

EMPREENDEDORISMO E COWORKING SPACES NO VALE DO PARAÍBA

Autores

Érica Aparecida Freire Ramos Bizaio¹

Giane de Carvalho Barbosa²

Henrique Martins Galvão³

Resumo

Pesquisas mundiais demonstram que empreendedores compartilham características particulares em relação ao resto da população e que empreender, nos dias atuais, exige flexibilidade, adaptabilidade e fluidez, culminando em um apelo ao uso de espaços coletivos e ao trabalho colaborativo. O presente estudo tem como objetivo verificar os principais motivos que impulsionam os empreendedores a participarem dos espaços colaborativos de coworking e como estes espaços estão estruturados no Vale do Paraíba. Para tanto, foi realizado um levantamento dos espaços localizados na região e aplicada uma pesquisa, destacando-se 4 espaços coworking. Concluiu-se que o empreendedor do Vale do Paraíba ainda não está habituado com espaços de coworking, mas há perspectivas de que em breve este quadro será diferente. Como as vantagens do Coworking são reconhecidas em vários países de primeiro mundo, é possível que tenha sucesso na região do Vale do Paraíba, principalmente por estar localizada entre São Paulo e Rio de Janeiro, capitais que encabeçam os principais negócios do País.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Trabalho compartilhado. Coworking.

ENTREPRENEURSHIP AND COWORKING SPACES IN THE PARAÍBA VALLEY

Abstract

Worldwide research shows that entrepreneurs share particular characteristics in relation to the rest of the population and that, nowadays, entrepreneurship requires flexibility, adaptability and fluidity, culminating in an appeal to the use of collective spaces and collaborative work. This study aims to verify the main reasons that drive entrepreneurs to participate in collaborative coworking spaces and how these spaces are structured in Vale do Paraíba. Therefore, a survey of the occupation spaces in the region was carried out and a survey was applied, highlighting 4 coworking spaces. It was concluded that the entrepreneur from Vale do Paraíba is not yet used to coworking spaces, but there are perspectives that this situation will soon be different. As the advantages of Coworking are recognized in several countries in the first world, it is possible that it will be successful in the Vale do Paraíba region, mainly because it is located between São Paulo and Rio de Janeiro, the capitals that lead the country's main businesses.

Keywords: Entrepreneurship. Shared work. Coworking.

¹ Mestrado profissional em Design, Tecnologia e Inovação – PPG-DTI pelo Centro Universitário Teresa D'Ávila – UNIFATEA. E-mail: bizaio@uol.com.br

² Especialização em Comunicação para Pastoral pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS. E-mail: gianecb@terra.com.br

³ Doutorado em Administração pela FEA-USP, docente do Programa de mestrado profissional em Design, Tecnologia e Inovação pelo – UNIFATEA e docente da FATEC. E-mail: galvaohm@gmail.com

INTRODUÇÃO

A sociedade atual é chamada pelo sociólogo polonês Bauman (2008) de Sociedade Individualizada, ou seja, com uma forte tendência ao isolamento, à falta de troca e de convivência, motivada pelo sentimento de insegurança causado pela instabilidade econômica e fragilidade dos alicerces que a constituem. Já para empreendedora americana Lisa Gansky (2012), algumas coisas são melhores quando compartilhadas. Para ela, estamos o tempo todo praticando o compartilhamento em nossas atividades diárias em ambientes reais e virtuais.

O *Coworking Space* pode se encaixar nesse conceito por receber equipes, profissionais e empreendedores individuais de diversas áreas. Além disso, dividem recursos e experiências e fazem networking. O diálogo é facilitado, o que favorece o surgimento de soluções e ideias e os custos de escritório são reduzidos.

Neste estudo são apresentados os conceitos de empreendedorismo, de coworking e uma pesquisa dos *Coworkings Spaces* existentes na região do Vale do Paraíba, localizada no eixo Rio – São Paulo, a fim de saber se o empreendedor da região está habituado ou se habituando a desfrutar do potencial do espaço para desenvolver melhor o seu negócio.

Segundo dados do Censo *Coworking* Brasil, até março de 2017, havia 810 espaços de *Coworking* conhecidos no país. Houve um acréscimo de 114% em relação a 2016. Os espaços estão no interior e bairros menos tradicionais das grandes cidades. O Estado de São Paulo representa 40% de todo o mercado. Em segundo lugar está o Rio de Janeiro.

