenho individual dos usuários

Diferentemente da escala *network*, a criatividade/inovação trouxe notáveis associações para a análise das hipóteses. O fator *benchmark* apresentou real influência no desempenho dos negócios, estando associado significativamente a todos os fatores de desempenho presentes. Isso, somado à correlação entre a participação em eventos e o desempenho financeiro, possibilita concluir que os potenciais criativo e inovador estão associados ao desempenho dos negócios, confirmando a terceira hipótese.

Com relação às hipóteses decorrentes, a perspectiva financeira (H_{3A}) foi a única que contou com associação relevante de dois fatores do construto criatividade/inovação. Esse resultado reforça a ideia de que a amostra analisada tende a dar mais atenção às ideias coletadas com o aprendizado e a adaptação de práticas já existentes, sendo menos propensas a inovar. Quanto às perspectivas individual e de mercado, é possível aceitar as hipóteses H_{3B} e H_{3C} com a ressalva de que apenas o fator *benchmark* esteve associado de forma significativa.

H_4: A infraestrutura disponibilizada pelos espaços de *coworking* está associada positivamente ao desempenho dos negócios.

H_{4A}: A infraestrutura disponibilizada pelos espaços de *coworking* está associada positivamente ao desempenho financeiro dos negócios

H_{4B}: A infraestrutura disponibilizada pelos espaços de *coworking* está associada positivamente ao desempenho de mercado dos negócios

H_{4C}: A infraestrutura disponibilizada pelos espaços de *coworking* está associada positivamente ao desempenho individual dos usuários

O construto infraestrutura/ambiente apresentou resultados dentro do que foi compreendido de acordo com o levantamento teórico. As distinções promovidas pelos ambientes alternativos (cafeteria e *home office*) tornam o *coworking* um formato atrativo para o público que os frequentam, oferecendo profissionalismo e espaço adequado para trabalhar, com menos distrações e interrupções. Dessa forma, é possível aceitar H_4 e também a sub-hipótese H_{4C} a partir da associação significativa das características de infraestrutura com o desempenho individual.

Quanto ao fator espaço físico, que é mais objetivo que a percepção sobre as condições oferecidas, é possível observar a inexistência de influência relevante sobre aspectos financeiros e de mercado. Mesmo com essa ressalva, pode-se aceitar as hipóteses H_{4A} e H_{4B}, já que há uma correlação significativa das condições oferecidas com todos os fatores de desempenho. Dado que os resultados evidenciam a relevância desse fator, depreende-se a importância da oferta de planos com entrega adequada de valor percebido, de modo que o custo x benefício (tangível e intangível) compreendido pelos clientes gere retorno suficiente para estar associado ao desempenho de suas empresas.

H_5: A localização dos ambientes de *coworking* está associada positivamente ao desempenho dos negócios

H_{5A}: A localização dos ambientes de *coworking* está associada positivamente ao desempenho financeiro dos negócios

H_{5B}: A localização dos ambientes de *coworking* está associada positivamente ao desempenho de mercado dos negócios

H_{5C}: A localização dos ambientes de *coworking* está associada positivamente ao desempenho individual dos usuários

Mesmo sendo uma característica menos visada pela literatura, a localização mostrou-se um importante fator dentro da pesquisa e correlacionou significativamente com o desempenho financeiro. Apesar desse resultado, percebe-se que a correlação é fraca e que não houve associação significativa com o desempenho de mercado e nem individual, tirando a possibilidade de aceitar de H_5 como um todo.

Dentre as sub-hipóteses, apenas H_{5A} pode ser aceita, visto que o resultado mostrou que a localização dos *coworkings* está associada ao desempenho financeiro dos negócios. Já H_{5B} e H_{5C} foram rejeitadas dada baixa influência da localização sobre o desempenho de mercado e individual. Vale evidenciar que o construto ainda demanda uma abordagem mais ampla da literatura, pois as referências existentes ainda não possibilitam incluir mais características que aumentem a confiabilidade do construto. A Figura 17 contém um resumo dos testes de hipóteses.

Figura 17. Resumo dos testes de hipóteses

Hipótese	Sub-hip.	Resultado	Descrição
H_1	-	Aceita	A partir da existência de correlação significativa entre todos os fatores característicos do *coworking*, é possível aceitar a primeira hipótese.
H_2	**H_{2A}**	Rejeitada	A segunda hipótese foi rejeitada, visto que não houve correlação significativa entre os fatores de *network* e os desempenhos individual e financeiro.
	H_{2B}	Aceita	
	H_{2C}	Rejeitada	
H_3	**H_{3A}**	Aceita	A influência potencial de criatividade e inovação no desempenho pode ser aceita com a associação positiva do *benchmark* a todos os fatores, individual, financeiro e de mercado. A participação em eventos também se mostrou associada ao desempenho financeiro.
	H_{3B}	Aceita	
	H_{3C}	Aceita	
H_4	**H_{4A}**	Aceita	A quarta hipótese pode ser aceita à medida que o fator condições oferecidas se mostrou correlacionado a todos os fatores de desempenho organizacional. O fator espaço físico teve seu melhor resultado associado ao desempenho individual, contribuindo para aceitar H_4 e H_{4C}.
	H_{4B}	Aceita	
	H_{4C}	Aceita	
H_5	**H_{5A}**	Aceita	Pela falta de associações significativas suficientes, a quinta hipótese foi rejeitada. No entanto o construto localização apresentou influência no desempenho financeiro.
	H_{5B}	Rejeitada	
	H_{5C}	Rejeitada	

Fonte: elaboração própria (2020).

5. CONCLUSÕES E IMPLICAÇÕES

Apresentados os dados e os testes de hipóteses, são evidenciadas as conclusões que esta dissertação obteve após todo o processo.

Entende-se que a ascensão dos espaços de *coworking* como forma de compartilhamento de espaços de trabalho integra parte de uma nova tendência econômica (KRAUSE, 2019) considerada como uma das mais importantes do panorama atual (SEO *et al.,* 2017), mesmo ainda sendo um tema pouco explorado. Esses fatores evidenciam a necessidade de haver uma compreensão empírica e acadêmica mais ampla das consequências do *coworking* para os negócios (CAPDEVILA, 2013; 2015; UDA; ABE, 2015; 2016; NAKAO; MUSSI, 2018; HOWELL; BINGHAM, 2019).

A partir disso, essa dissertação buscou expor perspectivas que contribuam para o avanço dessas compreensões por meio do objetivo de analisar as associações entre as características do *coworking* e o desempenho de negócios na cidade do Recife. Considerando os resultados apresentados, é possível dizer que as características dos *coworkings* possuem associação com o desempenho dos negócios, dada a confirmação de nove dentre treze hipóteses e sub-hipóteses levantadas para esta pesquisa.

Pode-se entender que os espaços de *coworking* se mostram adequados para profissionais individuais e pequenos negócios que almejam encontrar meios de aprimorar seu desempenho e produtividade. Essa conclusão reforça a adequação do *coworking* para esse grupo de empreendedores e profissionais como um tipo de ambiente capaz de proporcionar práticas construtivas e colaborativas entre negócios.

Nas seções a seguir, o sumário do estudo contém uma revisão das etapas desenvolvidas e dos resultados obtidos pela pesquisa, seguido pelas inferências principais, que demonstram os entendimentos proporcionados pelos resultados da pesquisa. As contribuições do estudo apresentam o seu avanço prático e teórico, sendo o trabalho finalizado com a apresentação das limitações e as sugestões para pesquisas futuras.

5.1. Sumário do estudo

A principal premissa que embasou a discussão dessa dissertação foi a capacidade de as características de *coworkings* estarem associadas ao desempenho dos empreendedores e empresas localizados nesse tipo de ambiente. Partiu-se do pressuposto que os ganhos potenciais do *coworking* para os negócios não se restringem apenas a dividir custos de espaço, trazer profissionalismo à atuação ou evitar interferências e distrações, comuns em *home office* e cafeterias (SPINUZZI, 2012; CAPDEVILA, 2014; SOARES; SALTORATTO, 2015; WATERS-LYNCH; POTTS, 2017; BOUNCKEN, 2018).

Para tanto, mostrou-se necessário identificar quais características fazem a diferença entre os *coworkers.* Assim, a RSL apontou para quatro categorias características principais: 1. *network*, 2. criatividade e inovação; 3. infraestrutura e ambiente; 4. localização. No que se refere à escala de desempenho, foram depreendidas três categorias: 1. desempenho individual; 2. desempenho financeiro; 3. desempenho de mercado.

Como resultados obtidos após a coleta de dados, a partir da pesquisa de perfil, verificou-se que mais de 90% dos negócios em *coworkings* que compuseram a amostra são micro, pequenos ou individuais. Dentre os dados, entende-se que os achados estão alinhados à literatura e representam parte do mercado brasileiro, dada similaridade com informações disponibilizadas pelo Censo *Coworking* Brasil (2019; 2020).

Com relação às análises estatísticas, a correlação entre as variáveis características apresentou associações significativas, principalmente após a remoção dos *outliers*. Os ajustes realizados proporcionaram maiores índices de confiabilidade e uma analise fatorial mais adequada. No âmbito dessa análise fatorial, destacaram-se as associações entre caraterísticas e o desempenho: três das cinco hipóteses foram comprovadas pelos resultados. No âmbito dos objetivos de pesquisa, pode-se afirmar que eles foram atingidos, tanto pela descrição do perfil dos *coworkers,* quanto pelos testes de hipóteses e realização das análises fatorial e de correlação.

Na seção a seguir, serão abordadas as contribuições e inferências obtidas a partir dos resultados de cada uma das categorias e das hipóteses analisadas. A Figura 18 apresenta um resumo dos principais resultados dessa dissertação.

