

CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA
ESCOLA TÉCNICA ESTADUAL DE CIDADE TIRADENTES
CURSO TÉCNICO DE NÍVEL MÉDIO EM ADMINISTRAÇÃO

BRENO HENRIQUE
EDUARDO FERNANDES
GEOVANNA DE QUEIROS
LUCAS TELINI
PEDRO HENRIQUE MIOTTO RAMOS

**A APLICABILIDADE DA FERRAMENTA COWORKING NA
EXPANSÃO DE OPORTUNIDADES DOS EMPREENDEDORES**

São Paulo

2020

**BRENO HENRIQUE
EDUARDO FERNANDES
GEOVANNA DE QUEIROS
LUCAS TELINI
PEDRO HENRIQUE MIOTTO RAMOS**

**A APLICABILIDADE DA FERRAMENTA COWORKING NA
EXPANSÃO DE OPORTUNIDADES DOS EMPREENDEDORES**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso técnico em administração da ETEC de Cidade Tiradentes, orientado pela professora Priscila Lima Pio, como requisito parcial para obtenção de título de técnico em administração.

São Paulo

2020

Dedicamos a todos os professores, alunos, funcionários e demais pessoas, da escola técnica estadual de Cidade Tiradentes. Sem vocês não seríamos capazes de progredir no nosso conhecimento e finalizar devido trabalho, um trabalho que nos demandou tempo, responsabilidade e conhecimento e que no fim valeu a pena.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos a Professora Priscila e Professora Sandra pelo auxílio na preparação desse Trabalho de Conclusão de Curso e a ETEC Cidade Tiradentes pela oportunidade e por nos ter proporcionado toda assistência durante processo acadêmico.

RESUMO

Este trabalho é resultado de um estudo que visa provar que o empreendedorismo e a nova forma de trabalho coworking podem mudar para melhor a economia de um bairro. Para um melhor entendimento, abrangemos os temas: empreendedorismo, coworking e subtemas dentro destes. Com auxílio de uma pesquisa realizada através de um questionário virtual, foi possível obter informações para análise. Após a finalização do estudo, observou-se que a maioria das respostas obtidas foram a favor da implementação de projetos empreendedores no bairro. Com todo o embasamento dos resultados da pesquisa, concluímos que o coworking traria bons resultados à economia local e daria auxílio e base para novos negócios.

Palavras chave: Empreendedorismo; Networking; Negócio; Coworking.

ABSTRACT

This work is the result of a study that aims to prove that entrepreneurship and the new form of coworking work can change a neighborhood's economy for the better. For a better understanding, we cover the themes: entrepreneurship, coworking and sub-themes within these. With the aid of a survey conducted through a virtual questionnaire, it was possible to obtain information for analysis. After completing the study, it was observed that most of the responses obtained were in favor of implementing entrepreneurial projects in the neighborhood. With all the basis of the research results, we concluded that coworking would bring good results to the local economy and would provide support and a base for new businesses.

Keywords: Entrepreneurship; Networking; Business; Coworking.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	1
1.2. Objetivo Geral	1
1.2.1 Objetivos Específicos	2
1.3. Justificativa	2
1.4. Hipóteses	3
1.5. Metodologia	3
2. EMPREENDEDORISMO	5
2.1. Tipos de Empreendedorismo	5
2.2. Ferramentas do Empreendedorismo	7
2.3. Empreendedorismo na Periferia	8
2.4 Mudança na Vida de Empreendedores Periféricos	9
2.5 A Mulher no Empreendedorismo	10
3. COWORKING	12
3.1 Origem do Coworking	12
3.2 Coworking Público	13
3.2 Perfis dos Usuários de Coworking	14
4. ANÁLISE DE RESULTADOS	15
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	20
6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	21

1. INTRODUÇÃO

Este trabalho irá propor o contato com o coworking, onde apontaremos as principais características desse modelo de negócios.

Tendo em vista esse pensamento nosso objetivo é mostrar a importância do coworking para a população, principalmente para o público que busca conhecimento na área do empreendedorismo. Observando de perto percebemos que a aplicabilidade dessa ferramenta é inovadora tanto para o empregado quanto para as organizações pela possibilidade e praticidade que o coworking disponibiliza.

Dito isso, decidimos apresentar essa ferramenta por se tratar de um método inovador e acessível, especificamente na região em que nos encontramos, sendo o local mais afastado do centro de São Paulo.

Pelo fato dessa ferramenta ser algo muito novo e distante da realidade dos empreendedores periféricos ainda há muitos pontos a serem explorados pelos mesmos.

Portanto nossa finalidade é auxiliar esses empreendedores que não dominam a área dos negócios.

1.1. Problema

Como o Coworking ajudaria no desenvolvimento econômico local?