E entre as duas capitais, como são esses espaços? De que forma eles estão montados e organizados? São realmente *coworkings*? Quem os utiliza? Tais perguntas nortearam o presente artigo. Para respondê-las, aplicamos uma pesquisa nos espaços que existem nas principais cidades do Vale, ou seja, Jacareí, São José dos Campos, Taubaté, Pindamonhangaba e Guaratinguetá. Apesar do estágio inicial de desenvolvimento do *Coworking*, foi possível perceber de que forma o empreendedor local está percebendo e atuando nos espaços de *Coworking* da região.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Empreendedorismo

O empreendedorismo é uma jornada de criar e compartilhar uma idéia ou oportunidade de negócio. No Brasil, existem cerca de 9 milhões de micro e pequenas empresas e sua

importância no cenário econômico segundo Fontes Filho e Nunes (2010), pode ser reconhecida em diversas perspectivas, sobretudo, na capacidade de geração de emprego e renda. Segundo dados do Sebrae (2014), as MPEs correspondem a 99% das empresas existentes no Brasil e a mais de 40% da massa de remuneração paga aos empregados formais nas empresas privadas (SEBRAE, 2014;).

O relatório da pesquisa GEM (Global Entrepreneurship Monitor), edição 2016, aponta que ter um negócio é o quarto sonho da nossa população, atrás de viajar pelo Brasil, comprar a casa própria ou um automóvel. Segundo a pesquisa, 36% dos brasileiros possuem um negócio ou realizaram alguma ação para ser dono da sua própria empresa em 2015.

Empreender constitui-se uma alternativa para a geração do trabalho autônomo e para a formação de uma nova classe empresarial. Nesse sentido, Schumpeter (1988) destaca o empreendedorismo enquanto sinônimo de inovação. O autor aborda os “empreendedores” como os indivíduos cuja função é realizar as combinações novas. Ou seja, são os empreendedores, os realizadores, criadores das empresas, e os grandes responsáveis pela manutenção da economia. Schumpeter (1988) afirma que sem inovação não há empreendedores, sem investimentos empreendedores, não há retorno de capital e o capitalismo não se propulsiona. Para Drucker (2002) o empreendedorismo é um ato de inovação que envolve desenvolver em recursos já existentes uma capacidade de produzir riqueza nova.

O empreendedorismo é tratado na literatura através das perspectivas dos pesquisadores e seus campos de conhecimento. Louis Jacques Filion (1999), exemplificada de forma eficaz e resumida como os pesquisadores visualizam os empreendedores:

(...) “ Assim, por exemplo, para os economistas os empreendedores estão associados à inovação e são direcionadores de desenvolvimento, para os engenheiros estes são bons distribuidores e coordenadores de recursos, e para os administradores empreendedores são vistos como organizadores competentes e desembaraçados que desenvolvem visões por meio da organização e uso de recursos”.

Bygrave (2004) define que o empreendedor é alguém “apaixonado” por aquilo que faz. Segundo ele há 10 atributos (10 Ds) concernentes ao comportamento empreendedor: *Dream*; *Decisiveness*; *Doers*; *Determination*; *Dedication*; *Devotion*; *Details*; *Destiny*; *Dollars* e *Distribute*. Dolabela (2007), situa o empreendedor como alguém que define por si mesmo o que vai fazer e em que contexto será feito. Ao definir o que vai fazer, ele leva em conta seus sonhos, desejos, preferências, o estilo de vida que quer ter. Para Chiavenato (2007), o empreendedor é a pessoa que consegue fazer as coisas acontecerem, pois é dotado de

sensibilidade para os negócios, tino financeiro e capacidade de identificar oportunidades. Com esse arsenal transforma ideias em realidade, para benefício próprio e para benefício da comunidade. Por ter criatividade e um alto nível de energia, o empreendedor demonstra imaginação e perseverança, aspectos que, combinados adequadamente, o habilitam a transformar uma ideia simples e mal estruturada em algo concreto e bem sucedido no mercado.