Figura 18. Resumo dos principais resultados desta dissertação

Resultado	Descrição
Perfil dos negócios	Dentre a amostra coletada, nota-se que mais de 90% dos negócios em *coworkings* são micro ou pequenos.
Escala fatorial	Foi elaborada uma escala de características dos *coworkings* com índices adequados de confiabilidade e adequação.
Relação *network* e criatividade	Infere-se que interação entre profissionais de *expertises* e conhecimentos diversos exerce está associado à formação criativa dos *coworkers.*
Relação *network* e Eventos	Os resultados mostram que a participação em eventos proporciona oportunidade para empreendedores formarem contatos e trocarem ideias entre si.
Relação espaço físico e criatividade	*Coworkings* com arquitetura adequada tendem a facilitar a comunicação, o *network*, o *benchmark* e a favorecer a inspiração criativa.
Relação *benchmark* e desempenho	A associação entre *benchmark* e as três categorias de desempenho evidencia a tendência de os *coworkers* que compuseram a amostra aproveitam os contatos formados no *coworking* para adaptar novas práticas de gestão aos seus negócios.
Relação infraestrutura e desempenho	Ter o espaço físico como diferencial e oferecer condições adequadas de preço e expedientes tende a elevar a percepção do desenvolvimento pessoal e profissional.
Relação entre localização e desempenho financeiro	Potencial de reduzir os custos com infraestrutura e transporte, além de poder ser estratégico para estar próximo de clientes.
Ausência de relação entre inovação e desempenho	Percebe-se uma tendência maior de adaptação de práticas existentes do que busca por inovações. Por isso, para a amostra, o *network* tem mais valor pelo *benchmark* do que pelo potencial de inovação.

Fonte: elaboração própria (2020).

Com esse resumo, pode-se concluir que, dentro da realidade da amostra coletada, as variáveis de criatividade/inovação e infraestrutura/ambiente foram as que apresentaram maior incidência de associações com o desempenho de mercado, individual e financeiro dos negócios em *coworking.* Vale destacar que, apesar da falta de associação significativa com os fatores de desempenho, os dados descritivos de *network* se mostraram importantes na percepção da amostra.

5.2. Inferências principais

Esta dissertação apresentou três resultados principais, conforme os objetivos estipulados: 1. Descrição do perfil dos negócios que fizeram parte da amostra,

validando a presença das MPEs em *coworkings*; 2. Análise das principais características dos *coworkings* e a identificação de correlação entre elas; 3. Análise das associações entre essas características e o desempenho dos negócios, possibilitando identificar a existência de correlação entre os fatores.

Com relação à descrição do perfil de negócios em *coworkings,* foi possível perceber que há uma alta média de concordância com a percepção de aspectos característicos dos ambientes de *coworking*, sendo todos os valores de mediana das variáveis mantidas na pesquisa tendo sido igual a 4 (quatro) ou a 5 (cinco). Isso significa que os usuários entendem que as características de *network*, criatividade, infraestrutura e localização do ambiente fazem parte do cotidiano como *coworker* e como empreendedor/gestor.

Percebe-se que a maior parte da amostra é composta por empresas individuais ou com equipe reduzida (de até 9 pessoas), trabalham, em sua maioria, no setor de serviços e têm seu faturamento principalmente pela atuação *online*. Isso possibilita entender que o ambiente de *coworking* se mostra adequado para este tipo de negócio: enxutos, com menos pessoas envolvidas, e que não necessariamente comercializem produtos físicos. Também vale destacar que a maior parte desses negócios estão em início de suas atividades, o que pode ensejar uma adequação maior do ambiente para empresas novas.

Apesar da prevalência de empresas novas, pode-se perceber a existência de um fluxo migratório em duas vertentes: a de negócios em fase inicial de suas operações, que utilizam o *coworking* para crescer, aprimorar sua atuação e migrar posteriormente para um espaço próprio, quando há necessidade e capacidade financeira. Da mesma forma, percebe-se que negócios mais maduros, que já experimentaram o crescimento e a utilização de outros espaços de trabalho, migram para o *coworking*, com vistas a aproveitar os benefícios do espaço e, principalmente, reduzir os custos com infraestrutura.

Essa inferência é possível quando se percebe que há uma maior preferência pela localização e pelo preço do espaço, quando questionados sobre os motivos que os levam a escolher o *coworking* para trabalhar. Isso mostra que a existência de *coworkers* dividindo o mesmo local não é determinante para a amostra pesquisada. Percebe-se que o que faz os empreendedores escolherem o *coworking* está mais

alinhado à relação custo x benefício entre o preço, a localização e a infraestrutura disponibilizada do que aos ganhos potenciais pelo *network*, por exemplo.

Destaca-se também o dado apresentado na Tabela 8, que mostrou a presença de 2 membros em *coworking* (2,60% da amostra) antes de o negócio ser iniciado, o que pode indicar que existem negócios que foram iniciados após a entrada dos membros no espaço. Esse fenômeno é indicado pela literatura como desdobramento da tendência de realização de negócios e sociedades a partir das relações construídas no *coworking* (SOARES; SALTORATO, 2015; UDA; ABE, 2015; CAPDEVILA, 2014; 2015; BOUNCKEN, 2018).

Com relação às características abordadas pela pesquisa, entendeu-se, a partir da RSL, que são as quatro principais características capazes de estarem associadas ao desempenho dos negócios. Apesar da literatura trazer indícios de relações entre as características, não havia uma pesquisa que abordasse essa relação estatisticamente. Por meio das correlações apresentadas, é possível confirmar que há ao menos uma correlação significativa entre fatores das principais características, que poderá ser testado e utilizado em pesquisas futuras como referência para a área. Essas associações entre características foram responsáveis por tornar aceita a primeira hipótese (H_1) levantada.

Destaque para a relação entre o *network* de apoio e de formação com *benchmark*, o que confirma o pressuposto teórico que a interação entre profissionais de *expertises* e conhecimentos diversos exerce influência na formação criativa dos *coworkers.* A participação em eventos também se mostrou um fator benéfico por estar associado a fatores de todas a características. Diferente das festas simples, os dados sobre a participação em eventos trazem a conclusão de que a exposição profissional dos *coworkers* exerce um papel potencialmente transformador na formação de contatos profissionais, o que pode representar novas parcerias, contratos e ganho de mercado. Além disso, essas associações justificam inclusive, existência de correlação significativa entre a participação em eventos e o desempenho financeiro.

Na categoria criatividade/inovação, seu alto grau de associação aos fatores de desempenho pode ser entendido como um contraponto ao baixo grau apresentado por *network.* A associação do *benchmark* aos fatores de desempenho possibilita a compreensão de que os *coworkers* tendem a estabelecer contatos em busca de novas práticas de gestão para seus negócios. Conclui-se, portanto, que o valor possível de

ser obtido através do *network*, por meio do *benchmark,* é o desenvolvimento de ideias, o aprendizado de técnicas e práticas de outros profissionais/empresas e a sua adaptação para o próprio negócio.

Essa conclusão também justifica a ausência de associação entre o fator inovação e os fatores de *network* com o desempenho. A tendência de haver mais adaptação de práticas existentes do que busca por inovações possibilita o entendimento que o *coworking* não tem o mesmo propósito de ser uma incubadora ou aceleradora de *startups.* Evidencia-se a distinção entre o compartilhamento de espaço e as aceleradoras de negócios, que tendem a abranger um nicho mais específico de perfil de empresas e empreendedores engajados em inovações tecnológicas. Como o *coworking* atrai também empreendedores de perfis variados (inovadores, tradicionais ou até híbridos), o resultado tende a desfavorecer a disseminação de práticas inovadoras. Apesar de ser uma característica importante, ela costuma ser menos acessível ao empreendedor médio, o que justifica a não associação do fator inovação ao desempenho dos negócios.

No âmbito do *network,* percebe-se que a sua caracterização por si só não é suficiente para gerar resultados entre os *coworkers.* A ausência de associação com o desempenho foi de encontro à literatura por ser o aspecto mais abordado nos estudos sobre *coworkings.* No entanto, a justificativa pode estar na amostra, visto que o principal motivo da escolha dos usuários não está no potencial que o *coworking* tem de proporcionar contatos, mas em aspectos de localização, preço e infraestrutura. Além disso, existe a possibilidade do *network* não ser exatamente uma característica fim, mas sim um meio que os usuários podem estar utilizando para obter os benefícios dos fatores de criatividade/inovação, como o *benchmark*, as ideias criativas e a própria adaptação de práticas de negócios.

No âmbito da infraestrutura/ambiente, percebeu-se que, relativamente, foi o construto com maior número de associações com o desempenho. Ter o fator condições oferecidas associado aos três de desempenho indica a importância da infraestrutura para os pequenos negócios, em especial os que trabalham sozinhos ou com equipe reduzida. Conforme exposto nas conclusões acerca dos principais motivos que levam os usuários a escolherem o *coworking*, percebe-se que a análise do custo x benefício tomada como referência para a decisão passa por analisar as condições oferecidas pelo espaço (fator que abrange a satisfação com os preços,

estrutura das salas, expedientes e arquitetura). Tanto a percepção de valor do espaço quanto de economia passam pela análise conjunta desses aspectos, além do próprio fator espaço físico (que está associado ao desempenho individual). Ter o espaço físico adequado às necessidades do usuário tende a elevar a percepção do desenvolvimento pessoal e profissional, seja pela presença em comunidade (diferente de estar *home office* ou em cafeterias) ou pelas demais influências que as características dos *coworkings* podem exercer.