1.2. Objetivo Geral

Promover oportunidades de negócio

1.2.1 Objetivos Específicos

- Analisar o cenário dos empreendedores atuais;
- Demonstrar as possibilidades de redução de custos nos coworking's;
- Possibilitar a troca de informações entre pessoas compartilhando o espaço;
- Contribuir com a destruição criativa na Cidade Tiradentes

1.3. Justificativa

A aplicabilidade da ferramenta coworking na expansão de oportunidades dos empreendedores é importante porque fortalece a economia regional, possibilita a troca de informações, network, criação de novos projetos para o mercado de trabalho e impulsiona os empresários que não tem ou não querem gastar seus recursos para abrir o seu negócio.

“A literatura sobre o tema identifica que o desenvolvimento de interação nestes espaços pode ter como finalidade a interação social com o objetivo de geração de negócios e, inclusive, que desenvolva características de comunidade nos seus espaços.” (AVANCINE . D . L, 2018 pág. 01)

Sua relevância trata-se de mostrar que é possível investir em um modelo inovador de negócio num bairro periférico como a Cidade Tiradentes.

“[...] Rocha, conhecido como DJ Bola, resolveu abandonar seu emprego de motoboy e tentar mudar a realidade local por meio da música. [...] Não apenas empreendem na periferia, mas também incentivam e impulsionam outros empreendedores sociais que querem surgir na periferia.” (BARKI. E. E. R, 2017, pág. 02)

O projeto é viável, porque a princípio será utilizado o lugar e a conexão Wi-fi oferecidos pelo governo, isso otimizará os custos para a criação do espaço que levaria em torno de um ano para ser posto em prática, nesse tempo inclui a negociação com os responsáveis do espaço e aquisição dos recursos para mobiliar.

1.4. Hipóteses

- O ambiente de coworking contribui para a expansão dos negócios;
- Possibilitar a oportunidade para o empreendedor abrir seu próprio negócio na região;
- O coworking contribui com o crescimento da economia local.

1.5. Metodologia

A metodologia é o caminho que o pesquisador escolhe para seguir o seu projeto acadêmico. Pode ser dividida:

- Quanto aos fins:

- **Exploratória:** primeira aproximação com o tema, visa conhecer os fatos e fenômenos relacionados ao tema. É feita através de:
 - Pesquisas curtas;
 - Dialogar com profissionais;

- Visitar empresas.

- **Descritiva:** levantamento das características conhecidas, componentes do fato, fenômenos, processos. É feito através de:

- Fichamento.

- Quanto aos meios:

- **Pesquisa de campo:** investigação realizada onde ocorreu o fenômeno. É feito através de:

- Coleta de dados.

- **Pesquisa telematizada:** busca de informações em meios de telecomunicações. É feita através da:

- Internet.

- **Pesquisa bibliográfica:** estudo sistematizado desenvolvido com base em material publicado, podendo ser de fonte primária ou secundária. É feita através de:

- Síntese de artigos referente ao tema.

2. EMPREENDEDORISMO

É o processo de iniciativa de implementar novos negócios ou mudanças em empresas já existentes.

No Brasil, aproximadamente 70% das pessoas sonham em ter o próprio negócio um dia. E a grande maioria deste número, abrem um empreendimento sem nenhuma perspectiva de crescimento, já que tomam está atitude do dia para a noite, sem nenhuma análise prévia e com isso acabam culpando o mercado pelo seu fracasso. Criar um empreendimento vai muito além de ter dinheiro, é necessário calma e muita cautela sobre o cenário em que está entrando.

Empreendedorismo no Brasil: no Brasil, ser empreendedor não é uma tarefa das mais fáceis por questões burocráticas, financeiras, gestão de pessoas e inovação, todos esses percalços dificultam a continuidade do negócio.

Mas com o famoso "jeitinho brasileiro" quase tudo é possível, este termo que em sua maioria usado de forma pejorativa, irá ganhar um novo significado. O jeitinho brasileiro auxilia os novos empreendedores a acharem maneiras criativas de seguir em frente com seus projetos, sem deixarmos de lado a suma importância que o estudo tem.

“[...] o jeitinho é uma maneira especial, eficiente, rápida e criativa de agir: para controlar e facilitar situações, conseguir e resolver coisas, contornar dificuldades, conseguir favores, buscar amigo, fugir à burocracia, solucionar problemas, acomodar-se, sair de uma situação e burlar a fiscalização, utilizando-se de simpatia pessoal, influência de terceiros, um bom papo, um agrado financeiro, arranjo técnico, etc.” (VIEIRA; COSTA; BARBOSA, 1982, p. 21)

É de suma importância saber onde você está se metendo para não ser pego de surpresa, não é fácil, ainda mais no país em que vivemos que para uma empresa ser aberta são necessários no mínimo 3 meses, mas com bastante cautela e ciência dos riscos, as chances do negócio obter êxito aumentam bastante.

2.1. Tipos de Empreendedorismo

O empreendedorismo é classificado em dois tipos: o Empreendedorismo por Necessidade, na qual abre seu próprio negócio por falta de opção, ou seja, por necessidade e o Empreendedorismo por Oportunidade, onde seu objetivo é encontrar uma oportunidade de negócio que resulta em lucro.