O empreendedor é um ser social, e assim sendo é fruto da relação constante entre os talentos e características individuais e o meio em que vive. Inês(1996) afirma que o empreendedor não é fruto do nascimento ou de herança genética, mas resultado de trabalho, talento e reserva econômica. De acordo com o dicionário Michaelis (2018), “Empreendedor” é aquele que empreende, que busca, que “toma a seu cargo uma empresa”. Para Dornelas (2005), o empreendedor pode ser definido como o indivíduo predisposto a enfrentar o desafio de iniciar um negócio com pequeno capital num mercado globalizado e em constante mudança e pressionado pelo intenso fluxo de informações e avanços tecnológicos.

2.2 Comportamento Empreendedor

O empreendedor têm um comportamento diferenciado, conforme se observa nas definições de empreendedorismo. O empreendedor vê oportunidades onde outros veem problema, encontra soluções para estes problemas, coloca-as em prática e transforma em negócio através das suas características comportamentais natas ou desenvolvidas.

Para Gerber (1996), a personalidade empreendedora transforma uma condição qualquer em oportunidade, como, por exemplo, mudanças no ambiente físico: uma chuva pode representar uma oportunidade para um indivíduo vender guarda-chuva, enquanto a grande maioria das pessoas irá reclamar pelo incômodo.

Observa-se que o comportamento do empreendedor é dotado de certas características que estão sempre presentes. Entre elas: a) necessidade de realização; b) motivação, criatividade e inovação; c) estabelecimento de metas e objetivos; d) predisposição; e) identificando necessidades. Pode-se afirmar, que todo o empreendedor de sucesso deve desenvolver habilidades como: Competência (saber fazer), motivação (querer fazer), criatividade (fazer mais com menos) e metas claras, desafiadoras, mas que podem ser realizadas (MALHEIRO, 2003).

A inovação e a criatividade constituem as principais características do empreendedor.. Assim, é central no comportamento empreendedor desenvolver competências que permitam a

busca orientada e organizada por mudanças, acompanhada da análise sistemática de oportunidades que tais mudanças podem oferecer para inovação econômica ou social. A inovação é o instrumento específico dos empreendedores, o meio pelo qual eles exploram a mudança como uma oportunidade para um negócio diferente (DRUCKER, 2002).

A tentativa de definir os traços comuns do empreendedor não é recente. Um dos estudos mais conhecidos é sobre o conjunto das características comportamentais empreendedoras, definidas por David McClelland (1972) nas décadas de 1960 e 1970 e disseminadas no Brasil pelo SEBRAE (2018), através do Programa Empretec. McClelland relaciona o conceito de empreendedorismo à necessidade de realização, poder e planejamento. Uma pessoa empreendedora utiliza com certa frequência e intensidade as Características Comportamentais Empreendedoras (CCEs). A Tabela 1 ilustra as dez características essenciais do comportamento empreendedor.

Tabela 1 – Distribuições CCEs

Realização	Planejamento	Poder
<ul style="list-style-type: none">• Busca de Oportunidades e Iniciativas• Correr Riscos Calculados• Qualidade e Eficiência• Persistência• Comprometimento	<ul style="list-style-type: none">• Planejamento e Monitoramento Sistemáticos• Estabelecimento de Metas• Busca de Informações	<ul style="list-style-type: none">• Persuasão e Redes de Contato• Independência e Autoconfiança.

Fonte: adaptado de McClelland (1972)

2.3 Coworking Space

O crescimento é a meta dominante da organização empreendedora e a necessidade de realização pessoal muitas vezes se confunde com as metas e o crescimento da organização (Mintzberg et al., 2000). Quem empreende sabe das dificuldades e dos desafios impostos para sobreviver no mercado. Conforme defendido por Campos, Oliveira, Leal e Duarte (2016), as principais dificuldades enfrentadas pelas pequenas e médias empresas são de resistir ao atual