Além do desempenho, o espaço físico também está associado a todos os construtos de criatividade, visto que uma arquitetura adequada tende a facilitar a comunicação, o *network*, o *benchmark* e a favorecer a inspiração criativa. Essa estrutura pode, inclusive, se associar à formação de *network* pelos usuários, seja pela distribuição dos espaços, pelo incentivo externo à realização de contatos ou pela realização de eventos que facilitem o estabelecimento de novas trocas de ideias.

Já para o construto localização, apesar de não ter sido possível aceitar a hipótese de sua associação com o desempenho (H_5), ele trouxe importantes perspectivas para os resultados. As primeiras a serem destacadas são as associações com a categoria criatividade/inovação (participação em eventos) e infraestrutura/ambiente (condições oferecidas). Essas associações fazem sentido pelo fato de serem fatores determinantes: a localização é capaz de determinar o público, o alcance do evento e as condições oferecidas, pois *coworkings* em grandes centros urbanos tendem a ser mais procurados. Quando um espaço (sendo ou não *coworking*) está localizado em um bairro periférico ou em um local direcionado a um nicho específico, a procura tende a ser menor. A segunda perspectiva é a influência no desempenho financeiro, associação que é consequência da capacidade que o *coworking* tem de reduzir os custos, por exemplo, com espaço físico, aluguel, móveis, manutenção, limpeza e transporte. Além disso, existe a possibilidade de sua utilização estratégica como forma de estar próximo a clientes em potencial, seja por meio de grandes centros ou por um *coworking* de nicho específico, alinhado aos propósitos do empreendedor.

5.3. Contribuições do estudo

A partir dos resultados obtidos com esta dissertação, é possível detalhar as contribuições acadêmicas, mercadológicas e sociais proporcionadas.

No âmbito acadêmico, o instrumento de pesquisa elaborado poderá ser utilizado em futuros trabalhos para agrupamentos *a priori,* no intuito de validá-lo ou complementá-lo, por exemplo. Considerando que esta foi uma pesquisa de caráter exploratório e seus níveis de confiabilidade e adequação da escala foram satisfatórios, os trabalhos futuros poderão utilizar um instrumento adequado.

Por meio dos fatores gerados pelas variáveis de cada construto, foi possível realizar a análise de correlações e entender, assim, a associação das características entre si e sua relação com o desempenho, resultando em um padrão fatorial confiável e que pode ser replicado em outras pesquisas na área. Com isso, destaca-se, portanto, a contribuição acadêmica da dissertação, que além de trazer novas informações para uma área que possui pouca literatura disponível, pode construir pontes para novos conhecimentos com as ideias propostas.

No âmbito de mercado, percebe-se que a decisão de estar em um *coworking* passa pela estratégia de negócio que, quando alinhada às perspectivas de colaboração, tende a fazer com que os empreendedores optem por estruturas que sigam esse princípio. Assim, diante de cenários desafiadores de instabilidade econômica, concorrência, hipercompetitividade, pode-se considerar como necessário ter a compreensão de aspectos associados a um nível de desempenho superior, a fim de subsidiar decisões cada vez mais racionais e inteligentes. Da mesma forma, para que os espaços de *coworking* possam ofertar propostas de valor adequadas, é importante que seus gestores compreendam como a configuração do espaço oferecido pode ter coerência e representar os desejos a que o seu público-alvo aspira.

Percebe-se, portanto, que o conhecimento proporcionado por este trabalho tem um relevante potencial contributivo para o mercado, tanto para as empresas e profissionais que desejarem conhecer como o *coworking* pode estar relacionado ao desempenho, um dos atributos mais importantes da constituição empresarial, além de munir a própria gestão dos *coworkings* com informações confiáveis que podem ajudar a prospectar mais clientes para o seu espaço.

Também é válido ressaltar que a amostra foi composta por pequenos negócios, que possuem ampla função social e econômica: geram empregos, promovem a circulação de renda e são responsáveis por gerar mais de 1/4 do PIB nacional (SEBRAE, 2014). Encontrar fatores e características que têm associação com o desempenho desses negócios é também contribuir com a construção social, visto que

as MPEs são as que mais sofrem com a instabilidade dos mercados e com problemas de gestão, fazendo com que muitas delas não consigam superar os dois primeiros anos de existência (IBGE, 2019). Com isso, evidencia-se a contribuição social que este trabalho pode proporcionar ao trazer luz a características e fatores que possam melhorar o desempenho das MPEs e contribuir para a ascensão de uma gestão eficiente de pequenos negócios e de *coworkings*.

5.4. Limitações

Conforme abordado na seção 3.6, esta dissertação contém insuficiências metodológicas que precisaram ser evidenciadas. Essa seção apresentou as limitações causadas pela ausência de uma amostra do tipo probabilística, sua impossibilidade de generalização de resultados e a possibilidade de existência de diferenças entre as diferentes médias da amostra.

Indo além das limitações já apresentadas, é necessário destacar o baixo número de componentes da amostra. Considerando que cerca de 38 variáveis foram mantidas e que a pesquisa contou com 77 participantes, tem-se uma proporção de cerca de 2 (dois) casos por variável. Esse número está abaixo do que recomenda Hair *et al.* (1998), que é de 5 (cinco) casos por variável. É preferível que estudos futuros procurem trabalhar com um número maior de respondentes, além de utilizar uma amostra probabilística.

Após a consideração sobre o número de componentes da amostra, também é preciso ressaltar a existência de outras caraterísticas que podem ser importantes para a perspectiva de desempenho dos negócios. Há possibilidade de estudos em outras vertentes como as características financeiras das empresas, a qualidade de vida dos usuários, a convivência em comunidade, a influência do *host* e da gestão sobre os *coworkers,* entre outros aspectos. Essas características que não foram exploradas podem se fazer presentes e explicar parte dos resultados e inferências encontradas nesta dissertação.

Outra limitação significativa é a ausência de distinção entre usuários e empresas. Além de poder existir uma diferença na média das respostas (conforme evidenciado na seção 3.6), a não distinção entre empreendedores individuais/autônomos e empresas que possuem uma equipe maior pode representar um viés na amostra. Esse viés pode ocorrer pois os resultados consideraram que os

dados analisados são referentes a pequenos negócios em geral. Pode ser importante que pesquisas futuras trabalhem sobre a diferença entre indivíduos e organizações, analisando-os de forma distinta.

Por fim, a última limitação está relacionada ao potencial efeito moderador entre algumas das variáveis características que foram analisadas. Pode-se citar o exemplo da relação entre o *network,* o *benchmark* e o desempenho. Observou-se que as variáveis de *network* não possuem associação significativa com o desempenho, enquanto o *benchmark* teve correlação significativa com todos os fatores de desempenho. Isso sugere a existência de um efeito moderador das variáveis de *network* sobre as de criatividade/inovação. Dado que a formação e o apoio de contatos profissionais são necessários para que as ideias sejam aprimoradas, faz sentido que o *network* não tenha finalidade em si mesmo, mas sirva como conexão para que se obtenha os benefícios criativos em *coworking*.

5.5. Sugestões para estudos futuros

Considerando os resultados desta dissertação, é possível perceber que a análise das quatro principais características dos *coworkings* e suas associações ao desempenho organizacional contribuiu para explicar uma parte dos fenômenos que ocorrem na influência de ambientes compartilhados sobre os negócios. Apesar de se notar um alinhamento entre fatores agrupados e os preceitos teóricos encontrados na literatura, existem outros aspectos que ainda devem ser analisados para ampliar essa compreensão, representando um potencial de contribuição deste trabalho para pesquisas futuras.

Inicialmente, pela existência de indicadores de confiabilidade e a adequação apropriados tornam possível a replicação da escala fatorial em estudos futuros, por exemplo, para análises fatoriais confirmatórias (AFC), inclusive para fins de validação do quadro utilizado nesta dissertação.

Também utilizando como referência o resultado apresentado na Tabela 8, é recomendável que estudos futuros possam compreender a incidência de negócios novos que surgem nos próprios espaços, a partir da colaboração entre *coworkers*. Percebe-se que o estabelecimento de contatos é algo recorrente, mas compreender a disposição dos usuários em identificar boas oportunidades de negócio e se associar a outro *coworker* pode encontrar um novo patamar de colaboração.

Percebe-se também a carência de estudos sobre a capacidade de inovação dentro dos ambientes de *coworking*, visto que não houve associações relevantes para este construto, além de não ter tido relação com o desempenho. De forma complementar, pesquisas futuras no âmbito da inovação podem explorar associações específicas entre o *network* e o *benchmark.* Nesse sentido, a ausência de relações inovadoras abriu espaço para o aprendizado e a adaptação de práticas já existentes, fenômeno que pode ser indicado inclusive para os negócios mais tradicionais, que não trabalhem com tecnologias disruptivas ou almejem revoluções em seu nicho de mercado.

Além disso, verifica-se também a necessidade de uma maior exploração do construto localização dos ambientes de *coworking.* Entender o impacto específico da localização na escolha de usuários e *hosts* dos espaços pode ser importante para esclarecer a relevância de tal característica para a formação dos negócios. Pode-se considerar que as decisões de estar em um grande centro urbano, próximo de casa ou naquele de menor custo façam sentido para os negócios, mas é preciso uma exploração mais ampla dentro dos próprios ambientes de *coworking*.