“Podemos dizer que existem dois tipos de Empreendedorismo: o Empreendedorismo por Necessidade (criam-se negócios por não haver outra alternativa) e o Empreendedorismo por Oportunidade (descoberta de uma oportunidade de negócio lucrativa).” (LEITE; OLIVEIRA, 2007, p. 2)

Já Pessoa (2005) define em três os principais tipos de empreendedores: O empreendedor corporativo (empreendedor que age dentro de uma empresa existente), o empreendedor start-up (que gera uma oportunidade de negócios/empresas) e o empreendedor social (que cria empreendimento voltado a atividades sociais).

O empreendedorismo corporativo ele cria oportunidades de negócio dentro da empresa em que se trabalha, usando sua competência técnica e comportamental, visando os pontos fortes e fracos, fazendo com que a empresa cresça e tenha resultados positivos.

O empreendedor star-up da origem a um empreendimento. Ele verifica o mercado atual e encontro uma oportunidade de abrir um novo negócio. Um dos tipos de empreendedores mais difícil, pois é preciso: arriscar, ter criatividade, persistir e além desses requisitos é necessário superar a concorrência, atrair clientes, gerar lucro e produtividade para a empresa.

O empreendedor social necessita de alguns recursos, como: ter uma boa relação entre população, órgãos públicos e o setor privado, tendo em base o modelo de parcerias para realizar seu projeto. O empreendedor social tem como objetivo melhorar a qualidade de vida social, cultural, econômica e ambiental.

“O empreendedor corporativo (intra-empreendedor ou empreendedor interno), o empreendedor start-up (que cria novos negócios/empresas) e o empreendedor social (que cria empreendimento com missão social), são pessoas que se destacam onde quer que trabalhem. O empreendedorismo corporativo pode ser definido como sendo um processo de identificação, desenvolvimento, captura e implementação de novas oportunidades de negócios, dentro de uma empresa existente. O empreendedor start-up tem como objetivo dar origem a um novo negócio. Ele analisa o cenário e diante de uma oportunidade apresenta um novo empreendimento. Os seus desafios são claros:

suprir uma demanda existente que não vem sendo dada devida atenção; buscar e apresentar diferenciais competitivos em um mercado já existente; vencer a concorrência; conquistar clientes; e alcançar a lucratividade e a produtividade necessárias à manutenção do empreendimento. O processo de empreendedorismo social exige principalmente o redesenho de relações entre comunidade, governo e setor privado, com base no modelo de parcerias. O resultado final desejado é a promoção da qualidade de vida social, cultural, econômica e ambiental sob a ótica da sustentabilidade.” (PESSOA, 2005. p 30)

2.2. Ferramentas do Empreendedorismo

A inteligência competitiva pode ser usada como ferramenta eficaz na prática empreendedora. O empreendedor deve agir de forma analítica diante as situações de consequências incertas quando se diz respeito a fatores macro para obter resultados que favorecem seu negócio em relação a concorrência.

A inteligência Competitiva é a ação de monitorar informações externas, aliada a técnicas de análise de informação como nas cinco forças competitivas que estão no ambiente externo (estudadas em planejamento estratégico, administração): a rivalidade entre os concorrentes; poder de negociação dos fornecedores; ameaça de novos concorrentes; ameaça de produtos substitutos e poder de negociação do cliente. Para Porter:

“A análise competitiva é tão importante não apenas na formulação das estratégias empresariais, mas também em finanças, marketing, análise de mercado e em muitas outras áreas da empresa. A estratégia competitiva faz um exame do modo como uma empresa pode competir com maior eficácia para fortalecer sua posição no mercado.” (PORTER, 1986, p. 34)

A rivalidade entre os concorrentes é importante analisar, pois quanto mais rivais de mercado, mais difícil será entrar no mesmo. Nesta parte é importante saber quem são seus concorrentes diretos, saber suas estratégias, vantagens e desvantagens e de acordo com estas, traçar uma para disputar espaço no mercado.

O poder de negociação dos fornecedores trata-se da relação de preço, prazo e qualidade de seus fornecedores e o quanto isso impacta na corrida contra os concorrentes. Não se deve depender de um só fornecedor, é necessária comparar a outros e ter o melhor possível, pois seu fornecedor pode prestar serviços também para o seu concorrente.

A ameaça da entrada de novos concorrentes deve ser cogitada e vetada para que não haja mais dores de cabeça para você e seu concorrente. Geralmente o que costuma barrar os aventureiros do mercado são marcas bem consolidadas, patentes e contratos exclusivos.

É muito comum vermos produtos que atendem a mesma necessidade, porém de marcas diferentes. Aí que entra a ameaça de produtos substitutos, você deve estudar seus concorrentes para saber como são seus produtos, os preços e quais são as formas de tornar o seu produto melhor, fazendo isso, estará um passo à frente dos adversários.