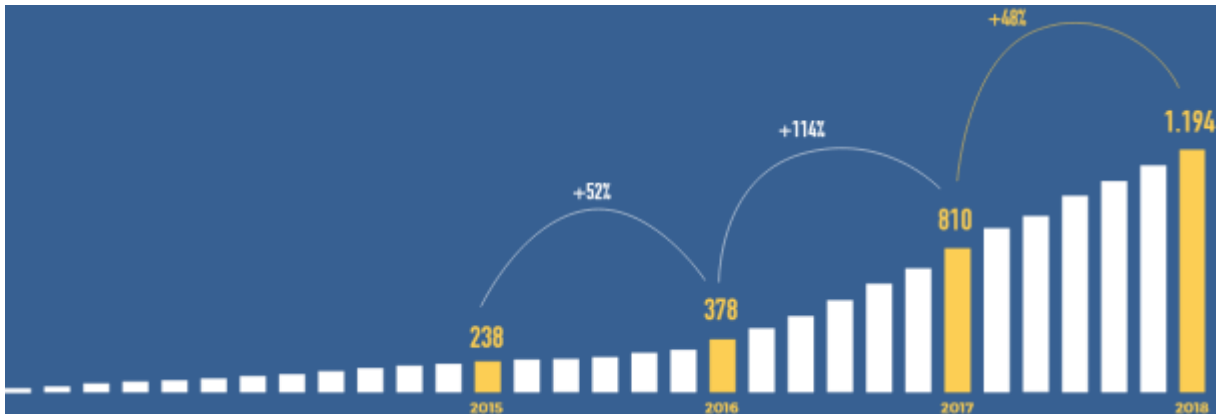
mercado e suas mudanças constantes dentro do seu ambiente de negócios; as levando a agir em cooperação para dividir os recursos, táticas e métodos . a resposta encontrada é o uso de espaços coletivos e colaborativos de trabalhos, conhecidos como coworking. Além disso, Schuermann (2014) atribui visão ampliada dos espaços de coworking, os quais “atendem à demanda da sociedade e da economia por modelos de trabalho flexíveis, econômicos e em rede, oferecendo uma ampla variedade de soluções novas e compatíveis”. Por conseguinte, os espaços coworking implicam numa forma de trabalho e num modelo de negócio completamente novos (SCHUERMANN, 2014).

Nessa direção, tem-se observado o crescente número de escritórios compartilhados, no Brasil e, em diversos países. Conforme Feijó e Rodrigues (2017), entre 2015 e 2016, os espaços coworking no Brasil somavam cerca de 400, apontando crescimento no período de 50%. Essa modalidade de escritório traz inúmeras vantagens, tais como: infraestrutura de serviços e apoio, baixo custo, desenvolvimento e participação de eventos, networking, troca de ideias. Os espaços coworking estimulam a colaboração e o aprendizado entre os residentes e as possibilidades de fomentar parcerias em novos negócios (FEIJO; RODRIGUES, 2017).

De acordo com o SIE Fund - The Social Innovation and Entrepreneurship Development Fund (SIE FUND, 2018), coworking é um movimento de pessoas, empresas e comunidades que buscam trabalhar e desenvolver suas vidas e negócios juntos, para crescer de forma mais rápida e colaborativa. Esses parceiros se unem de modo muito mais fortalecedor do que as antigas relações entre fornecedores e compradores. Unidas, essas empresas crescem cada vez mais fortes, diminuindo os riscos de investimento. Coworking é uma nova forma de pensar o ambiente de trabalho. Seguindo as tendências do freelancing e das start-ups, os coworkings reúnem diariamente milhares de pessoas a fim de trabalhar em um ambiente inspirador.

Uma evidência crescente da relevância do tema no Brasil pode ser observada na Figura 1. De acordo com a Organização Coworking Brasil (2018) que apresenta panorama completo sobre os espaços compartilhados no Brasil. Segundo o levantamento, em 2015 existiam 238 espaços, em 2016 eram 378, em 2017 eram 810 e, em 2018, haviam 1.194 identificados, demonstrando crescimento surpreendente nesse setor. Desse total, o estado de São Paulo possuía a maior quantidade de espaços (465) e, por conseguinte, a cidade de São Paulo liderava com 273 espaços. Na região do Vale do Paraíba, em que se baseia esse estudo, a cidade de São José dos Campos possuía 16 espaços coworking.

Figura 1 – Evolução do coworking no Brasil



Fonte: Coworking Brasil (2018)

A pesquisa da Coworking Brasi identificou que os espaços coworking geraram R\$ 127 milhões em movimentação, 214 mil pessoas circulando, 88 mil estações de trabalho e 7 mil empregos diretos.