Também é necessário incluir o *host* dos *coworkings* no processo de conhecimento. A percepção da gestão sobre as características do espaço não foi considerada neste trabalho e poderia ser determinante para perspectivas como a infraestrutura/ambiente (espaço físico e condições oferecidas) e localização. A literatura também destaca o papel do *host* no estímulo à realização de contatos e de "quebra" das barreiras comunicativas, atuando como facilitador da conexão, aspecto que pode ter influência na perspectiva dos usuários onde há uma gestão mais ativa ou com menos envolvimento no fomento ao *network.*

Pelas limitações apresentadas por essa pesquisa no âmbito metodológico, também é recomendável que mais estudos quantitativos sejam realizados, de forma mais ampla, inclusive. Amostras probabilísticas e maiores do que a obtida, que possam conferir possibilidade de resultados generalizáveis e da realização de análises estatísticas mais amplas, como análise de regressão e elaboração de modelos estruturais, também são necessários para que a literatura em *coworking* seja melhor consolidada.

Portanto, sugere-se que as pesquisas futuras possam validar as categorias e ampliar as perspectivas aqui apresentadas. Essa ampliação se dará tanto no âmbito

teórico, com pesquisas qualitativas junto a usuários e *hosts,* quanto no âmbito metodológico, ao explorar melhor as técnicas estatísticas e, dentro do possível, validar a escala fatorial apresentada.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABE, Tomokazu; UDA, Tadashi. A Correlation Analysis of the Questionnaire Survey on Coworking Spaces in Japan. **Discussion Paper, Series A**, v. 299. p. 1-61. 2016.

ABE, Tomokazu; UDA, Tadashi. Current Status and Issues of Coworking Spaces in Japan. **Discussion Paper, Series A**, v. 302. p. 1-19. 2016.

AFRIFA, Godfred Adjapong; PADACHI, Kesseven. Working capital level influence on SME profitability. **Journal of Small Business and Enterprise Development**, v. 23, n. 1, p. 44-63, 2016.

ANDERSON, Neil; POTOČNIK, Kristina; ZHOU, Jing. Innovation and creativity in organizations: A state-of-the-science review, prospective commentary, and guiding framework. **Journal of Management**, v. 40, n. 5, p. 1297-1333, 2014.

ASSUNÇÃO, Aléxia Galvão; QUEIROZ, Filipe dos Anjos; COSTA, Robson Antônio Tavares. As variáveis necessidade e oportunidade e suas influências na abertura de micro e pequenas empresas: um estudo de campo no centro comercial de macapá-ap. **Saber Humano: Revista Científica da Faculdade Antonio Meneghetti,** v. 7, n. 10, p. 126-143, 2017.

BABBIE, Earl R. **The practice of social research**. 20. ed. Wadsworth Publishing Company, 2009.

BAKKE, Hanne Alves; LEITE, Alexandre Santos de Moura; SILVA, Luiz Bueno da. Estatística multivariada: aplicação da análise fatorial na engenharia de produção. **Revista Gestão Industrial**, v. 4, n. 4, 2008.

BARNEY, Jay B.; HESTERLY, William S. **Administração estratégica e vantagem competitiva**: conceitos e casos. trad. Regina Macedo. 5. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2017.

BAUER, Lidiane. **Estimação do coeficiente de correlação de Spearman ponderado**. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2007.

BENDASSOLLI, Pedro F.; WOODY JR, Thomaz; KIRSCHBAUM, Charles; CUNHA, Miguel Pina. Indústrias criativas: definição, limites e possibilidades. **Revista de Administração de Empresas**, v. 49, n. 1, p. 10-18, 2009.

BERRONE, Pascual, GERTEL, Hector, GIULIODORI, Roberto; BERNARD, Leandra, MEINERS, Eugenia. Determinants of Performance in Microenterprises: Preliminary Evidence from Argentina. **Journal of Small Business Management**, v. 52, n. 3, p. 477-500, 2014.

BIANCHI, Sabrina Ripoli; MACEDO, Daniel Almeida de; PACHECO, Alice Gomes. A uberização como forma de precarização do trabalho e suas consequências na questão social. **Revista Direitos, Trabalho e Política Social**, v. 6, n. 10, p. 134-156, 2020.

BIDO, Diogenes Souza; MANTOVANI, Daielly Melina Nassif; COHEN, Eric David. Destruição de escalas de mensuração por meio da análise fatorial exploratória nas

pesquisas da área de produção e operações. **Gestão & Produção**, v. 25, n. 2, p. 384-397, 2018.

BILANDZIC, Mark; FOTH, Marcus. Learning beyond books—strategies for ambient media to improve libraries and collaboration spaces as interfaces for social learning. **Multimedia tools and applications**, v. 71, n. 1, p. 77-95, 2014.

BOUNCKEN, Ricarda B. University coworking-spaces: mechanisms, examples, and suggestions for entrepreneurial universities. **International Journal of Technology Management**, v. 77, n. 1-3, p. 38-56, 2018.

BRITO NETO, Olavo Nylander; PEREIRA, Rodrigo Lisbôa; RIOS, Emerson; OLIVEIRA, Sandro Ronaldo Bezerra. Uma pesquisa qualitativa sobre o perfil de uma amostra das organizações certificadas no modelo MPT.Br. **Abakós**, Belo Horizonte, v. 2, n. 2, p. 3-23, 2014.

BUENO, Salvador; RODRÍGUEZ-BALTANÁS, Gonzalo; GALLEGO, M. Dolores. Coworking spaces: a new way of achieving productivity. **Journal of Facilities Management**, 2018.

BUNNELL, Dave; LINDEN, Van Der. **Is coworking the new incubator?**, 2011. Disponível em: <https://bit.ly/2Oj8UZ4> Acesso em: 12 jul 2020.

CALLADO, Aldo Leonardo Cunha; CALLADO, Antônio André Cunha; HOLANDA, Fernanda Marques de Almeida; LEITÃO, Carla Renata Silva. Utilização de indicadores de desempenho no setor hoteleiro de João Pessoa–PB. **Turismo-Visão e Ação**, v. 10, n. 1, p. 23-38, 2008.

CAMERON, Kim. Domains of organizational effectiveness in Colleges and Universities. **Academy Of Management Journal**, v. 24, n.1, p. 25-47, 1981.

CAMOZZATO, Elen Sauer; VERDINELLI, Miguel Angel; SERAFIM, Fernanda K. Preditores do desempenho de empresas instaladas em incubadoras do Estado de Santa Catarina. **Ciências da Administração**, v. 19, n. 48, p. 24-37, 2017.

CAPDEVILA, Ignasi. Co-working spaces and the localised dynamics of innovation in Barcelona. **International Journal of Innovation Management**, v. 19, n. 03, 2015.

_____. Different inter-organizational collaboration approaches in coworking spaces in Barcelona. **Available at SSRN 2502816**, 2014.

_____. Knowledge dynamics in localized communities: Coworking spaces as microclusters. **Available at SSRN 2414121**, 2013.

CARNEIRO, J. M. T. **Desempenho de Exportação de Empresas Brasileiras: uma abordagem integrada**. 2007. 489 f. Tese (Doutorado em Administração) – Instituo de Pós- Graduação e Pesquisa em Administração, UFRJ, Rio de Janeiro, 2007.

CARNEIRO, Jorge M. T.; SILVA, Jorge Ferreira; ROCHA, Angela; HEMAIS, Carlos A. Mensuração do desempenho organizacional: questões conceituais e metodológicas. **Estudos em negócios IV**, p. 145-175, 2005.

CARVALHAL, Felipe; MUZZIO, Henrique. ECONOMIA CRIATIVA E LIDERANÇA CRIATIVA: UMA ASSOCIAÇÃO (IM) POSSÍVEL?. **REAd. Revista Eletrônica de Administração (Porto Alegre)**, v. 21, n. 3, p. 659-688, 2015.

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

CHEAH, Sarah; HO, Yuen-Ping. Coworking and sustainable business model innovation in young firms. **Sustainability**, v. 11, n. 10, p. 2959, 2019.

COSTA, Adilson Cunha. Competências gerenciais e desempenho financeiro em micro e pequenas empresas. **Humanas & Sociais Aplicadas**, v. 9, n. 24, 2019.

COSTA, Thiago Martins; ARAUJO, Bruno Felix Von Borell de; BEIRUTH, Aziz Xavier. Capital Social E Desempenho Percebido Em Micro E Pequenas Empresas. **RAUnP - ISSN 1984-4204.**, v. 9, n. 1, p. 35-50, 2016.

COWORKING BRASIL. **Censo Coworking Brasil 2019**, 2020. Disponível em: <https://bit.ly/2zEC68S> Acesso em: 26 abr 2020.

_____. **Censo Coworking Brasil 2018**, 2019. Disponível em: <https://bit.ly/2PugyAG> Acesso em: 12 jul 2020.

_____. **Censo Coworking Brasil 2017**, 2018. Disponível em: <https://bit.ly/32gL74i> Acesso em: 12 jul 2020.

CRESWELL, J. W. **Projeto de pesquisa:** métodos qualitativo, quantitativo e misto. 3 ed. Porto Alegre: Artmed, 2010.

DAMÁSIO, Bruno Figueiredo. Uso da análise fatorial exploratória em psicologia. **Avaliaçao Psicologica: Interamerican Journal of Psychological Assessment**, v. 11, n. 2, p. 213-228, 2012.

DATASEBRAE. **Sobrevivência das Empresas**, 2016. Disponível em: <https://bit.ly/3gBjbfC> Acesso em: 7 ago 2020.

DE-LA-TORRE-UGARTE-GUANILO, Mônica Cecilia; TAKAHASHI, Renata Ferreira; BERTOLOZZI, Maria Rita. Revisão sistemática: noções gerais. **Rev. esc. enferm. USP**, São Paulo, v. 45, n. 5, p. 1260-1266, 2011.