O consumidor exerce um poder determinante diante dos preços de um produto, pois, quanto maior for o nível de concorrência, mais opções de compra ele terá. Isso força as empresas a buscarem um diferencial de qualidade e preço mais acessível para que consumam sempre da marca.

Como ferramenta do empreendedorismo, a inteligência competitiva é de suma importância. Dentro desse conceito temos as formas de análise, como a mostrada anteriormente, planejamento estratégico, plano de marketing, financeiro, análise de SWOT entre outras formas de pesquisar, pontuar e premeditar seus passos que vão determinar o surgimento e a duração de um negócio.

2.3. Empreendedorismo na Periferia

É comum que as grandes empresas estejam localizadas nas áreas centrais das cidades, provocando o deslocamento da mão de obra periférica até o âmbito profissional.

Percebendo as fraquezas do trabalho formal como por exemplo a instabilidade e a própria localização dos empregados, foi considerado pelo periférico a possibilidade de modelos informais em áreas onde ele reside. Por se tratar de uma opção rentável para os profissionais informais, que com o tempo foi se moldando para o mecanismo de empreendedorismo que é a ideia de algo formal, porém com total flexibilidade e aberto a ideias inovadoras.

“O informal passou de condição represada e transformável para o principal aspecto das novas relações de trabalho, com um sentido de adesão (aos) e justificativa dos processos em curso, legitimando mais do que analisando o novo cenário social, simbólico e econômico de reprodução do trabalho.” (LEITE; GOMES. 2019. p. 5)

Um exemplo desse processo foi o incentivo ao empreendedorismo nas favelas com Unidade de Polícia Pacificadora já implantadas, por meio de políticas regidas pelo estado em conjunto com ONG, empresas e igrejas influentes nesses setores. Que tinham como objetivo de formar talentos e gerar oportunidades de emprego de maneira a assegurar formas atuais de “inclusão produtiva”. Com o intuito de reestruturar essas áreas periféricas já pacificadas pelas UPP's, percebemos grande interesse na melhoria a economia local por parte do Estado e de empresas que agora percebia a relevância do território periférico.

“Caso paradigmático desse processo foi o forte estímulo ao empreendedorismo em favelas com UPP, através de políticas geridas pelo Estado (mas em sintonia com ONG, empresas e igrejas atuantes nesses territórios), que pretendiam criar capacidades e oportunidades de trabalho de forma a garantir formas atuais de “inclusão social”, as possíveis em tempos de capitalismo flexível e inadiáveis em situação definida como de crise econômica, através da “inclusão produtiva.” (LEITE; GOMES. 2019. p. 5)

2.4 Mudança na Vida de Empreendedores Periféricos

A educadora social e produtora cultural, Alania Cerqueira, residente do Jardim São Luís, na zona sul de São Paulo, acredita que a relação de reparação histórica vinculada ao empreendedorismo de impacto social nas favelas não resolveria todo o problema, mas é claro que com o passar do tempo isso contribuiria com algum tipo de reparação.

Já o jovem Diogo Bezerra, morador do Jardim Pantanal, na zona leste de São Paulo. Criador de uma escola de inglês cuja o nome é PLT For Way, com o intuito de levar o ensino da língua inglesa aos jovens periféricos com um baixo custo e de uma estrutura acadêmica diferenciada. Acredita que sua identidade de empreendedor quando jovem negro e periférico seria um exemplo da reparação histórica do empreendedorismo na favela.

Diogo defende a maneira que o empreendedorismo social é capaz de modificar sua visão sobre os valores da periferia:

“A primeira vez que eu cheguei na minha comunidade, eu tinha uma visão de guerra, pensando que não havia nada ali e que não dava para produzir nada ali. Porém quando eu comecei a empreender eu vi outro mundo e isso mudou totalmente a minha visão. Eu passei a entender que ali era um lugar fértil e de muitas oportunidades, para desenvolver negócios de impacto, tanto para mim, como para outras pessoas.”

2.5 A Mulher no Empreendedorismo

Foi criado uma secretaria para atender e elevar a mulher na economia, sociedade e política. Isso contribuiu para a criação de uma proposta de governo na qual teria como objetivo reduzir a desigualdade de gênero.

Igualada a secretaria teve participação de colaboradores na ação sendo elas a secretaria especial de políticas de promoção de igualdade racial e o programa fome zero. Para desenvolver a promoção das mulheres as ações políticas devem ter vínculos entre elas.

Para desenvolver a promoção das mulheres as ações políticas deveriam ter vínculos entre elas. Infelizmente nos planos de governo apresentado não foi o que se notou pois poucos incorporaram a transversalidade de gênero. Entre os ministérios o do trabalho é o que mais se preocupa com assunto ainda sim cabe avaliar alguns programas sob sua responsabilidade voltado para ação empreendedora.