3 METODOLOGIA

O presente estudo caracteriza-se por sua abordagem descritiva, exploratória e qualitativa. Gil (2002) afirma que as pesquisas descritivas possuem como objetivo a descrição dos perfis de delimitado público ou fenômeno. Já, Gonçalves e Meirelles (2004) definem a pesquisa exploratória como a pesquisa “realizada para descobrir ou descrever melhor os problemas raiz que são apontados através de sintomas ou queixas para se alcançar os objetivos, desse modo, expandido os conhecimentos sobre determinado assunto”.

A pesquisa qualitativa caracteriza-se pela ausência de hipóteses, ou hipóteses pouco definidas, segundo Aaker et al (2004). A abordagem qualitativa é também, conceituada como “expressão genérica”, significando que a pesquisa assimila atividades ou observações que podem ser denominadas específicas.

Sob este ponto de vista, no dia 25 de junho de 2018, foi realizada uma pesquisa no Google sobre os espaços de *coworking* nas principais cidades do Vale do Paraíba. A busca resultou em 16 espaços localizados entre Jacareí e Lorena. Todos receberam um e-mail solicitando a colaboração com a pesquisa do artigo por meio do método classificado por Malhotra (2001) como “entrevista eletrônica” ou *survey*. Um link para o questionário

disponível no Google Docs foi encaminhado. Dos 16 espaços pesquisados, 4 responderam à pesquisa.

4 RESULTADOS

Os *coworking spaces* da região são empreendimentos novos, em curva de aprendizado. 3 dos 4 respondentes foram inaugurados no início de 2018. A cidade de São José se destaca com 2 empreendimentos, conforme Tabela 2, a seguir:

Tabela 2 – Localização e Ano de Inauguração

	Lavalpa	Viva Ares	Workflex	Village
Localização	Jacareí	São José dos Campos	São José dos Campos	Pindamonhangaba
Inauguração	2015	2018	2018	2018

Fonte: Os autores

Os *coworking spaces* do Vale do Paraíba oferecem serviços influenciados, em grande parte, pelo tamanho dos empreendimentos. Os pacotes adequam-se de acordo com as necessidades básicas do usuário. Alguns espaços também agregam serviços como *hotsite*, auditório e estacionamento. O contexto atual de cada espaço está assim delimitado:

O Centro Empresarial Lavalpa está localizado em Jacareí e foi criado em 2015, em um prédio renovado para esta função. O espaço aluga desde uma vaga a salas e boxes com estacionamento. Não respondeu sobre o perfil do público que o frequenta. Vê como vantagem a economia, a liberdade e o foco no negócio. Os empreendedores realizam várias atividades, mas não especificou quais. Acha que o empreendedor do Vale do Paraíba ainda não sabe utilizar todo o potencial de *coworking space*. O fator que favorece o desenvolvimento do *coworking space* no Brasil ou na região é a existência de vários galpões que podem ser alugados, além da grande quantidade de terrenos que podem ser utilizados para a construção desses espaços. O Lavalpa já passou por uma ampliação e sobre as tendências, apenas apontou um futuro promissor.

O *Coworking Viva Ares* fica em São José dos Campos e foi inaugurado em janeiro de 2018. Conta com as seguintes características:

- 1 - Localização privilegiada no coração da zona sul da cidade;
- 2 - Ambiente de convivência para 20 pessoas;

- 3 - Sala Privativa para até 3 pessoas;
- 4 - Sala de Reunião para até 8 pessoas; 5 - Auditório para até 30 pessoas;
- 6 - Estacionamento rotativo na frente do *Coworking*;
- 7 - Comunidade empreendedora focada para a Prosperidade;
- 8 - Telefones compartilhados para uso gratuito e ilimitado para fixos e celulares no Brasil.
- 9 - É frequentado por profissionais liberais, palestrantes, coachs, advogados, psicólogos e empresas de diversos segmentos.