DESS, Gregory G.; ROBINSON JR, Richard B. Measuring organizational performance in the absence of objective measures: the case of the privately-held firm and conglomerate business unit. **Strategic management journal**, v. 5, n. 3, p. 265-273, 1984.

DUBAL, Veena B. Wage Slave or Entrepreneur: Contesting the Dualism of Legal Worker Identities. **Calif. L. Rev.**, v. 105, p. 65, 2017.

EL-SAKTY, Khaled. **The Development of a Port Performance Measurement System**: With Reference to Damietta Port, Egypt. Tese (Doctor of Philosophy) - University of Huddersfield, United Kingdom. Reino Unido, p. 344. 2012.

ELSEVIER. **Sobre o SSRN.** 2020. Disponível em: <https://www.elsevier.com/pt-br/solutions/ssrn> Acesso em: 13 jul 2020.

EPSTEIN, Marc J.; ROY, Marie-Josée. Sustainability in action: Identifying and measuring the key performance drivers. **Long range planning**, v. 34, n. 5, p. 585-604, 2001.

FERREIRA, Alexsandro Arruda; HONGYU, Kuang. Análise fatorial exploratória aplicada no questionário do cadastro único. **Biodiversidade**, v. 17, n. 1, 2018.

FIEGENBAUM, Avi; HART, Stuart & SCHENDELK, Dan. Strategic Reference Points Theory, **Strategic Management Journal**, v.17, p.219-235, 1996.

FIELD, Andy. **Descobrindo a Estatística Usando o SPSS**. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2009.

FLICK, W. **Introdução à metodologia de pesquisa:** um guia para iniciantes. Porto Alegre: Penso, 2013.

FREEMAN, R. Edward. **Strategic management:** a stakeholder approach. Boston: Pitman, 1984.

FREUND, John E. **Estatística Aplicada:** economia, administração e contabilidade. trad. Claus Ivo Doerning. 11. ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.

FROOMAN, Jeef. Stakeholder influence strategies. **Academy of Management Review**, v. 24, n. 2, p. 191-205, 1999.

FUZI, Anita. Co-working spaces for promoting entrepreneurship in sparse regions: the case of South Wales. **Regional Studies, Regional Science**, v. 2, n. 1, p. 462-469, 2015.

GANDINI, Alessandro. The rise of coworking spaces: A literature review. **Ephemera**, v. 15, n. 1, p. 193, 2015.

GEORGOPOULOS, Basil S. & TANNENBAUM, Arnold S. A study of organizational effectiveness. **America Sociology Review,** v. 22, n.5, p. 534 – 540, 1957.

GERBER, Juliano Zaffalon; MIRANDA, Rodrigo Gabriel de; BORNIA, Antonio Cezar; FREIRES, Francisco Gaudêncio Mendonça. Organização de referenciais teóricos sobre diagnóstico para a previsão de demanda. **GESTÃO.Org:** Rev. Eletrôn. de gestão org., v. 11, n. 1, p. 160-185, 2013.

GERDENITSCH, Cornelia; SCHEEL, Tabea E; ANDORFER, Julia; KORUNKA, Christian. Coworking spaces: A source of social support for independent professionals. **Frontiers in psychology,**v. 7, p. 581, 2016.

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

GLOBAL COWORKING SURVEY. **Report Previews**, 2019. Disponível em: <https://bit.ly/3fm8WdE> Acesso em: 31 jul 2020.

GOMES, Ana Karla de Lucena Justino; CALLADO, Aldo Leonardo Cunha. Desempenho Organizacional das MPES: Estudo Comparativo entre Empresas

Cooperadas e Não Cooperadas. **Revista Contabilidade, Gestão e Governança**, v. 20, n. 3, p. 347-369, 2017.

GORGIEVSKI, Marjan J.; ASCALON, M. Evelina; STEPHAN, Ute. Small business owners' success criteria, a values approach to personal differences. **Journal of Small Business Management**, v. 49, n. 2, p. 207-232, 2011.

GRAY, D. E. **Pesquisa no mundo real**. trad. Roberto Cataldo Costa. 2. ed. Porto Alegre: Penso, 2012.

GUIMARÃES, Andréa Bastos da S.; CARVALHO, Kátia C.; PAIXÃO, Luiz Andrés Ribeiro. Micro, pequenas e médias empresas: conceitos e estatísticas. **RADAR - Ipea**. n. 55. 2018.

GUIMARÃES, Tomás de Aquino; NADER, Rosa Maria; RAMAGEM, Sérgio Pinela. Avaliação de desempenho de pessoal: uma metodologia integrada ao planejamento e à avaliação organizacionais. **Revista de Administração Pública**, Rio de Janeiro, v. 32, n. 6, p. 43 a 61, 1998.

HABER, Sigal; REICHEL, Arie. Identifying performance measures of small ventures - the case of the tourism industry. **Journal of Small Business Management,** v. 43, n.3, p. 257-286, 2005.

HAIR, Joseph. F.; TATHAN, Ronald. L.; ANDERSON, Rolph E.; BLACK, Willian. **Multivariate data analysis**. Upper Saddle River, NJ: Prentice hall, 1998.

HERNANDES, Elis; ZAMBONI, Augusto; FABBRI, Sandra. Using GQM and TAM to evaluate StArt - a tool that supports Systematic Review. **CLEI Electronic Journal**, Montevideo , v. 15, n. 1, p. 3, abr. 2012.

HOENDERVANGER, Jan Gerard; ERNST, Anja F; ALBERS, Casper J; MOBACH, Mark P; VAN YPEREN, Nico W. Individual differences in satisfaction with activity-based work environments. ***PloS one***, v. *13*. n. 3. 2018.

HOQUE, Zahirul; JAMES, Wendy. Linking balanced scorecard measures to size and market factors: impact on organizational performance. **Journal of management accounting research**, v. 12, n. 1, p. 1-17, 2000.

HOWELL, Tavis; BINGHAM, Chris. Coworking Spaces: Working Alone, Together. **Kenan Institute Working Paper**, 2019. Disponível em: <https://unc.live/2wb2g0Z> Acesso em: 7 ago 2020.

IBGE. **Demografia das empresas e estatísticas de empreendedorismo: 2017**. Rio de Janeiro : IBGE, 2019. Disponível em: <https://bit.ly/329A9xc> Acesso em: 12 jul 2020.

_____. **PNAD Contínua: taxa de desocupação é de 11,6% e taxa de subutilização é 23,5% no trimestre encerrado em fevereiro de 2020**, 2020. Disponível em: <https://bit.ly/3gYmo93> Acesso em: 12 jul 2020.

KANTER, Rosabeth M.; BRINKERHOFF, Derek. Organizational performance: recent development in measurement. **Annual Review Of Sociology**, v. 7, p. 321-349, 1981.

KAPLAN, Robert S.; NORTON, David P. Transforming the balanced scorecard from performance measurement to strategic management: Part I. **Accounting horizons**, v. 15, n. 1, p. 87-104, 2001.

_____. Putting the Balanced Scorecard to Work. **Harvard Business Review**, set-out. 1993.

_____. The balanced scorecard: measures that drive performance. **Harvard Business Review**, jan-fev. 1992.

KLOTZLE, Marcelo Cabus. Alianças estratégicas: conceito e teoria. **Revista de Administração contemporânea**, v. 6, n. 1, p. 85-104, 2002.

KÖCHE, José Carlos. **Fundamentos de metodologia científica**: teoria da ciência e iniciação à pesquisa. Petrópolis, RJ: Vozes, 2011.

KRAUSE, Ina. Coworking Spaces: Windows to the Future of Work? Changes in the Organizational Model of Work and the Attitudes of the Younger Generation. **Foresight and STI Governance**, v 13, n. 2, p. 52-60, 2019.

LAMEIRA, Francisco Leandro Martins; RIBEIRO, Tânia Guimarães. Uber: trabalho precarizado em tempos de economia de compartilhamento na cidade de Belém. **Complexitas–Revista de Filosofia Temática**, v. 4, n. 1, p. 79-84, 2019.

LAPPONI, Juan Carlos. **Estatística usando excel**. 8. ed. Rio de Janeiro: Elsevier Brasil, 2005.

LA ROVERE, Renata Lèbre. Perspectivas das micro, pequenas e médias empresas no Brasil. **Revista de Economia Contemporânea**, v. 5, n. 3, 2001.

LEBAS, Michel; EUSKE, Ken. A conceptual and operational delineation of performance. **Business performance measurement: Theory and practice**, p. 65-79, 2002.

LEE, Young S. Creative workplace characteristics and innovative start-up companies. **Facilities**, v. 34, n. 7/8, p. 413-432, 2016.

LEFORESTIER, Anne. **The co-working space concept:** CINE Term Project. Ahmedabad: Indian Institute of Management (IIMAHD), 2009.

LEME, Ruy Aguiar Da Silva. **Contribuições à teoria da localização industrial**. Instituto de Pesquisas Econômicas, 1982.

LEMES JÚNIOR, Antônio Barbosa; PISA, Beatriz Jackiu. **Administrando Micro e Pequenas Empresas**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

LEVINE, David. M.; BERENSON, Mark. L.; STEPHAN, David. **Estatística**: Teoria e Aplicações usando Microsoft Excel em Português. Rio de Janeiro: LTC, 2000.

LI, Yue; RAMA, Martin. Firm dynamics, productivity growth, and job creation in developing countries: The role of micro-and small enterprises. **The World Bank Research Observer**, v. 30, n. 1, p. 3-38, 2015.

LOPES, Manuela de Mesquita; BRANCO, Verônica Teixeira Franco Castelo; SOARES, Jorge Barbosa. Utilização dos testes estatísticos de Kolmogorov-Smirnov e

Shapiro-Wilk para verificação da normalidade para materiais de pavimentação. **Transportes**, v. 21, n. 1, p. 59-66, 2013.