Dadas tais condições, uma grande parcela das mulheres brasileiras tem buscado diversificar suas formas de sobrevivência. Esse *locus* observado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística detecta a crescente participação feminina como provedora dos seus lares nos arranjos familiares, dado o crescente fenômeno de

famílias monoparentais (Segnini, 1997). Dentro desse cenário, podemos destacar a participação das mulheres na economia, por meio de ações empreendedoras, onde elas colocam em prática os seus saberes, na maioria das vezes fruto de uma ação que teve seu alicerce na construção coletiva embasada nos eixos (familiar, local e cultural). (DA NATIVIDADE. 2009. n. p.)

Programa desenvolvimento centrado na geração de emprego, trabalho e renda.
Objetivo: estimular o desenvolvimento económico e social do país.

Público alvo: micro e pequenas empresas, cooperativas, associações de trabalhadores, profissionais liberais e microempreendedores de baixa renda e populares.

Dentro desse programa criaram-se outros e foram diretamente vinculados ao programa de desenvolvimento de micro, pequenas e médias empresas, que objetiva fortalecer a economia delas através do crédito e da capacitação gerencial. O público alvo são as micro, pequenas, médias empresas, empreendimentos informais e franquias empresariais. O primeiro ano dessas políticas nacionais apresentou crescimento significativo nos anos da sua criação.

3. COWORKING

A quantidade de profissionais que não trabalham para uma empresa convencional, organizações inovadoras e empreendedores vem aumentando de uma forma extraordinária nos últimos anos, não só no Brasil como no mundo inteiro, por razões diversas, como a busca da autonomia profissional, desenvolvimento de novas técnicas e inauguração de empreendimentos inovadores, influíram para que as pessoas procurassem maneiras alternativas de trabalho.

Uma aposta altamente interessante para esses são os espaços compartilhados de Coworking. Ambientes onde existe uma aglomeração de empreendedores e profissionais de diversas competências, abrindo um leque de oportunidades seja por meio de conhecimento e por serviços que podem ser conduzidos pelos mesmos no próprio ambiente.

Essa diversidade de ideias geram uma harmonia em busca de um propósito partilhado, tratando-se do progresso de um empreendimento de sucesso através de conexões que fomentam a metodologia do trabalhador.

A ideia defendida durante anos, de que a ascensão profissional e uma carreira sólida somente são possíveis no ambiente corporativo de grandes organizações, está gradativamente sendo substituída por conceitos como qualidade de vida, identificação de oportunidades e criação de negócios inovadores, de forma eficiente e sustentável. (CARNEIRO; CAMILO. 2018. p. 2)

3.1 Origem do Coworking

É complicado determinar a origem da história Coworking. Entretanto, a melhor teoria acredita que Brad Neuberg seja o criador desse modelo de negócio.

Brad Neuberg é considerado o criador do estilo de trabalho Coworking, em 2005 decidiu criar um espaço para trabalhar com outros programadores, assim ele teve a ideia de montar um espaço estruturado e com senso de comunidade.

Em 9 de agosto de 2005 foi inaugurado o primeiro espaço Coworking na Califórnia chamado Coworking Group.

Naquela época o local funcionava três vezes por semana, com atividades de saúde e ioga. Brand Neuberger criou depois o primeiro Coworking e trabalhava em tempo integral funcionando todos os dias da semana.

Com o passar do tempo criou o Hat Factory em São Francisco.

Brand Neuberger junto com Tara Hunt e Cris Messina fundou um outro espaço, o Citizen space, que está funcionando até hoje, também foram criados um Google Group e uma wiki (Coworking wiki), para discutir sobre o assunto e ajudar a propagação do movimento.

No Brasil não há referências acadêmicas de qual foi o primeiro Coworking inaugurado no país.

No Brasil, não há nenhuma referência acadêmica sobre qual foi o primeiro espaço de coworking criado no país. O Pto de Contato, de São Paulo se proclama como tal em seu site, que aponta 2008 como o ano em que coworking começou no Brasil. Também não foi encontrado até agora um levantamento de quantos espaços e quantas pessoas trabalham nesse esquema no Brasil. O mais próximo disso foi o mapa interativo, criado pelo portal Movebla, onde os espaços se cadastram e ficam marcados no mapa. Até o dia 09/02/2014, 103 espaços foram classificados dessa forma no mapa do Movebla (MOVEBLA, 2014). No mundo, segundo a terceira pesquisa mundial sobre Coworking Spaces feita pela Deskmag, existem 2072 espaços até 2012 (DESKMAG, 2012b). (BARRETO. FERRAZ. 2014. p. 25)

3.2 Coworking Público

O Coworking Público é uma forma que os gestores públicos encontraram para atender as novas demandas da sociedade, o estado vem tentando utilizar os seus recursos da maneira mais eficiente possível, e foi possível notar que essa atitude tem aumentado as interações no ambiente de trabalho (coworking), e isso acaba afetando a economia e a vida da população para melhor. A principal diferença entre o Coworking Público e o privado é que o público busca solucionar questões coletivas da sociedade uma vez que é uma ferramenta integradora de políticas públicas, por ser um local que permite conectar representações de entidades governamentais e não governamentais para trabalhar, buscando soluções.