Sobre as vantagens dos *coworking spaces* frente aos ambientes tradicionais:

- 1 - Suporte de uma Agência Digital para os primeiros passos com campanhas de marketing no Google/Adwords para Prospecção de Clientes;
- 2 - Disponibilidade de telefones compartilhados para ligações para fixos e celulares no Brasil usando a operadora 21;
- 3 - Nas demandas por hora, 100% dos pagamentos pelos serviços podem ser resgatados por produtos de Saúde, Beleza & Bem-Estar da marca V LIFE;
- 4 - Nos contratos anuais, com acertos mensais, até 50% dos pagamentos podem ser resgatados por produtos V LIFE.
- 5 - Os contratos anuais têm direito a um hot site dentro do domínio do Coworking.

As atividades que os empreendedores realizam no espaço são: Demonstração de produtos, apresentação de seus negócios a clientes, treinamento de vendas, treinamentos comportamentais, trabalhos administrativos, atendimento ao cliente, confraternização e network.

Sobre o conhecimento dos empreendedores do Vale do Paraíba do potencial do *coworking space*, respondeu que todos estão passando por uma curva de aprendizagem. Os Coworkings para melhor entender a dinâmica de seu público alvo e, também o mercado, em usufruir o que melhor lhe serve. Sobre os fatores que favorecem o movimento do *coworking space* no Brasil ou na região:

- Necessidade de diminuição de custos para se manter um escritório aberto;
- Necessidade de realização de Networking para concretizar mais negócios;
- Estar em endereços que viabilizem mais negócios;
- Ambiente empreendedor que contribui para abertura da visão sobre onde se pode fazer mais negócios, por conviver com outras pessoas que estão conquistando resultados melhores.
- Comunidade onde a pessoa se sinta bem. Melhor do que ficar sozinho home-office ou isolado em um escritório.

O espaço ainda está em fase de implantação, mas mesmo assim já teve que antecipar a instalação de uma sala privativa para até 3 pessoas por demanda de mercado. Considera como tendências ou perspectivas para esse tipo de espaço:

- 1 - Sobreviver 2018 perante a concorrência e aos novos *coworkings* que estão se multiplicando para posterior crescimento.
- 2 - Buscar nichos de mercado.
- 3 - Diferenciação por segmento de mercado.

O *Workflex Coworking* localiza-se em São José dos Campos e foi inaugurado no início de Janeiro 2018. Conta com salas para reuniões voltadas para startups e compartilhamento de ideias. É frequentado por Startups e pessoas que trabalham com home office. Considera como vantagem dos *coworking spaces* frente aos ambientes tradicionais a redução de custo, facilidade e flexibilidade. As atividades que são desenvolvidas no espaço são Marketing, T.I, Advocacia, Consultorias e Coachs.

Acha que o empreendedor do Vale do Paraíba ainda não sabe utilizar todo o potencial do espaço. Os fatores que favorecem o movimento do coworking space no Brasil ou na região são a alta redução de custo e a compatibilidade de ideias. Além disso, o espaço já passou por uma ampliação. A tendência é o compartilhamento de ideias.

O *Village Coworking* está em Pindamonhangaba e foi inaugurado em março de 2018. Tem como base espaços de *coworking* que buscam oferecer não só estrutura, mas também um ecossistema que inspire outras formas de viver e se relacionar com o mundo por meio de educação, informação e entretenimento.

Como está no início das atividades, não sabe precisar o perfil do público que utiliza o espaço, mas até agora tem se mostrado com idades variando de 30 a 35 anos. Um dado interessante é que recebe mais visitas de profissionais mulheres do que homens. As salas de reuniões possuem frequência de utilização bem acima do projetado. Empresas locais e da cidade de São Paulo que desenvolvem trabalhos na região apresentam frequência considerável. Tem contado com um tour-over de aproximadamente 10 pessoas/mês o que ainda é baixo, mas dentro da curva projetada para crescimento.

Sobre as vantagens dos *coworking spaces* frente aos ambientes tradicionais, considera a divisão dos custos entre os profissionais que dividem a estrutura e a rede de contatos que se forma entre pessoas que utilizam o ambiente, promovendo uma oportunidade de expandir seu Network e sua malha de relacionamentos.

Nos ambientes tradicionais, os custos são altos e muitas vezes dificultam o início de

carreira do empreendedor. O "homeoffice" traz problemas de isolamento, solidão e falta de interação com colegas da sua área. A maior atividade neste espaço tem sido de advogados, embora exista procura por engenheiros e arquitetos.