MACIEL, Cristiano de Oliveira; REINERT, Mauricio; CAMARGO, Camila. Configurações estratégicas e desempenho organizacional: em busca de novos imperativos. **REBRAE**, v. 1, n. 2, p. 199-212, 2008.

MALHOTRA, N. K. **Investigacíon de Mercados**. 5. ed. México: Pearson Educación, 2008.

MANSANO, Fernanda Helen; PARRE, José Luiz; PEREIRA, Marcelo Farid. Análise fatorial aplicada para a classificação das incubadoras de empresas de base tecnológica do paraná. **Revista Brasileira de Estudos Regionais e Urbanos**, v. 11, n. 2, p. 133-151, 2017.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**, 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MARQUEZE, Elaine Cristina; MORENO, Claudia Roberta de Castro. Satisfação no trabalho-uma breve revisão. **Revista Brasileira de Saúde Ocupacional**, v. 30, n. 112, p. 69-79, 2005.

MATTOS, Carlos André Corrêa; CORRÊA, João Feliph Bonfim; MORAES, Laura da Conceição Luz Santos. Autoeficácia e Motivação para Aprender. **Revista Gestão & Sustentabilidade**, v. 2, n. 1, p. 57-70, 2020.

MILOVANOVIC, Snezana. Balancing Differences and Similarities within The Global Economy: Towards A Collaborative Business Strategy. **Procedia economics and finance**, v. 23, p. 185-190, 2015.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. O desafio da pesquisa social. In: DESLANDES, Suely Ferreira; GOMES, Romeu; MINAYO, Maria Cecília de Souza (Org.). **Pesquisa Social:** teoria, método e criatividade. 28. ed. p. 9-29. Rio de Janeiro: Vozes, 2009.

MINGOTI, S. A. **Análise de dados através de métodos de estatística multivariada**: uma abordagem aplicada. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2005.

MUZZIO, Henrique. Criatividade aberta: proposição teórica de análise a partir dos espaços de coworking. **Interações (Campo Grande),** Campo Grande, v. 20, n. 4, p. 1005-1018, 2019.

NAKAO, Breno Henrique Tomiyoshi **Uma configuração alternativa do trabalho:** *coworking* e o seu papel no desempenho organizacional. 2017. 109 f. Dissertação (Mestrado em Administração) Programa de Pós-Graduação em Administração UNISUL. Florianópolis, 2017.

NAKAO, Breno; MUSSI, Clarissa Carneiro. Uma Nova Configuração Do Trabalho: Análise Interpretativa Da Literatura De Coworking. **CONTEXTUS–Revista Contemporânea de Economia e Gestão**, v. 16, n. 2, p. 53-89, 2018.

NAVARRO, Flora da Silva; OLIVEIRA, Cyntia Meireles de; MOREIRA, Márcia Athayde; VASCONCELLOS, Ana Maria Albuquerque. Trajetória das microempreendedoras individuais na região metropolitana de Belém: crescimento pessoal, empoderamento feminino e a formalização de seus negócios. **REMIPE-**

Revista de Micro e Pequenas Empresas e Empreendedorismo da Fatec Osasco, v. 4, n. 1, p. 101-126, 2018.

NOGUEIRA, Mauro Oddo. **Um pirilampo no porão:** um pouco de luz nos dilemas da produtividade das pequenas empresas e da informalidade no Brasil; Colaboração: Graziela Ferrero Zucoloto. Brasília: Ipea, 2017.

OKANO, Marcelo Tsuguio; SIMÕES, Eliane Antonio; LANGHI, Celi. Digital business platforms: the power of digital transformation on mobile devices. **Research, Society and Development**, v. 9, n. 2, p. 95922097, 2020.

OLAVE, Maria Elena León; AMATO NETO, João. Redes de cooperação produtiva: uma estratégia de competitividade e sobrevivência para pequenas e médias empresas. **Revista Gestão & Produção**, v. 8 n. 3, p. 289-303, 2001.

OLIVEIRA, Brigitte Renata Bezerra de. **Determinantes do Desempenho Exportador no Agronegócio Brasileiro:** Ambiente Institucional e Características da Internacionalização das Firmas. 2015. 215 f. Tese (Doutorado em Administração) – Programa de Pós-Graduação em Administração, UFPE, Recife, 2015.

PARRINO, Lucia. Coworking: assessing the role of proximity in knowledge exchange. **Knowledge Management Research & Practice**, v. 13, n. 3, p. 261-271, 2015.

PEREIRA, Mauricio Fernandes; GRAPEGGIA, Mariana; EMMENDOERFER; Magnus Luiz; TRÊS, Douglas Luis. Fatores de inovação para a sobrevivência das micro e pequenas empresas no Brasil. **INMR-Innovation & Management Review**, v. 6, n. 1, p. 50-65, 2009.

PEREIRA, Larissa de Souza; NOGUEIRA, Mauro Oddo. Empresas de pequeno porte no Brasil: os dilemas da produtividade e da informalidade. **RADAR - Ipea**. 2018.

PETTICREW, Mark; ROBERTS, Helen. **Systematic reviews in the social sciences:** a practical guide. John Wiley & Sons, 2008.

PETTIGREW, Andrew M. Contextualist research and the study of organizational change processes. **Research methods in information systems**, v. 1, p. 53-78, 1985.

PORTAL DO EMPREENDEDOR. **Dúvidas frequentes**, 2020. Disponível em: <https://bit.ly/304XXjn> Acesso em: 13 jul 2020.

RIADINSKA, Valeria; KOZACHENKO, Oleksandr; IHNATIUK, Oleh. Prerequisites For The Introduction Of Modern Forms Of Self-employment Of The Population And Their Impact On The Country's Economy. **Baltic Journal of Economic Studies**, v. 4, n. 2, p. 209-213, 2018.

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa social:** métodos e técnicas. 3. ed. - 16. reimpr. São Paulo: Atlas, 2015.

ROBBINS, Stephen R. **Comportamento Organizacional**. tradução Reynaldo Marcondes. 11. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

SAMPAIO, Rosana Ferreira; MANCINI, Marisa Costa. Estudos De Revisão Sistemática: Um Guia Para Síntese Criteriosa Da Evidência Científica. **Revista Brasileira de Fisioterapia.** São Carlos, v. 11, n. 1, p. 83-89. 2007.

SANTOS, Juliana Bonomi. **Uma Proposta de Conceituação e Representação do Desempenho Empresarial**. Dissertação (Mestrado em Administração de Empresas) – FGV - EAESP. São Paulo, 2008.

SANTOS, Vanderlei dos; DOROW, Diego Roberto; BEUREN, Ilse Maria. Práticas gerenciais de micro e pequenas empresas. **Revista Ambiente Contábil**, v. 8, n. 1, p. 153-186, 2016.

SAUNDERS, Mark; LEWIS, Philip; THORNHILL, Adrian. **Research methods for business students**. Prentice Hall: London, 2009.

SEASHORE, Stanley E.; YUCHTMAN, Ephraim. Factorial analysis of organizational performance. **Administrative Quarterly Science**, v. 12, n. 3, p. 377-395, 1967.

SEBRAE. **Anuário do trabalho nos pequenos negócios:** 2017. 10. ed. São Paulo: DIEESE, 2019.

_____. **Perfil das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte.** Brasília. 2018. Disponível em: <https://bit.ly/2Zqvy8c> Acesso em: 13 jul 2020.

_____. **Participação das Micro e Pequenas Empresas na Economia Brasileira.** Brasília. 2014. Disponível em: <https://bit.ly/3eryUMu> Acesso em: 24 jan 2019.

SEO, Jongseok; LYSIANKOVA, Lidziya; OCK, Young-Seok; CHUN, Dongphil. Priorities of coworking space operation based on comparison of the hosts and users' perspectives. **Sustainability**, v. 9, n. 8, p. 1494, 2017.

SÉRGIO, Marina Carradore; GONÇALVES, Alexandre Leopoldo. Inovação aberta: o potencial das redes sociais colaborativas na gestão de ideias. **Informação & Sociedade**, v. 27, n. 3, 2017.

SHOHAM, Aviv. Export Performance: A Conceptualization and Empirical Assessment, **Journal of International Marketing**, v.6, n.3, p.59-81, 1998.

SICSÚ, João; CROCCO, Marco. Em busca de uma teoria da localização das agências bancárias: algumas evidências do caso brasileiro. **Economia**, v. 4, n. 1, p. 85-112, 2003.

SILVA, Jadson Freire; PINHO, Marco Aurélio Benevides de; OLIVEIRA, Brigitte Renata Bezerra de. Coworkings são para todos? uma análise de preços dos ambientes de trabalho compartilhados em Recife–PE (Brasil). **Navus-Revista de Gestão e Tecnologia**, v. 9, n. 4, p. 206-227, 2019.

SIMPLES NACIONAL. **Perguntas e respostas:** Simples Nacional. 2020. Disponível em: <https://bit.ly/2C7S10O> Acesso em: 12 jul 2020.

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

SOUZA, Gustavo Henrique; LIMA, Nilton Cesar; COELHO, Jorge Artur; OLIVEIRA, Sonia Valle; MILITO, Cláudia Maria. A influência das redes de cooperação no desenvolvimento de micro e pequenas empresas (MPES). **Desenvolvimento em Questão**, v. 13, n. 31, p. 259-294, 2015.

SOUZA, Israel; SOUZA, Marcos Aguiar. Validação da escala de autoeficácia geral percebida. **Revista Universidade Rural: Série Ciências Humanas**, v. 26, n. 1-2, p. 12-17, 2004.