“Apoiar o desenvolvimento tecnológico, a pesquisa e a inovação nacionais nos países em desenvolvimento, inclusive garantindo um ambiente político propício para, entre outras coisas, a diversificação industrial e a agregação de valor às commodities.” (ONU BRASIL, 2015)

3.2 Perfis dos Usuários de Coworking

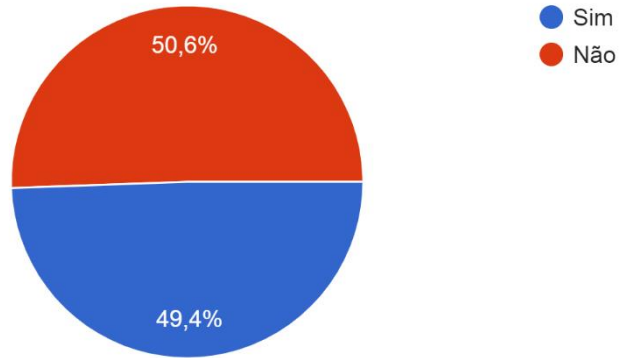
Geralmente os perfis profissionais que frequentam o coworking são aqueles que por sua vez tem uma essência empreendedora, com isso são pessoas que procuram crescer profissionalmente, alavancar seu próprio negócio utilizando a ferramenta coworking, na qual é um espaço que possibilita a troca de informações, sendo um ambiente totalmente colaborativo, coletivo e dinâmico. Hisrich, Peters & Shepherd (2009) diz que os empreendedores são: eficientes, ágeis, auto reguladores e determinados em procurar um meio que faça-os alterar problemas encontrados no cenário atual. Para criar soluções, ideias no meio empreendedor é necessário um apoio tanto moral, (que vem de familiares e amigos que torcem pelo sucesso da empresa/negócio) quanto profissional (que vem de profissionais que atuam no ramo empreendedor e acabam apoiando e impulsionando a carreira empreendedora).

Neste trabalho, buscou-se analisar os perfis profissionais que fazem parte do modelo organizacional contemporâneo coworking. Em comum, independente do ramo de atuação, estes profissionais possuem o espírito empreendedor, visto que são pessoas que buscam gerir sua própria carreira, desenvolvendo seus negócios em um ambiente dinâmico, colaborativo e social. Hisrich, Peters & Shepherd (2009) descrevem os empreendedores como dinâmicos, flexíveis, auto reguladores e engajados no processo de buscar soluções para as mudanças percebidas em seus ambientes. Sua elevada adaptabilidade cognitiva desses profissionais possibilita que eles se adaptem a novas situações facilmente, criem soluções com ideias originais e transmitam a motivação por trás de suas ações. Além da adaptabilidade, os empreendedores, estabelecem duas importantes redes: uma rede de apoio moral, composta por familiares e amigos, que incentivam e torcem pelo sucesso do negócio, e a rede de apoio profissional, composta por orientadores e mentores que auxiliam e impulsionam o processo empreendedor (BULGACOV; VERDU, 2001; REINERT, 2013)

4. ANÁLISE DE RESULTADOS

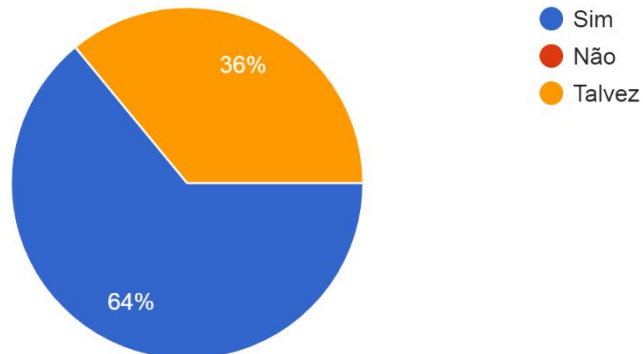
Você sabe o que é o coworking?

89 respostas



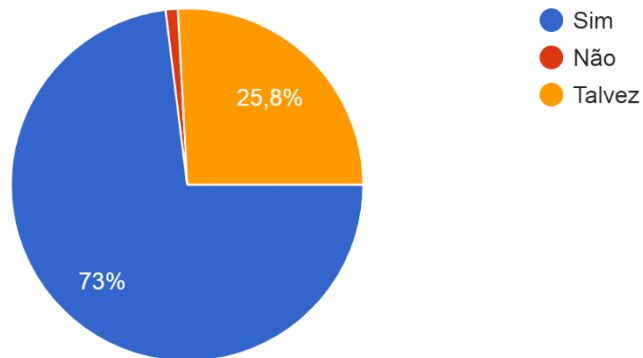
Você acha que um novo negócio contribui para a abertura de outros?