Considera que o empreendedor do Vale do Paraíba ainda desconhece o potencial de coworking space. Muitas pessoas vão ao espaço justamente para saber o que é feito lá ou porque viram no site e acharam bonito e elegante. Fazem várias perguntas e vão embora.

O Village valoriza a divulgação na mídia e nas redes sociais deste novo sistema de trabalho e possui um programa de divulgação contratado com uma empresa de comunicação para desenvolver e "acordar" o mercado. Cita o momento de instabilidade política/econômica do país que afeta a base do crescimento do negócio.

O espaço ainda não sentiu necessidade de inovar ou de expandir as instalações até porque foi inaugurado há pouco tempo. Conta com um sistema de cabeamento estruturado em Cat-6, duas redes de Internet de alta velocidade sendo uma back-up, telefonia personalizada, sistema de controle administrativo operado por um software dedicado para Coworking e um centro de impressão de última geração entre outros. Um ponto positivo das instalações foi ter feito previsão de uma área que atenda uma provável expansão sem grandes investimentos.

Sobre as tendências ou perspectivas para esse tipo de espaço, acredita que com a simplificação dos costumes e a praticidade que vem acontecendo, seguindo o fluxo natural das tendências, os coworkings no Brasil têm tudo para ser uma alternativa no cenário brasileiro em meio a tantas mudanças aceleradas do mercado. Coworkings gastronômicos, Coworkings de beleza, Coworkings de saúde e até *coworkings* femininos que na realidade não têm a ver com uma determinada área de atuação, mas sim com um conceito que já vem acontecendo pelo mundo. Desta forma, havendo um aumento do dinamismo do mercado, os espaços de nicho começam a ganhar cada vez mais expressividade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nesse estudo, pode-se perceber que as iniciativas de Coworking Spaces do Vale do Paraíba são poucas, mas estão a pleno vapor. Diante das respostas recebidas, vimos que os espaços foram inaugurados há pouco tempo, que estão adequados ao conceito do negócio e que o empreendedor da região ainda desconhece seu potencial.

Acredita-se que seja questão de tempo. A experiência de sucesso na Europa e nas capitais brasileiras leva a crer que em breve esse tipo de espaço ganhe força e se torne popular

no meio do empreendedorismo regional.

Em vários países, os *Coworking Spaces* se estabeleceram como áreas de trabalho bastante interessantes para vários tipos de profissionais e empreendedores, pois os custos para a utilização de suas dependências e equipamentos são mais acessíveis do que os de um espaço independente e a rede de relacionamentos que eles proporcionam, com troca de conhecimentos, experiências e informações entre pessoas diversas, os tornam mais atrativos do que os Home Offices.

Aos poucos esses espaços inovadores vão ganhando força nas principais capitais brasileiras e se espalhando pelas cidades do interior.

Por estar em um importante eixo nacional, entre Rio de Janeiro e São Paulo, duas capitais que movimentam a economia do País, o Vale do Paraíba possui características que proporcionam a abertura de *Coworking Spaces* nas cidades que o integram como boa localização, áreas disponíveis para a construção ou locação, várias indústrias, startups e profissionais liberais que precisam de escritórios bem montados e com valor mais acessível.

Por meio da amostragem dessa pesquisa, torna-se evidente que os empreendedores da região estão acompanhando a tendência dos coworkings, pois os espaços em funcionamento estão adequados à proposta do negócio e em poucos meses de atividade, mostraram bom desempenho.

Referências

- AAKER, D. A., KUMAR, V.; DAY, G. S. (2004). Pesquisa de marketing. São Paulo: Atlas, 2004.
- BAUMAN, Z. . A Sociedade Individualizada: vidas contadas e histórias vividas. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2008.
- BYGRAVE, W. D. (2004). The entrepreneurial process. In W. D. Bygrave; A. Zacharakis (Eds.), The portable MBA in entrepreneurship (pp. 6). Hoboken: John Wiley & Sons, 2004.
- COWORKING BRASIL. 2017. Censo. Disponível em: <<https://coworkingbrasil.org/censo/2017/>> Acesso em :03 de julho de 2018.
- COWORKING BRASIL. 2021. Disponível em: <https://coworkingbrasil.org/o-que-e-coworking/>. Acesso em: 20 de junho de 2021.
- COWORKING LAVALPA. Disponível em: <http://lavalpa.com.br/coworking/escritorio-compartilhado>. Acessado em 10 de junho de 2018.
- COWORKING VIVA ARES. Disponível em: <https://coworkingbrasil.org/spaces/coworking-viva-ares/>. Acessado em: 20 de junho de 2018.
- CHIAVENATO, Idalberto. Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor: empreendedorismo e viabilidade de novas. 2.ed. rev. E atualizada. São Paulo: Saraiva 2007.

DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

DOLABELA, Fernando. Oficina do empreendedor. São Paulo: Cultura, p. 68, 2007.

DRUCKER, Peter Ferdinand. Inovação e espírito empreendedor: prática e princípios. Trad. Carlos Malferrari. São Paulo: Pioneira, 2002.

FEIJÓ, Bruno Veira; RODRIGUES, Jairo. O mapa do coworking no Brasil. 2017. Disponível em: <https://revistapegn.globo.com/Startups/noticia/2017/06/o-mapa-do-coworking-no-brasil.html>. Acesso em: 13 de maio de 2018.

FELIPPE, Maria Inês. Empreendedorismo: buscando o sucesso empresarial. Sala do empresário, São Paulo, 1996.

FILION, LOUIS J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários gerentes de pequenos negócios. Revista de Administração, v. 34, n. 2, p. 05-28, 1999.

FONTES FILHO, Joaquim Rubens; NUNES, Geraldo Sant'Anna. A. O estrategista da micro, pequena e média empresa privada brasileira. Revista Brasileira de Gestão de Negócios, v. 12, n. 36, p. 271–288, 2010.

GANSKY, L. The Mesh: Why the Future of Business Is Sharing. USA: Portfolio/Penguin Group, 2012.

GERBER, M. E. O mito do empreendedor revisitado: como fazer de seu empreendimento um negócio bem-sucedido. São Paulo: Saraiva, 1996.

Gil, A. C. (2002). Como elaborar projetos de pesquisa. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2004.

GONÇALVES, C.; MEIRELLES, A. (2004). Projetos e relatórios de pesquisa em Administração. São Paulo: Atlas, 2004.

MCCLELLAND, D. C. A sociedade competitiva: realização e progresso social. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 1972.

MALHEIRO, Rita de Cássia. (org.). Viagem ao mundo do Empreendedorismo. 1. ed. Florianópolis: IEA. 2003.

MALHOTRA, N. K. Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada. Porto Alegre: Bookman, 2001.

MICHAELIS ON-LINE. Empreendedor. Disponível em: <https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/empreendedor>. Acesso em: 15 de maio de 2018.

MINTZBERG, Henry et al. Safári de estratégia: um roteiro pela selva do planejamento estratégico. Trad. Nivaldo Montingelli Jr. Porto Alegre: Bookman, 2000.

SEBRAE. Empretec: fortaleça suas habilidades como empreendedor. 2018. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebraeaz/empretec-fortalecasuas-habilidades-comoempreendedor,db3c36627a963410VgnVCM1000003b74010aRCRD>. Acesso em: 03 de junho de 2018.

SEBRAE. Global Entrepreneurship Monitor: Empreendedorismo no Brasil. . 2016. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/GEM%20Nacional%20-%20web.pdf>. Acesso em: 10 de junho de 2018.

SEBRAE. Participação das Micro e Pequenas Empresas na Economia Brasileira. 2014.b.

Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/>. Acesso em: 10 de maio de 2018.

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

SCHUMPETER, Joseph Alois. Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico. 3.ed. São Paulo, Nova Cultural, 1988.

SIE FUND - The Social Innovation and Entrepreneurship Development Fund (SIE Fund). 2018. Enhanced Social Innovation Co-working Space Subsidy Scheme. Disponível em: <https://www.sie.gov.hk/en/coworkingspace.page>. Acessado em: 20 de junho de 2021.

VILLAGE COWORKING. Disponível em: <https://villagecoworking.com.br/>. Acessado em: 19 de junho de 2018.

WORKFLEX COWORKING. Disponível em: <https://www.meuworkflex.com.br/>. Acessado em: 13 de junho de 2018.