SPINUZZI, Clay. Working alone together: Coworking as emergent collaborative activity. **Journal of Business and Technical Communication**, v. 26, n. 4, p. 399-441, 2012.

SUÁREZ, R. **Manual do Coworking**: o guia para donos e gestores. Serendipity Accelerator TM, 2016.

SUPRUN, Natalia. A.; YELISIEIEVA, L. V. Development of innovative forms of entrepreneurship in Ukraine in terms of globalization challenges of the XXI century. **Scientific Bulletin of Polissia***,* v. 1, n. 4, p. 212-215, 2017.

ŠVIRÁKOVÁ, Eva; SOUKALOVÁ, Radomila; BEDNÁŘ, Pavel; DANKO, Lukáš. Culture managers education: system dynamics model of the coworking design centre. **Procedia-Social and Behavioral Sciences**, v. 174, p. 1684-1694, 2015.

TINSLEY, Howard E.; TINSLEY, Diane J. Uses of factor analysis in counseling psychology research. **Journal of counseling psychology**, v. 34, n. 4, p. 414, 1987.

TRIOLA, Mário F. **Introdução à Estatística**. 7. ed. Rio de Janeiro: LTC, 1999.

UDA, Tadashi; ABE, Tomokazu. A Descriptive Statistics on Coworking Spaces in Japan. **Discussion Paper, Series A**, v. 297. p. 1-40. 2015.

VAN DE VEN, Andrew H.; JOHNSON, Paul E. Knowledge for theory and practice. **Academy of management review**, v. 31, n. 4, p. 802-821, 2006.

VAN HOLM, Eric Joseph. Makerspaces and contributions to entrepreneurship. **Procedia-Social and Behavioral Sciences**, v. 195, p. 24-31, 2015.

VANICHVATANA, Sonthya. Investigating Users' Perspectives of Coworking Space: Cases of Bangkok CBD. **Chinese Business Review**, v. 17, n. 9, p. 465-478, 2018.

VENKATRAMAN, Natarjan; RAMANUJAM, Vasudevan. Measurement of business performance in strategy research: a comparison of approaches. **Academy of Management Review**, v. 11, n. 4, p. 801-814, 1986.

VERA, María; SALANOVA, Marisa; MARTÍN DEL RÍO, Beatriz. Self-efficacy among university faculty: how to develop an adjusted scale. **Anales de Psicologia**, n. 27, v. 3, p. 800-807, 2011.

VICINI, Lorena. **Análise multivariada da teoria à prática**. Santa Maria, Monografia (Especialização em Estatística) – Departamento de Estatística, Santa Maria: Universidade Federal de Santa Maria, 2005.

VIDAL, Dimas Ferreira. Análise fatorial em administração: uma aplicação prática com o software SPSS. **Revista Eletrônica Estácio Papirus**, v. 3, n. 1, 2016.

VIEIRA, R. S. G.; PAIVA JUNIOR, F. G.; MELLO, S. C. B. As Estratégias Colaborativas de Redes de Negócios no Processo de Identificação de Oportunidades: O Caso de Empresas de Base Tecnológica. In: **IV Encontro de Estudos em Estratégia/3Es,**

Recife. 3Es - ANPAD, 2009. v. IV. Disponível em: <https://bit.ly/3fBWEOG> Acesso em: 7 ago 2020.

VIJ, Sandeep; BEDI, Harpreet Singh. Are subjective business performance measures justified? **International Journal of Productivity and Performance Management**, v. 65, n. 5, p. 603-621, 2016.

WANG, Yao. What are the biggest obstacles to growth of SMEs in developing countries? – An empirical evidence from an enterprise survey. **Borsa Istanbul Review**, v. 16, n. 3, p. 167-176, 2016.

WATERS-LYNCH, Julian; POTTS, Jason. The social economy of coworking spaces: A focal point model of coordination. **Review of Social Economy**, v. 75, n. 4, p. 417-433, 2017.

WITTE, Klemens. **Uber drivers**: precarious workers or flexible micro-entrepreneurs?. Doc Research Institute, 2019. Disponível em: <https://bit.ly/35btkwz> Acesso em: 4 set 2020.

APÊNDICE

1. Protocolo da revisão sistemática

Objetivo:

Investigar como as características do *coworking* influenciam as empresas localizadas nesses espaços.

Contexto:

Influência das características do *coworking* nos negócios.

Horizonte de pesquisa:

Estudos publicados a partir de 2009, compreendendo os últimos 10 anos.

Idiomas:

Artigos em Português e em Inglês.

Questões de revisão:

1. Quais as características dos *coworkings* que, relacionadas, têm potencial para melhorar desempenho dos negócios?
    a. Quais as características identificadas?
    b. Que tipos de resultados podem ser percebidos?

Palavras-chave:

Coworking; características; desempenho; resultado.

Estratégia de revisão:

Utilizou-se como estratégia de revisão a não distinção entre os termos *co-working* e *coworking*. De acordo com Gandini (2015), a palavra *'coworking'* foi concebida sem o hífen para indicar a prática de trabalhar de forma individual, mas em um ambiente compartilhado, diferenciando-se de *co-working* (com hífen), que indica trabalhar conjuntamente em um projeto específico. Apesar das diferenças conceituais, esses termos são comumente usados como sinônimos, no sentido de *coworking* - trabalho individual em ambiente compartilhado.

Critérios de Inclusão:

1. Artigos científicos publicados em periódicos que abordem o *coworking* como tema principal.
2. Artigos científicos publicados em periódicos que abordem aspectos do *coworking* aplicados a empresas.
3. Estudos que possuam evidências científicas ou empíricas com base em dados, sejam qualitativos ou quantitativos.
4. Estudos que contribuam para responder às perguntas de pesquisa.

Critérios de exclusão:

1. Artigo que não se encontre nos idiomas propostos: inglês ou português;
2. Artigo que fuja ao tema proposto ou não seja apto a trazer informações necessárias para responder à pergunta de pesquisa;
3. Artigo de outras áreas do conhecimento que não estejam relacionadas às ciências sociais aplicadas (administração, economia, finanças, empreendedorismo, entre outras);
4. Artigo que não tenha o seu texto disponível na íntegra ou gratuitamente;
5. Artigo que esteja repetido ou duplicado;
6. Artigo que tenha uma versão ampliada mais recente;
7. Partes ou capítulos de livros;
8. Estudos anteriores ao ano de 2009.

Termos de busca:

"Coworking" OR "Co-working"

Bases de dados:

Web of Science;
Scopus;
Science Direct;
ProQuest;
SSRN;
Scielo*;
Spell*.

* Não apresentam resultados nos termos de busca.

Base de trabalhos utilizada:

Autores	Título	Ano	Origem	Base
RIADINSKA, Valeria; KOZACHENKO, Oleksandr; IHNATIUK, Oleh.	Prerequisites for the introduction of modern forms of self-employment of the population and their impact on the country's economy	2018	Baltic journal of economic studies	Web of Science
BOUNCKEN, Ricarda B.	University coworking-spaces: mechanisms, examples, and suggestions for entrepreneurial universities	2018	International journal of technology management	Web of Science
CASTILHO, Marcelo F.; QUANDT, Carlos O.	Collaborative Capability in Coworking Spaces: Convenience Sharing or Community Building?	2017	Technology innovation management review	Web of Science
SEO *et al.*	Priorities of Coworking Space Operation Based on Comparison of the Hostsand Users' Perspectives	2017	Sustainability	Web of Science
GERDENITSCH *et al.*	Coworking Spaces: A Source of Social Support for Independent Professionals	2016	Frontiers in psychology	Web of Science
SOARES, Juliana Maria Moreira; SALTORATO, Patricia.	Coworking, uma forma de organização de trabalho: conceitos e práticas na cidade de São Paulo	2015	AtoZ - novas práticas em informação e conhecimento	Web of Science
FUZI, Anita	Co-working spaces for promoting entrepreneurship in sparse regions: the case of South Wales	2015	Regional studies regional science	Web of Science
ŠVIRÁKOVÁA *et al.*	Culture Managers	2014	Procedia -	Science

	Education: System Dynamics Model of the Coworking Design Centre		Social and Behavioral Sciences	Direct
VAN HOLM, Eric Joseph	Makerspaces and Contributions to Entrepreneurship	2015	Procedia - Social and Behavioral Sciences	Science Direct
MILOVANOVIC, Snezana	Balancing Differences and Similarities within The Global Economy: Towards A Collaborative Business Strategy	2015	Procedia - Economics and Finance	Science Direct
HOENDERVANGER *et al.*	Individual differences in satisfaction with activity-based work environments	2018	PLoS One	ProQuest
LEE, Young S.	Creative workplace characteristics and innovative start-up companies	2016	Facilities	ProQuest
PARRINO, Lucia	Coworking: assessing the role of proximity in knowledge exchange	2015	Knowledge Management Research & Practice	ProQuest
BILANDZIC, Mark; FOTH, Marcus	Learning beyond books - strategies for ambient media to improve libraries and collaboration spaces as interfaces for social learning	2014	Multimedia Tools and Applications	ProQuest
CAPDEVILA, Ignasi	Knowledge Dynamics in Localized Communities: Coworking Spaces as Microclusters	2013	SSRN	
WATERS-LYNCH, Julian; POTTS, Jason	The Social Economy of Coworking Spaces: A Focal Point Model of Coordination	2017	Review of Social Economy	SSRN