89 respostas



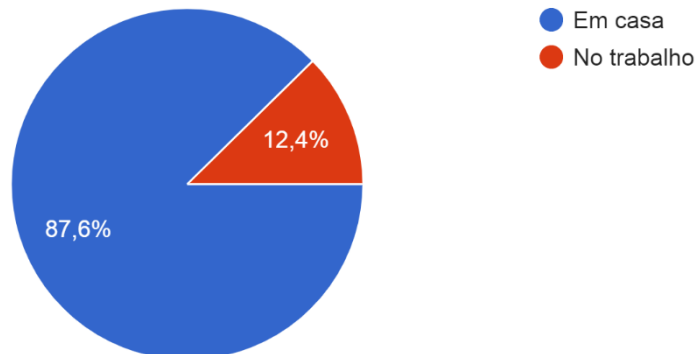
Você acredita que um local profissional próximo a casa de um empreendedor incentivaria o mesmo a criar o seu negócio?

89 respostas



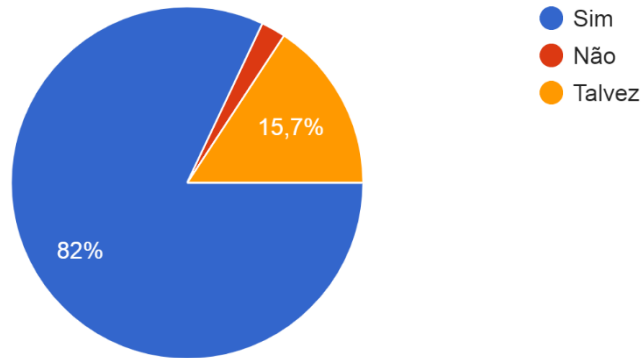
Se caso trabalhasse perto de casa, optaria por comer em casa ou no ambiente de trabalho?

89 respostas



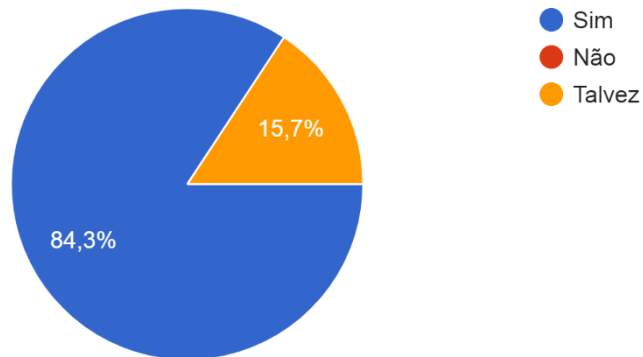
Você frequentaria um local de trabalho compartilhado com outros empreendedores e que fosse próximo de sua residência?

89 respostas



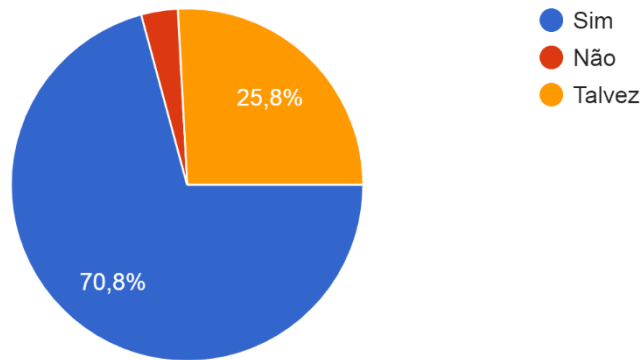
Você acha que compartilhar o ambiente de trabalho com profissionais de outros ramos contribuiria para uma troca de informações e networking?

89 respostas



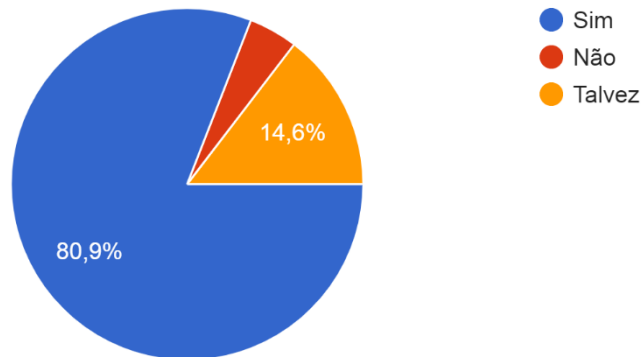
Você acha que o empreendedorismo pode fazer um bairro periférico se tornar um centro comercial?

89 respostas



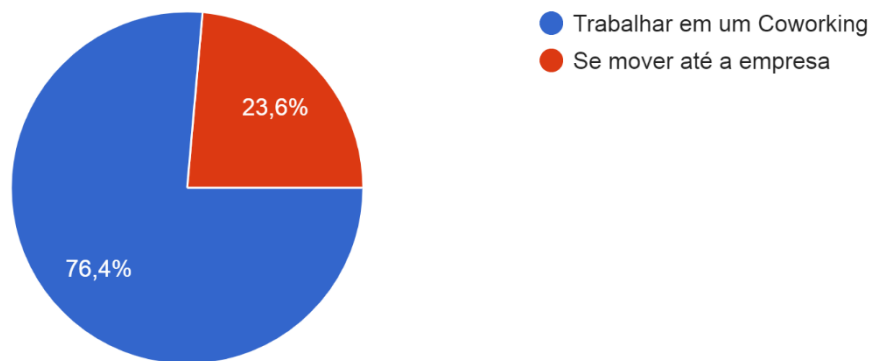
Tendo em vista que a maioria dos trabalhadores vem das áreas afastadas do centro, trabalhar a distância diminuiria...s empresas quanto para os funcionários?

89 respostas



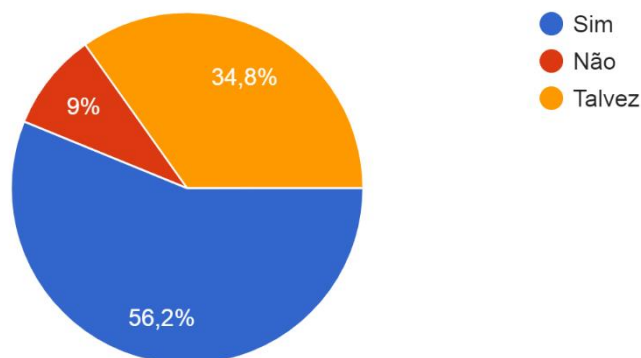
Você acha mais viável trabalhar em um coworking ou se mover até sua empresa?

89 respostas



Você faria uso do coworking?

89 respostas



Utilizamos como objeto de estudo pessoas de nossas redes sociais.

Percebendo a dificuldade de inserção do pequeno empreendedor no mercado, realizamos uma pesquisa com o intuito de retratar fatos importantes para o público-alvo. Para isso elaboramos um questionário quantitativo com dez questões fechadas.

Tendo como informação os dados dos gráficos, é perceptível que os entrevistados acreditam que o ambiente de trabalho compartilhado é bastante viável se conduzida corretamente, podendo alavancar a expansão de negócios na região e proporcionar novas experiências no mercado econômico.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

No país em que vivemos, percebendo que o Coworking é um assunto recente e pouco explorado, apresentar esse conteúdo para a população pode ser o início para a abertura de novas oportunidades no mercado financeiro. Responsável por propiciar custo-benefício, networking, experiência e técnicas para autoconfiança do empreendedor.

Percebemos a rentabilidade da aplicação da ferramenta Coworking não apenas por se tratar de um modelo inovador, mas sim a maneira segura, simples e eficaz para a introdução do empreendedor no mercado.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

PEDROSO, José Pedro Penteadó; MASSUKADO-NAKATANI, Márcia Shizue; MUSSI, Fabrício Baron. Empreendedorismo. Disponível em: >http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1678-69712009000400006>. Acesso em: 10 abr. 2020

BAGGIO, Adelar Francisco; BAGGIO, Daniel Knebel. Tipos de empreendedorismo. Disponível em: ><https://seer.imes.edu.br/index.php/revistas/article/viewFile/612/522>>. Acesso em: 10 abr. 2020

FERNANDEZ, Marcelo Jorge. LANA, Rogério Adilson. Ferramentas do empreendedorismo. Disponível em: portalperiodicos.unoesc.edu.br>. Acesso em: 10 abr. 2020

LEITE, Marcia Pereira. GOMES, Ramón Chaves. Empreendedorismo na periferia. Disponível em: ><https://periodicos.uff.br/ensaios/article/view/40158/23130>>. Acesso em: 25 abr. 2020

MATOS, Ronaldo. Mudança de vida de empreendedores periféricos. Disponível em: ><https://www.desenrolaenaomenrola.com.br/noticia/544/reparacao-historica-a-visao-de-empreendedores-das-periferias-no-forum-de-financas-sociais.html>>. Acesso em: 25 abr. 2020

DA NATIVIDADE, Daise Rosas. A mulher no empreendedorismo. Disponível em: >http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0034-76122009000100011&script=sci_arttext>. Acesso em: 15 mai. 2020

CARNEIRO, Rômulo; CAMILO, Elisabete. Coworking. Disponível em: ><https://pdfs.semanticscholar.org/dd39/485f53f38deec32c558b4c7a6d586acfc89.pdf>>. Acesso em: 18 mai. 2020

BARRETO, Gustavo; FERRAZ, Fernando. Origem do Coworking. Disponível em: >https://www.researchgate.net/profile/Fernando_Ferraz2/publication/294427809_REVISAO_BIBLIOGRAFICA_SOBRE_COWORKING_SPACES/links/5716420608ae58168ffa6ada/REVISAO-BIBLIOGRAFICA-SOBRE-COWORKING-SPACES.pdf>. Acesso em: 22 mai. 2020

BAGGIO; Daniel Knebel. Perfil dos usuários de coworking. Disponível em: ><https://seer.imed.edu.br/index.php/revistasi/article/viewFile/612/522>>. Acesso em: 1 jul. 2020.