CAPDEVILA, Ignasi	Different Inter-Organizational Collaboration Approaches in Coworking Spaces in Barcelona	2014	SSRN	
CAPDEVILA, Ignasi	Coworking Spaces and the Localized Dynamics of Innovation in Barcelona	2015	International Journal of Innovation Management	SSRN
ABE, Tomokazu; UDA, Tadashi.	A Correlation Analysis of the Questionnaire Survey on Coworking Spaces in Japan	2016	Discussion Paper, Series A - HUSCAP	SSRN
UDA, Tadashi.; ABE, Tomokazu.	A Descriptive Statistics on Coworking Spaces in Japan	2015	Discussion Paper, Series A - HUSCAP	SSRN
ABE, Tomokazu; UDA, Tadashi.	Current Status and Issues of Coworking Spaces in Japan	2016	Discussion Paper, Series A - HUSCAP	SSRN
VANICHVATANA, Sonthya	Investigating Users' Perspectives of Coworking Space: Cases of Bangkok CBD	2018	Chinese Business Review	SSRN
SPINUZZI, Clay.	Working alone together: coworking as emergent collaborative activity	2012	Journal of Business and Technical Communication	Bola de neve

Fonte: elaboração própria (2020)

ANEXOS

1. Carta de apresentação

PADR
Programa de Pós-Graduação em Administração e Desenvolvimento Rural

UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DE PERNAMBUCO

A INFLUÊNCIA DO **Coworking** NO DESEMPENHO DAS MPEs EM RECIFE

Prezados colegas do _____ *coworking*:

Eu me chamo Hérique Ribeiro e sou estudante do Mestrado em Administração e Desenvolvimento da UFRPE, orientado pelas professoras Telma Lima e Renata Oliveira.

Pedimos o apoio de vocês na fase de coleta de dados da dissertação, cujo objetivo é analisar como o *coworking* influencia o desempenho de MPEs na cidade do Recife (conforme o questionário anexo).

O apoio a esta pesquisa é **importante** pois muitos empreendedores, profissionais e empresas **optam por trabalhar em ambientes compartilhados ou *coworkings***. E uma das **peças-chave** para essa escolha é a perspectiva de **desempenho** que esses locais podem proporcionar.

O desempenho é **essencial** para as **decisões de qualquer empresa,** profissional ou empreendedor, **inclusive para a escolha do seu local de trabalho**.

Dito isso, **solicito que esse e-mail seja encaminhado às empresas/profissionais que frequentam os espaços do _____ *coworking*.**

A apresentação que consta no formulário contém mais detalhes sobre os objetivos do trabalho, a duração e o contato do pesquisador e orientadoras.

Agradecemos a disponibilidade e, em caso de dúvidas, não hesitem em entrar em contato!

Obrigado!

Hérique Ribeiro
Mestrando em Administração e Desenvolvimento UFRPE

Telma Lima
Professora do PADR e do Departamento de Administração - DADM UFRPE - Orientadora

Renata Oliveira
Professora do Departamento de Administração - DADM UFRPE – Co-orientadora

2. Questionário de pesquisa

Para controle do pesquisador: Número _____ Aplicado no _____

Principal *coworking* que frequento:
_____

Modo de utilização:
◯ Ambiente compartilhado ◯ Sala privativa ◯ Ambos ◯ Outro:_____

Utilizo o *coworking*:
◯ Por **hora** avulsa ◯ Por **dia** avulso ◯ Até 60h/**mês** ◯ De 61 a 120h/**mês** ◯ Acima de 120h/**mês**

Costumo frequentar:
◯ Sempre o mesmo espaço de *coworking* ◯ Mais de um espaço de *coworking*

Qual(is):
_____
_____

Qual o principal motivo que levou você a escolher esse(s) *coworking(s)* (escolha apenas 1):
◯ Melhor preço ◯ Melhor localização ◯ Potencial de *networking* ◯ Infraestrutura ◯ Horário de funcionamento

De acordo com a legenda, marque um 'X' no número que representa sua experiência no *coworking* que **mais frequenta.**

1. *Coworking*

Legenda: **1** = Discordo totalmente; **2** = Discordo parcialmente; **3** = Nem concordo nem discordo; **4** = Concordo parcialmente; **5** = Concordo totalmente; **99** = não sei/não se aplica

Network							
1	No *coworking*, contatos profissionais são estabelecidos	1	2	3	4	5	99
2	Tenho apoio de usuários/empresas no *coworking* para meus projetos	1	2	3	4	5	99
3	No *coworking* ocorre troca de conhecimentos entre usuários/empresas	1	2	3	4	5	99
4	As pessoas no *coworking* possuem disposição para conversar sobre negócios	1	2	3	4	5	99
5	No *coworking* encontro profissionais de diversas áreas de atuação	1	2	3	4	5	99
6	É benéfico conviver com profissionais de diversas áreas de atuação	1	2	3	4	5	99
7	Entre os usuários deste *coworking*, há semelhança de valores/ideais em geral	1	2	3	4	5	99
8	Interajo com as mesmas empresas/usuários neste *coworking*	1	2	3	4	5	99
9	Meus atuais contatos neste *coworking* me proporcionam novas conexões profissionais	1	2	3	4	5	99
10	Estabeleço conexões com pessoas novas neste *coworking*	1	2	3	4	5	99
11	No *coworking*, compartilham-se ideias sobre negócios entre os usuários	1	2	3	4	5	99
12	Ocorre interação entre usuários ainda que não apresentados formalmente	1	2	3	4	5	99
13	Os usuários/empresas deste *coworking* fazem negócios entre si	1	2	3	4	5	99
Criatividade/inovação							
14	Novos produtos são desenvolvidos por usuários/empresas no *coworking*	1	2	3	4	5	99
15	Novos processos são desenvolvidos por usuários/empresas no *coworking*	1	2	3	4	5	99
16	No *coworking* que frequento é possível aprender com as práticas de outros usuários/empresas	1	2	3	4	5	99
17	Adapto práticas de gestão outros usuários do *coworking* na minha empresa	1	2	3	4	5	99
18	Estar no *coworking* proporciona maior foco/concentração no meu negócio	1	2	3	4	5	99
19	Eventos promovidos pelo espaço *coworking* abrem portas para novos contatos de negócios	1	2	3	4	5	99
20	Eventos promovidos pelo espaço *coworking* fomentam a troca de ideias	1	2	3	4	5	99
Ambiente/infraestrutura							
21	É adequado receber clientes no espaço de *coworking*	1	2	3	4	5	99
22	O conforto ergonômico/acústico do ambiente facilita a prática das atividades desempenhadas	1	2	3	4	5	99
23	O *coworking* proporciona acesso a máquinas/equipamentos atualizados	1	2	3	4	5	99
24	A equipe de suporte de *coworking* (atendimento, recepção e limpeza) é adequada às minhas atividades	1	2	3	4	5	99
25	Os pacotes de endereço fiscal/comercial são úteis para meu negócio	1	2	3	4	5	99
26	Salas de reunião possuem estrutura satisfatória às necessidades da minha empresa	1	2	3	4	5	99
27	Estou satisfeito com os preços praticados neste *coworking*	1	2	3	4	5	99
28	No *coworking* que frequento, os expedientes são flexíveis (escolho os horários de trabalho da minha empresa com facilidade)	1	2	3	4	5	99
29	A arquitetura do ambiente de *coworking* que frequento é diferenciada	1	2	3	4	5	99
30	Fora do *coworking* é mais difícil estabelecer contatos profissionais	1	2	3	4	5	99
Localização							
31	A localização do *coworking* favorece meus negócios	1	2	3	4	5	99
32	A localização do *coworking* favorece meu deslocamento pessoal	1	2	3	4	5	99
33	Este *coworking* se preocupa com a segurança de seus usuários	1	2	3	4	5	99

2. Desempenho

Nesta seção marque os números de 1 a 5 de acordo com o seu **grau de satisfação** em relação ao seu negócio, sendo **1** = totalmente **insatisfeito** // **5** = totalmente **satisfeito**.

1	Desenvolvimento pessoal	1	2	3	4	5
2	Desenvolvimento profissional	1	2	3	4	5
3	Receita obtida pelo negócio	1	2	3	4	5
4	Perspectiva de futuro do negócio	1	2	3	4	5
5	Investimento aplicado no negócio	1	2	3	4	5
6	Desempenho comparado aos concorrentes principais	1	2	3	4	5
7	Margem de lucro	1	2	3	4	5
8	Redução de custos	1	2	3	4	5
9	Crescimento das vendas	1	2	3	4	5
10	Captação de clientes	1	2	3	4	5
11	Rentabilidade do negócio (retorno do investimento)	1	2	3	4	5
12	Volume do negócio (ex.: nº de produtos vendidos, projetos realizados, clientes atendidos, etc.)	1	2	3	4	5

3. Perfil empresarial

Área de atuação do negócio:	◯ Comércio ◯ Serviços ◯ Indústria ◯ Agronegócio ◯ ONG/OS ◯ Outra:			
Sou formalizado(a) como:	◯ Autônomo(a)/Profissional Liberal ◯ MEI ◯ EIRELI ◯ ME ◯ EPP ◯ Outro:			
Meu negócio fatura:	◯ Até 81 mil reais/ano ◯ De 81 a 360 mil reais/ano ◯ De 360 mil a 4,8 milhões de reais/ano ◯ Acima de 4,8 milhões de reais/ano			
Nº de funcionários	◯ Individual ◯ Até 9 funcionários ◯ De 10 a 49 funcionários ◯ De 50 a 99 funcionários ◯ Mais de 100 funcionários			
Origem do meu faturamento:	◯ Online ◯ Offline ◯ Ambos			
Ano de fundação da empresa:		Frequento *coworking(s)* desde:		Frequento **este** *coworking* desde:
Cargo que ocupo:				